



UNIVERSIDAD “SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINITRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa

Tutor

Ing. Martha Yadira García Briones, MSc.

Autores:

Nadia Irene Merchán Figueroa.

Julio Daniel Lino Lucas.

Portoviejo – Manabí – Ecuador

Marzo 2023

Certificación del Tutor de Titulación

Ing. Martha Yadira García Briones MSc, en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifica que los egresados: Nadia Irene Merchán Figueroa y Julio Daniel Lino Lucas, son autores del trabajo de titulación: “Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa”, previo a la obtención del Título de Licenciados en Administración de Empresas, bajo mi dirección y supervisión, 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. Martha Yadira García Briones, MSc

Tutora trabajo de titulación

Certificado del Tribunal

El trabajo de titulación “Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa”, presentado por los egresados: Nadia Irene Merchán Figueroa y Julio Daniel Lino Lucas, después de ser analizado y revisado por los señores miembros del tribunal como requisito previo a la obtención del título de Licenciados en Administración de Empresas, en el cumplimiento de lo que establece la ley se da por aprobado

Ing. Mercedes Intriago Cedeño, MSc

Coordinadora de la carrera

Ing. Martha Yadira García Briones, MSc.

Tutor trabajo investigación

Econ. María Arteaga García

Miembro del tribunal

Ing. Verni Jácome Santos

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Nadia Irene Merchán Figueroa y Julio Daniel Lino Lucas, siendo autores del presente proyecto de titulación denominado “Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa”, damos credibilidad sobre la información presentada, declarando que el documento es de propia autoría y que ha sido elaborado bajo las normas e indicaciones del Reglamento de Titulación de la carrera de Administración de empresas de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, tomando responsabilidad sobre el contenido que integra el mismo, al igual que las ideas, resultados y conclusiones.

Nadia Irene Merchán Figueroa

Julio Daniel Lino Lucas

AUTOR

AUTOR

Agradecimiento

Un agradecimiento especial a todos quienes nos apoyaron para alcanzar esta meta, a Dios por cuidarnos y poner en nuestro camino a personas especiales. A nuestra tutora Ing. Martha Yadira García Briones por sus conocimientos y dedicación.

Dedicatoria

Le dedico este trabajo a todas aquellas personas que estuvieron involucradas en esta etapa universitaria y pre profesional, mi familia y profesores. Principalmente a mi madre Irene Figueroa Guaranda quien fue la promotora de poder llegar a este punto, gracias a sus enseñanzas, consejos, amor y apoyo. Así mismo a mis demás familiares por estar en los momentos que los necesite. A mi enamorado por brindarme su compañía, amor y por compartir junto a mi esta etapa universitaria.

A Dios por cuidarme de todo peligro y por permitirme completar este proceso.

Nadia Irene Merchán Figueroa

Dedicatoria

Dedico este trabajo a la comunidad en general y todo lector interesado.

Julio Daniel Lino Lucas.

Resumen

El proyecto de creación de un Centro Recreacional Turístico y ecológico situado en el recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa, forma parte de una de las iniciativas más grandes de este sector, siendo una actividad que toma como iniciativa el desarrollo económico, sostenibilidad, concientización ambiental, formación académica y mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes del recinto mencionado. La necesidad de la implementación de un espacio turístico, nace a partir de la apreciación al patrimonio cultural, la gastronomía, la agronómica y la calidad que ofrece la zona rural con sus amplios espacios naturales, por tanto, el objetivo general fue elaborar un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa. El procedimiento que se llevó a cabo para dar con los resultados de este proyecto, se realizó a través de una metodología cualitativa, cuantitativa y exploratoria, las mismas que utilizaron herramientas propias de su línea de investigación como fue el árbol del problema, las entrevistas y las encuestas, siendo útiles para dar un panorama claro y preciso con los datos recolectados en su trayecto, además de contar con la metodología Design Thinking para potenciar aquellas ideas innovadoras que ayudaron a dar solución a las necesidades reales del problema por medio de las variables descubiertas. Otro punto importante, fue descubrir la viabilidad y factibilidad sobre el planteamiento del proyecto, aplicando los procesos de estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio legal, además de realizar una evaluación financiera para determinar el índice de inversión, la rentabilidad esperada y el pronóstico esperado para alcanzar los objetivos sobre la propuesta.

Palabras claves: Turístico, necesidad, resultados, innovadoras, viabilidad.

Abstract

The project to create a Tourist and Ecological Recreational Center located in the San Pascual area of the city of Jipijapa, is part of one of the largest initiatives in this sector, being an activity that takes economic development, sustainability, awareness environment, academic training and improvement in the quality of life of the inhabitants of the mentioned enclosure. The need for the implementation of a tourist space, arises from the appreciation of the cultural heritage, gastronomy, agronomy and the quality offered by the rural area with its wide natural spaces, therefore, the general objective was to elaborate a study of pre-feasibility for the creation of a tourist and ecological recreational center in the San Pascual area of the Jipijapa canton. The procedure that was carried out to find the results of this project, was carried out through a qualitative, quantitative and exploratory methodology, the same ones that used tools of their own line of research such as the problem tree, the interviews and the surveys, being useful to give a clear and precise panorama with the data collected along the way, in addition to having the Design Thinking methodology to promote those innovative ideas that helped to solve the real needs of the problem through the variables discovered . Another important point was to discover the viability and feasibility of the project approach, applying the processes of market study, technical study, administrative study and legal study, in addition to carrying out a financial evaluation to determine the investment rate, expected profitability and the forecast expected to achieve the objectives on the proposal.

Keywords: Tourist, need, results, innovative, feasibility.

Tabla de Contenido

Certificación del Tutor de Titulación	ii
Tutora trabajo de titulación	ii
Certificado del Tribunal	iii
Declaración de autoría.....	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Dedicatoria	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Tabla de Contenido	x
Lista de tablas.....	xiii
Lista de figuras.....	xvi
Introducción	1
CAPITULO I.....	3
1. Problematización.....	3
1.1 Tema	3
1.2 Antecedentes Generales	3
1.3 Formulación del Problema	5
1.4 Planteamiento del Problema	5
1.5 Preguntas de la Investigación	7
1.6 Delimitación del problema	8
1.7 Justificación de la Investigación	9
1.8 Objetivos de la Investigación.....	10

CAPITULO II	11
2. Contextualización.....	11
2.1. Marco Teórico.....	11
2.2. Marco Conceptual.....	19
2.3 Marco Ambiental.....	22
2.4 Variables	24
2.5 Operacionalización de las Variables	24
CAPÍTULO III	27
3. Marco Metodológico.....	27
3.1. Plan de Investigación	27
3.2. Tipos de Investigación.....	27
3.3. Fuentes de Investigación	29
3.4 Población	29
3.5 Tamaño de la Muestra.....	30
CAPITULO IV	32
4. Formulación del Proyecto	32
4.1 Análisis e interpretación de resultados	32
4.2 Estudio de Mercado.....	54
4.2.6.3 Comercialización.....	62
4.2.6.4 Promoción	64
4.3 Estudio Técnico	65
4.4 Estudio Administrativo	84
4.5. Estudio Legal.....	98
Conclusiones	103
Recomendaciones.....	105
CAPÍTULO V	106
5. Propuesta.....	106

5.1 Título de la Propuesta.....	106
5.2 Autores de la Propuesta	106
5.3 Empresas Auspiciantes	106
5.4 Área que Cubre la Propuesta.....	106
5.5 <i>Fecha de Presentación</i>	106
5.6 Fecha de Terminación.....	106
5.7 Duración de Proyecto	107
5.8 Participantes del Proyecto.....	107
5.9 Objetivo General de la Propuesta	107
5.10 Objetivo Específicos	107
5.11 Beneficios Directos	108
5.12 Beneficios Indirectos	108
5.13 Impacto de la Propuesta	108
5.14 Descripción de la Propuesta	109
5.15 Importancia.....	143
5.16 Metas del Proyecto.....	143
5.17 Finalidad de la Propuesta.....	144
Bibliografía	145

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Carencia de actividades emprendedoras.</i>	25
Tabla 2 <i>Las oportunidades de crecimiento del sector rural del cantón Jipijapa.</i>	26
Tabla 3 <i>Demanda</i>	33
Tabla 4 <i>Oferta</i>	34
Tabla 5 <i>Competencia</i>	35
Tabla 6 <i>Preferencias</i>	36
Tabla 7 <i>Frecuencia</i>	37
Tabla 8 <i>Aspectos esenciales</i>	38
Tabla 9 <i>Importancia</i>	39
Tabla 10 <i>Interés</i>	40
Tabla 11 <i>Cantidad de personas</i>	41
Tabla 12 <i>Asistencia de un guía turístico</i>	42
Tabla 13 <i>Presupuesto para actividades recreativas</i>	43
Tabla 14 <i>Nuevo centro turístico</i>	44
Tabla 15 <i>Medios informativos</i>	45
Tabla 16 <i>Proveedores principales</i>	55
Tabla 17 <i>Demanda total de habitantes</i>	60
Tabla 18 <i>Demanda Insatisfecha</i>	60
Tabla 19 <i>Nicho de Mercado</i>	61
Tabla 20 <i>Estimación de la demanda a atender</i>	61
Tabla 21 <i>Publicidad y Promoción</i>	64
Tabla 22 <i>Factores objetivos</i>	73
Tabla 23 <i>Cálculo de la calificación W_j</i>	74
Tabla 24 <i>Cálculo del índice R_{ij} “Clima”</i>	74
Tabla 25 <i>Cálculo del índice R_{ij} “Turismo y atracciones”</i>	74
Tabla 26 <i>Cálculo del índice R_{ij} “Infraestructura”</i>	75
Tabla 27 <i>Calculo de valor subjetivo</i>	75
Tabla 28 <i>Índice FS</i>	76
Tabla 29 <i>Cálculo para mejor posible localización</i>	76

Tabla 30 <i>Características de maquinaria y equipos.</i>	80
Tabla 31 <i>Herramientas e insumos.</i>	81
Tabla 32 <i>Características muebles de oficina</i>	82
Tabla 33 <i>Mano de obra</i>	83
Tabla 34 <i>Manual del Gerente</i>	92
Tabla 35 <i>Manual de la Secretaria/Contadora</i>	94
Tabla 36 <i>Manual de la Supervisor de Áreas</i>	95
Tabla 37 <i>Manual del Cocinero</i>	96
Tabla 38 <i>Manual del Bodeguero</i>	97
Tabla 39 <i>Datos del emprendimiento</i>	109
Tabla 40 <i>Descripción de la tasa</i>	110
Tabla 41 <i>Comercialización en cantidad mensual y anual</i>	110
Tabla 42 <i>Proyección de ingresos (USD)</i>	111
Tabla 43 <i>Costos y gastos</i>	112
Tabla 44 <i>Sueldos y salarios</i>	113
Tabla 45 <i>Costo mensual de mano de obra</i>	113
Tabla 46 <i>Servicios básicos de la empresa</i>	114
Tabla 47 <i>Transporte y publicidad</i>	114
Tabla 48 <i>Gastos de depreciación mensual</i>	115
Tabla 49 <i>Estado de costos de producción proyectado</i>	116
Tabla 50 <i>Gastos totales</i>	117
Tabla 51 <i>Depreciación y amortización</i>	118
Tabla 52 <i>Inversión de la propuesta</i>	119
Tabla 53 <i>Inversión por participación</i>	120
Tabla 54 <i>Capital de trabajo</i>	120
Tabla 55 <i>Estructura del costo total</i>	121
Tabla 56 <i>Financiamiento</i>	122
Tabla 57 <i>Financiamiento (participación)</i>	123
Tabla 58 <i>Tabla de amortización</i>	123
Tabla 59 <i>Resumen tabla de amortización</i>	125
Tabla 60 <i>Estado de situación financiera proyectado</i>	126

Tabla 61 <i>Estado de Resultados</i>	129
Tabla 62 <i>Flujo de caja</i>	130
Tabla 63 <i>Punto de nivelación Paquete individual</i>	132
Tabla 64 <i>Punto de nivelación Paquete pareja y amigos</i>	132
Tabla 65 <i>Punto de nivelación anual Paquete Familiar</i>	132
Tabla 66 <i>Punto de equilibrio total</i>	133
Tabla 67 <i>Flujo de fondos proyectado</i>	134

Lista de figuras

Figura 1. Demanda.....	33
Figura 2. Oferta.....	34
Figura 3. Competencia.....	35
Figura 4. Preferencias.....	36
Figura 5. Frecuencia.....	37
Figura 6. Aspectos esenciales.....	38
Figura 7. Importancia.....	39
Figura 8. Interés.....	40
Figura 9. Cantidad de personas.....	41
Figura 10. Asistencia de un guía turístico.....	42
Figura 11. Presupuesto para actividades recreativas.....	43
Figura 12. Nuevo centro turístico.....	44
Figura 13. Medios informativos.....	45
Figura 14. Mapa de empatía 1.....	47
Figura 15. Mapa de empatía 2.....	50
Figura 16. Mapa de empatía 3.....	53
Figura 17. Canales de distribución del servicio.....	63
Figura 18. Logotipo.....	65
Figura 19. Distribución del espacio en planta.....	69
Figura 20. Macro localización.....	71
Figura 21 Croquis Micro localización.....	72
Figura 22. Flujograma de Proceso.....	79
Figura 23. Matriz FODA.....	84
Figura 24. Objetivos Estratégicos.....	89
Figura 25. Organigrama.....	91

Introducción

El turismo es considerado una de las actividades económicas que generan más ingresos en el país, por no mencionar que en muchos lugares dentro del Ecuador es la única fuente principal de inversión y empleo. La provincia de Manabí encierra un sinnúmero de espacios recreativos sostenidos por la gran variedad cultural y biodiversidad que ofrece, aun así, encontrándose con el conflicto del financiamiento, ya que en el sector rural es muy complicado que consideren el fortalecimiento y apoyo a emprendimientos que no estén relacionados al ambiente agropecuario.

De esta manera, se considera al recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa como un lugar estratégico y con una gran oferta turística para emprender un proyecto de prefactibilidad para la creación de un Centro Recreacional Turístico y Ecológico, basado en la sostenibilidad del sector, la concientización ambiental y el desarrollo socioeconómico para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, estableciendo objetivos que abarquen la finalidad del presente proyecto y dé como resultado un negocio rentable con grandes aspiraciones al futuro.

Esta iniciativa toma forma a partir del estudio realizado para buscar el mejor posicionamiento para este Centro Recreacional, además de considerar que el Recinto San Pascual es uno de los lugares con grandes potenciales naturales y culturales que está siendo directamente afectado por la migración de sus habitantes hacia la ciudad, por tal motivo se busca aprovechar su biodiversidad a través de metodologías y técnicas de investigación que permitan desenvolver la viabilidad de esta iniciativa.

El primer capítulo, consistió en buscar la información principal de antecedentes, identificación de problemas y variables, además de establecer objetivos para delimitar el

desarrollo a los aspectos que se consideran más importantes para justificar las ideas sustentadas en la elaboración de este proyecto.

Por consiguiente, el segundo capítulo fue la parte investigativa que permitió ampliar el panorama acerca de los motivos, métodos, y formas para desarrollar esta investigación bajo un sustento científico que fue abarcado con su marco conceptual y teórico.

Como resultado, el tercer capítulo estableció la metodología y fuentes de investigación, con la finalidad de realizar un cálculo poblacional que a partir de la muestra permita enfocar de manera correcta la población que se quiere abordar en el desarrollo de esta exploración.

A su vez, el cuarto capítulo fue el desarrollo metodológico de esta investigación, aplicando herramientas como el Design Thinking para crear un panorama estratégico que permitiese dar solución con los problemas encontrados, iniciando con estudio de mercado para determinar factores como la competencia, proveedores, la demanda insatisfecha y la creación adecuada del servicio que se busca ofrecer para captar potenciales clientes. Este trabajo vino acompañado de su propio estudio técnico, administrativo y legal con la finalidad de establecer sus objetivos, el funcionamiento y estructuración de esta iniciativa de emprendimiento.

Finalmente, el quinto capítulo desarrolló el estudio financiero, buscando establecer el cuadro de inversión requerido, los índices financieros y la rentabilidad esperada a través del plazo de endeudamiento, detallando los costos y gastos que se presentarán y concluyendo con la viabilidad y factibilidad de la creación de un Centro Recreacional Turístico y Ecológico en el Recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa.

CAPITULO I

1. Problematicación

1.1 Tema

Estudio de perfectibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa.

1.2 Antecedentes Generales

Desde tiempo atrás la ecología y el turismo han sido una combinación muy efectiva para las personas que necesitan relajarse y disfrutar de un ambiente natural. De acuerdo con Thomé (2008) turismo puede generar potencialmente a la economía y al medio ambiente, plantear desde adentro una mejora en la calidad de vida de los campesinos, revalorar el patrimonio natural y cultural de la comunidad.

Es importante destacar el importante potencial turístico que poseen las fronteras rurales de la zona Sur de Manabí por su biodiversidad, viendo necesario proponer iniciativas de mejoramiento de la oferta turística por los mismos habitantes. La planificación de espacios de recreación y amigables con el medio ambiente son propuestas que se pueden ajustar a través de resultados de una investigación estratégica que puede ser expresada por medio de herramientas de marketing e innovación de tal manera que se pueda fomentar el turismo y poniendo en práctica los objetivos de desarrollo sostenible para el emprendimiento de actividades turísticas y el mejoramiento de las condiciones de vida de los integrantes de la comunidad rural del objeto de estudio. (Cuétara et al. 2022)

Sin embargo, el turismo no ha recibido la atención necesaria para medir el impacto económico que tiene en una población. El turismo comunitario no sólo se relaciona con los aspectos de la oferta turística de cada comuna sino con la perspectiva social, observándose cómo ha influido en la comunidad la práctica turística. Sin duda el turismo comunitario tiene mucho que ofrecer al desarrollo humano de cada una de las poblaciones donde se manifiesta (Rodas et al, 2015). En base a aquello se crea la posibilidad de una oportunidad de crecimiento al lugar donde va a estar situado este emprendimiento, puesto que como se conoce las personas que viven en la zona rural no siempre tienen una buena estabilidad económica.

El turismo es una actividad dinamizadora de la economía que gestionada de manera responsable con la sociedad logra la distribución equitativa de la riqueza. La propuesta del distrito turístico rural busca un equilibrio entre el bienestar de los territorios y la satisfacción de los turistas, una metodología que incorpora herramientas de gestión empresarial y proyectos sociales con un modelo de generación de valor que permite identificar características esenciales que busca la demanda turística. (Herrera et al, 2016)

En la actualidad para muchos el turismo ecológico está tomando mayor realce debido a que busca garantizar la eficacia en la administración de las actividades, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de las comunidades y el éxito del turismo. Para Rodríguez et al. (2013) es una alternativa en la que intervienen los actores locales en el dinamismo de estrategias socioculturales que hagan posible la administración de forma eficiente. De la misma manera Sánchez et al (2014) coincide en el dinamismo de la gestión de los recursos como un sistema cambiante, y de continua

transformación, que se hace complejo debido a las múltiples interacciones por parte de las instituciones competentes en la toma de decisiones. Para esto es necesario hacer énfasis en que la gestión repercute en el uso responsable de los recursos naturales y culturales, indicando que la planificación y gestión son procesos fundamentales para el desarrollo sostenible. Mientras que Moreno (2012) indicó que el desarrollo turístico viene de la mano con el enriquecimiento cultural, la misma que se clasifica desde lo micro a lo macro considerando la planificación local, provincial o nacional junto con sus involucrados.

1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera incide la carencia de actividades emprendedoras en el sector rural del cantón Jipijapa?

1.4 Planteamiento del Problema

De acuerdo a Zambrano (2021) el desempleo y la escasez de puestos de trabajo están interrelacionados con el desarrollo de actividades emprendedoras las cuales tienen como prioridad proponer una acción que de oportunidad dentro un mercado específico mediante una iniciativa innovadora en base al desarrollo social y por otro lado, a través de la originalidad poder cubrir una necesidad con la finalidad de obtener beneficios económicos que por consecuencia pueda solventar dichas necesidades previstas dentro de una localización determinada. Cabe recalcar que cada uno de estos resultados estarán vinculados a la oferta dentro del campo laboral para aquellos que tengan como prioridad ejercer una profesión o una idea en conjunto.

Por otra parte, el desarrollo de emprendimientos o iniciativas de crecimiento laboral, cada vez más está enfocado a la explotación de los espacios naturales que pueden ser usados como lugares turísticos y atractivos para el desarrollo sostenible. Según Cisneros et al. (2018) la relación de las actividades turísticas con las áreas rurales, ha sido el resultado del desarrollo de la pluriactividad campesina destacando la importancia creciente de actividades no agrarias de la población rural, aún viéndose limitado por la falta de recursos o financiamiento vinculado a este tipo de actividades comerciales que resultan muchas veces en el conformismo, siendo lo que se reflejado en el poco interés que se da al desarrollo profesional en estas zonas aledañas para ejercer o emprender.

Cabe recalcar que el turismo y sus atractivos en los sectores rurales a nivel de la provincia de Manabí incurre principalmente en el desarrollo sostenible de aquellos lugares que tienen la capacidad de explotar los paraísos naturales y ecológicos, llenos de flora y fauna que albergan un sinnúmero de experiencias interesantes y curiosas, siendo el principal problema la falta de emprendimientos o proyectos que busquen rentabilidad enfocada al apoyo de la comunidad rural y su enriquecimiento turístico.

Como se sabe, tanto el terremoto del 16 de abril de 2016 como la pandemia del coronavirus han afectado duramente al desarrollo socioeconómico de diferentes partes del mundo, por lo cual se deben considerar nuevas oportunidades de reactivación a través del patrimonio cultural. De acuerdo a Jijón y Rivera (2020) el mayor interés de estas líneas, radica en la importancia que se le debería brindar al patrimonio cultural de cada sector, destacando las ventajas que apoyan al mejoramiento de una economía que actualmente está siendo afectada y necesita ser rescatada a partir de la iniciativa de los

propios ciudadanos, visionarios, y emprendedores que apliquen sus conocimientos para el desarrollo cultural de sectores destinados al turismo sostenible como aquel que está ubicado en el recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa.

La iniciativa que se obtiene mediante este trabajo de investigación busca llegar a cumplir los estándares de calificación del consumidor y sus involucrados, de una manera interactiva, profesional y consecuente que se diferencia en cada participación al llegar al área de recreación y aprender de los mismos para formar niños, adolescentes y adultos con esa concientización ambiental que genere respeto, cuidado y aprecio de la naturaleza. Según Font y Alvaro (2019), la sociedad en la actualidad se distingue por el carácter informacional, para evaluar el desarrollo de la actividad turística a partir de la llegada de un visitante con la necesidad de información actualizada para decidir la compra, desde antes de salir de su lugar de origen, cuando permanece en el destino, hasta su regreso dispuesto a organizar otro viaje o volver al ya frecuentado. Por lo tanto, esta problemática también tiene como consecuencia la falta de interés en la formación para exponer este tipo de investigación y análisis mercadotécnico que, adjuntado a la dificultad para obtener oportunidades de crecimiento, frecuentan la mentalidad del emprendedor que, teniendo el acceso a la materia prima, no puede aprovechar su desarrollo (GAD Jipijapa, 2019).

1.5 Preguntas de la Investigación

¿Considera usted que puede mejorar la calidad de vida de las personas del Recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa a través de la creación de un centro recreacional turístico y ecológico dentro del sector?

¿De qué manera, un estudio de mercado puede verificar el nivel de oferta y demanda para el sector turístico dentro de la zona Sur de Manabí?

¿Cómo se puede crear estratégicamente un servicio creado para cubrir todas las necesidades y expectativas de los potenciales clientes dentro y fuera del sector?

¿Cuáles serían los involucrados que formarían parte de este proyecto para el manejo de los recursos naturales, gastronómicos, técnicos, y administrativos?

¿Qué tipo de permisos, requisitos, y normas se deben cumplir para el correcto funcionamiento legal de este proyecto turístico?

¿Cuánto sería el monto de inversión requerido para cubrir con los costos y gastos de la creación y comercialización de este proyecto?

1.6 Delimitación del problema

Campo: Empresarial.

Área: Estudio de pre factibilidad.

Aspecto: Administrativo turístico.

Tema: Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa.

Problema: ¿De qué manera incide la carencia de actividades emprendedoras en el sector rural del cantón Jipijapa?

Delimitación espacial – La investigación se realizará en el recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa en la provincia de Manabí.

Delimitación temporal- La investigación se efectuará en el período octubre de 2022 –Marzo 2023.

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.7 Justificación de la Investigación

La elaboración de este trabajo de titulación, tendrá como fin o tema un estudio la pre factibilidad para la creación de un centro turístico ecológico en el recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa, ubicándose en una zona rural donde se cuenta con un lugar que se podrá acondicionar respetando el cuidado y manejo de patrimonio cultural y natural del mismo, creando un ambiente óptimo y apropiado al gusto de los interesados consumidores, quienes generan una correcta respuesta a este tipo de atracciones.

Los aspectos relevantes de este trabajo justifican una potencial solución al desempleo y al vasto apogeo de las zonas naturales ubicadas en la zona rural de Jipijapa, ya que bajo las condiciones del entorno se podrá reformar la vida de la comunidad y del ambiente que los rodea. Este trabajo de investigación es importante porque se aplicarán los conocimientos adquiridos de administración, finanzas, logística, manejo del recurso humano y aspectos legales de una organización. El turismo sustentable es una herramienta que servirá para estructurar la cadena de distribución del servicio ofrecido y gestionar el desarrollo de las zonas rurales, aptas para emprender un proyecto de campo que beneficie el sector productivo - agrícola y su fauna. Este tipo de atracciones turísticas recreativas, viene ligado con un campo histórico, inclinado hacia la educación del consumidor, formando personas aptas y capaces para el correcto cuidado de la flora y fauna, proyectando este resultado a sus semejantes y motivando a que pueda poner en práctica estos mismos conocimientos, con el fin de mantener el interés y a su vez aportar

en el ámbito social y cultural de un país que es caracterizado por su gran biodiversidad, siendo un hecho para mantener vivo el apogeo de su renombre.

1.8 Objetivos de la Investigación

1.8.1 Objetivo General

Elaborar un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro turístico ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa.

1.8.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado que permita el correcto posicionamiento dentro de la comercialización de los servicios de atracción turística en el sector.
- Definir los procesos de calidad, optimizando los costos de producción y conservando el buen uso de la materia prima.
- Formar una estructura organización al que se encuentre ajustada la base legal como persona natural.
- Diagnosticar mediante los indicadores financieros el uso eficiente de los recursos económicos

CAPITULO II

2. Contextualización

2.1. Marco Teórico.

Según Yáñez (2016) el desarrollo de diferentes investigaciones sobre la estructura y dinámica funcional de las Áreas Protegidas deben dar prioridad al mantenimiento en mayor o menor grado de semejanzas de espacios biológicos, geográficos y paisajísticos puestos que, no deben ser observadas como entidades individuales, sino como entidades relacionadas entre sí por afinidad, las cuales solo pueden ser discriminadas analizando las características particulares de ellas en conjunto. Por tanto, el análisis multifactorial o multivariado de las variables físicas y ecológicas de las Áreas Protegidas, así como de su realidad, sus atributos de gestión y sus problemáticas actuales, se consideran frecuentemente como una herramienta que bien utilizada podría coadyuvar al buen mantenimiento y funcionamiento de tales áreas y de los sistemas en las que se encuentran inmersas.

De esta manera, Poveda y Avilés (2018) dentro de su investigación denominada “Sostenibilidad de los Manglares de la ciudad de Guayaquil”, pone en exposición la importancia del turismo sostenible respetando el patrimonio cultural del sector urbano y rural, ya que el impacto socioeconómico que brinda la exploración a los lugares turísticos del sector rural son reconocidos de mejor manera e inclusive se pueden ver involucrados organizaciones interesadas en la protección y sostenibilidad de aquellas áreas naturales, por la cual algunos gobiernos deciden realizar y ejecutar proyectos para

la mejoría y conservación de la flora y fauna y al mismo tiempo incentivar el turismo, con la finalidad de generar un incremento en la economía del país.

De la misma forma García et al (2018) dentro de su trabajo de investigación llamada “Turismo ecológico para potenciar el desarrollo sostenible del cantón Puerto López, Manabí, Ecuador”, se puede analizar la variedad de iniciativas para crear una formación turística a través de emprendimientos que son proyectados como su paraíso tropical y el impulso del turismo ecológico sin dejar de lado la importancia de promover mediante esta modalidad y puntos estratégicos la mercadotecnia, siendo herramientas fundamentales para la actualidad, las redes sociales, espacios publicitarios digitales, post, tweet, y demás medios para llegar al consumidor y atraer su interés, con la finalidad de concretar anécdotas y experiencias que formen parte del desarrollo sostenible.

Además, Espinoza et al (2021) dentro de su revista científica denominada “Consideraciones para una recuperación económica sostenible” acentúa demasiado el aprovechamiento de las áreas rurales como iniciativa de negocio, puesto que tras la pandemia global de Covid 19, acabaron con la mayor parte de recurso de las grandes empresas o corporaciones industriales o en su defecto fueron liquidadas en el trayecto. Por este motivo se toma como referencia el contexto de varios emprendimientos rurales que, al ser apoyados por cualquier programa o política del Estado, puede beneficiar el sector productivo, comercial, natural, turístico y educativo concientizando que hay un vasto recurso por aprovecharse.

2.1.1 Estudio de Pre Factibilidad

A través de la investigación de Lyfeder (2019) se estableció que el estudio de pre factibilidad es aquel análisis preliminar y valorativo que se lleva a cabo para definir la rentabilidad de una potencial idea de negocio, la misma puede ser denegada o aprobada pero este método es importante para determinar si es viable o no su inversión.

Por otro lado, Ortega (2021) sustenta que el objetivo de un estudio de pre factibilidad es eliminar todas las posibles incertidumbres que se presenten en un proyecto a ejecutar, observando su viabilidad, aunque el mismo no proporciona una respuesta directa sobre el grado de seguridad en la rentabilidad final de la idea de negocio, ni tampoco rescata la información sobre la relación entre los beneficios y las ganancias.

Adicionalmente, según Tapia et al (2017) existen estudios de pre factibilidad que son enfocados a los proyectos sociales y productivos, los mismos que son la base para el cambio de la situación económica de muchas comunidades pertenecientes al sector rural de Manabí, por lo que su prioridad será cubrir las necesidades prioritarias de los integrantes de aquellas poblaciones, dándoles oportunidad de crecimiento a partir de los recursos de primera mano, con los que cuentan. Es así que, mediante un estudio de pre factibilidad de origen social y productivo, la información que se recopile a través de los diagnósticos, podrá medir su capacidad como, por ejemplo: la disponibilidad de insumos, la mano de obra, el espacio físico, la tecnología, el estudio de mercado, y el marco legal, social, político y económico.

2.1.2 La Oferta y Demanda del Turismo del Sector Rural.

Para García y Grande (2005) el turismo rural es un tema bastante amplio que logra abarcar la capacidad turística de diferentes regiones y ambientes, entre ellos siendo el sector rural aquel medio agro turístico que puede dar la facilidad de crear un fenómeno del consumo masivo de la natura en sus formas de recreación y turismo. Con el paso del tiempo, explorar cada uno de estos lugares ha sido una forma de llegar a la comodidad y al contacto con la naturaleza dando el efecto de la concientización ambiental, añadiendo que se puede convertir en la actividad comercial que genere más rentabilidad a nivel macro, sobre todo en las regiones cuyo bioma les favorece para emprender y aprovechar el recurso nativo.

De acuerdo a Serrano y Villafuerte (2017) la oferta turística que ofrecen un sinnúmero de espacios recreativos, son complementados con los demás servicios que se vinculan a mejorar la experiencia en estos lugares naturales llenos de flora y fauna, ya que cada atractivo genera una experiencia única al igual que su significado, por lo tanto sus objetivos serán exponer la dinámica del mercado turístico local, de tal manera que genere esa preferencia de la demanda turística con un particular énfasis en su gastronomía, competitividad, recreación, y turismo visual.

Por otro lado, según Henche (2005) lo que corresponde a la situación de la demanda, siempre favorece la aparición de un nuevo modelo turístico basado en la oferta de nuevos alojamientos y actividades mediante el uso y recuperación del patrimonio rural, sus recursos monumentales, naturales y la arquitectura popular, por lo que sostener este nuevo modelo de oferta es responder a las distintas motivaciones de los diferentes segmentos de mercado que demandan este turismo rural.

García y Grande (2005) muestra que la relación entre las variables de oferta y demanda es una metodología que permite considerar la perspectiva de la necesidad prevista a la hora de diseñar una oferta innovadora, ya que en la actualidad el mayor impacto hacia los potenciales consumidores, siempre será quien tenga la mejor publicidad, mensaje o intención, por lo que fomentar un turismo sostenible podría ser la estrategia adecuada para impulsar una iniciativa de negocio, que da como consecuencia el interés para la gestión del turismo rural.

2.1.3 Concientización Ambiental

Según Varisco et al (2016) la concientización ambiental se enfoca principalmente en el número de visitantes y en la concentración local de sus involucrados, ya que al abarcar el área turística y su desarrollo, los principales actores del sistema ambiental toman como objetivo analizar el rol de la extensión en los procesos de desarrollo local por medio de la investigación de tal manera que los programas de apoyo y capacitación para los involucrados en estos sectores de turismo generen los resultados deseados a partir del interés de sus consumidores.

Por otro lado Berenguer y Corraliza (2000) el término de concientización ambiental se considera un parámetro que trata de pronosticar el comportamiento del medio ambiente y su desarrollo con el paso del tiempo, priorizando el cuidado de sus recursos, tomando medidas específicas que estimen los costos del comportamiento ecológico, su comportamiento social y el desarrollo personal, siendo este último el punto de apoyo para mentalizar una nueva conducta de conocimiento y fortalecimiento profesional, además de humanitario.

2.1.4 El Impacto de las Practicas Recreativas

Para Bertoni (2002) el impacto de las prácticas de turismo son prioridad para la apreciación de cualquier territorio, es preciso considerar que la oferta turística, inmersión o excursión tiende a venderse de manera más rápida que cualquier otro bien o servicio, además de que su relación con el comercio ecuatoriano hace que tenga una mayor participación en los ingresos anuales dentro del país gracias al turismo. Cabe recalcar que se necesita tener un índice de capacidad de carga para manejar cada una de las actividades que se ejecutan en los diferentes espacios de recreación turística ya que es importante contar con un personal capacitado y valorizado para manejar las diferentes áreas que abarca el desarrollo turístico, por lo que la capacidad de puestos de empleo puede llegar a aumentar por año o por temporada, siendo otro aspecto importante a considerar en cada punto que pueda presentar una iniciativa de emprendimiento rural inclinado hacia el turismo natural.

2.1.5 Desempleo en el Sector Rural

La escasez de plazas de empleo según Driven (2007) es un problema que puede darse solución a partir de la económica diversificada de las zonas rurales, y si los campesinos pobres son capaces de optimizar las oportunidades que les ofrezca el empleo rural no agrícola y relacionadas a la recreación turística, entonces pueden disponer de la habilidad para impulsar mediante políticas especiales la participación de los diferentes grupos poblacionales para ser partícipes en la formación de este tipo de emprendimientos que buscan aprovechar el patrimonio cultural y reconocer las posibilidades de crecimiento de cada sector.

2.1.6 Impactos Económicos.

El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Tapia (2014) explicó que antes de la década de 1970, asumidas estas premisas y con el turismo internacional de masas recién estrenado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costos económicos que suponía para las sociedades anfitrionas esta actividad. Pero en esa década empezaron a ser evidentes. Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratarse de un empleo inestable: el turismo es un sector con grandes vaivenes, y las zonas de destino se tienen que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte.

2.1.7 Impactos Medio Ambientales.

Según Tapia (2014), uno de los factores que favorece la aparición del turismo en una zona, es el paisaje, que suele mostrarse especialmente frágil con su desarrollo y que con la llegada de los turistas tiende a cambiar el uso de los recursos naturales y en otros casos a sobreexplotarlos.

2.1.8 Impactos Socioculturales.

El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir uniformemente, sino que

tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población. (Ivanova y Ibáñez, 2012)

2.1.8 Financiación del Turismo Sustentable y el Ecoturismo.

Para Tapia (2014) el encadenamiento de los productos y servicios turísticos fortalecen la oferta y la capacitación de los recursos humanos, con acciones concretas para el desarrollo comercial y la difusión –individual y asociativa-. La formación y mantenimiento de clústeres también requiere de la coordinación público-privada para obtener una financiación sostenible. Las condiciones de la financiación variarán de acuerdo al grado de profesionalización de los operadores, el perfil de los turistas, los servicios de operación y la región geográfica. Este marco por lo general apoya propuestas que generan nuevos modelos y metodologías que mejoren las capacidades de gestión de los destinos y contemplan especialmente:

- Modelos de alianzas y encadenamientos para la creación de destinos temáticos.
- Segmentación de la oferta y nuevos modelos de acceso a nichos de mercado.
- Utilización de herramientas geográficas y tecnologías para la planificación de destinos sostenibles.
- La gestión participativa e incluyente de los pobladores autóctonos.
- Integración de la gestión pública y privada para el ejercicio con éxito de la actividad turística.
- Modelos de observatorios y medios de monitoreo de los destinos con sus impactos económicos, ambientales y culturales.

- El posicionamiento estratégico de las actividades en el mercado y su comunicación.
- El fomento a la financiación a las microempresas y a las PYMES.
- La eficiencia en la cadena de valor de los servicios.
- La formación y la capacitación de los individuos en la actividad de turismo sostenible.

En los fondos de financiación pueden participar instituciones y organizaciones varias gremiales, de base comunitaria, etc., que tengan un grado de formalización para operar y representar. En algunos casos se solicita que cuenten con cierta cantidad de años en el ejercicio de la actividad y tener capacidad de cofinanciamiento por un 50% del costo total del proyecto.

2.2. Marco Conceptual

Turismo: Es considerado turismo a aquel fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. (Bertoni, 2008)

Sostenibilidad: La sostenibilidad del sistema ecológico principalmente entiende que el valor supremo es la sostenibilidad ecológica, que no puede ser equiparada, pero tampoco subordinada, a la sostenibilidad económica y social. (Salinas y Osorio, 2006)

Ecoturismo: el término ecoturismo es la condición de marca fuerte, asociada con el respeto por el medio ambiente. Debido a que es una marca de dominio público ha sido utilizada sin mucho criterio y en ocasiones ha sido relacionada con las prácticas no sustentables del turismo en la naturaleza. (Dias, 2008)

Marketing Mix Ambiental:

Se refiere a la habilidad del producto turístico que posee para tener un costo mayor debido al cuidado que se necesitan para preservar el ambiente, siendo aquella novedad la misma que de manera consciente puede actuar en los consumidores que valoran dicha iniciativa. (Dias, 2008)

Estudio de pre factibilidad: “Es una herramienta que ayuda a tener una visión general de cada uno de los puntos del proyecto como su logística, retos, entre otros, aspectos que son importantes para la toma de decisiones de tal modo que ayuden a eliminar las incertidumbres de un proyecto o negocio” (Thompson, 2009, pág. 5).

Desempleo: “El desempleo, tal y como se conoce ahora, no ha existido desde siempre; el propio término de desempleo tiene distinta etimología en cada idioma y los términos originarios frecuentemente tenían una connotación despreciativa o irónico” (Pugliese, 2000).

Oferta: “Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta. Este bien o servicio pueden ser bicicletas, horas de clases de conducir, caramelos o cualquier otra cosa que se nos ocurra” (Navarro, 2021, pág. 10).

Demanda:

La demanda es el valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores. La curva de la demanda muestra la cantidad de un bien específico que los consumidores o la sociedad están dispuestos a comprar en función del precio del bien y a la renta disponible. (Policonomics, 2017, pág. 2)

Método Brown - Gibson

Según Cardona (2005) el Método Sinérgico o Método de Gibson y Brown es un algoritmo cuantitativo, que confina combina factores determinantes como mano de obra, insumos, transporte, etc, los cuales permiten calcular la mejor posible localización.

Estos factores se dividen en tres tipos de factores: críticos, objetivos y subjetivos.

Donde se escogen localidades en donde se desea posicionar en el negocio y así poder determinar en base a los siguientes factores cual le conviene mejor a la empresa

Los factores objetivos: se los escoge en base a los costos mensuales o anuales más importantes, tales como costo del lote, costo de construcción, costo de materia prima y el costo de mantenimiento.

Los factores subjetivos: se tomas en consideración los factores de tipo cualitativo, que afectan significativamente el funcionamiento de la empresa por ejemplo el impacto ambiental, clima social, servicios comunitarios.

Factores críticos: Son factores claves para el funcionamiento de organización. Su calificación es binaria, es decir, 1 o 0 se los puede catalogar como energía eléctrica, materia prima, mano de obra. (blogspot, 2018)

A estos factores tanto los objetivos como los subjetivos, se le asignan valores ponderados de peso relativo, se combinan y se decide cuál es la localización más conveniente.

2.3 Marco Ambiental

Prospectiva Ambiental Nacional

La Constitución del Ecuador vigente desde el año 2008, incluye varios artículos destinados a la protección, control y cuidado del medio ambiente como derechos de la “pacha mama” tierra madre.

En el artículo 14, Capítulo segundo- Derechos del buen vivir - Sección segunda- Ambiente sano, explica que se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Además, se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Reglamento Ambiental para Actividades Eléctricas, R.O. No. 396 de 23 de agosto de 2001. Artículo 41. Actividades eléctricas en zonas de Patrimonio Nacional de Áreas Naturales Protegidas.

Los interesados en obtener una concesión, permiso o licencia, para desarrollar un proyecto de generación, transmisión o distribución eléctrica, ubicados total o parcialmente dentro de las zonas de Patrimonio Nacional de Áreas Naturales Protegidas, del Patrimonio Forestal del Estado o de Bosques y Vegetación Protectores, deberán obtener, la correspondiente autorización del Ministerio del Ambiente, y, además:

a) Ser declarados de alta prioridad para el sector eléctrico por parte del Directorio del CONELEC, a pedido del Director Ejecutivo;

b) Contar con el Estudio de Impacto Ambiental y el correspondiente Plan de Manejo Ambiental, los cuales serán sometidos a evaluación exhaustiva por parte del Ministerio del Ambiente;

c) Mantener conformidad con los planes de manejo del Área Natural Protegida en la cual vaya a desarrollarse el proyecto, obra o instalación eléctrica; y,

d) Contar con los permisos o licencias previas de otros organismos que tengan competencia en el manejo del respectivo recurso.

Artículo 42. Actividades eléctricas en áreas del Patrimonio Forestal del Estado o de los Bosques y Vegetación Protectores.

Para la realización de proyectos, obras o instalaciones eléctricas en las áreas del Patrimonio Forestal del Estado o de los bosques y vegetación protectores, aquellos deberán ser declarados por el Directorio del Conelec, a pedido de su director ejecutivo, como obra pública prioritaria para el sector eléctrico y contar con la licencia ambiental otorgada por el Ministerio del Ambiente, según lo establecido en el artículo 10 de este reglamento.

Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado (Martínez y Calle, 2011).

2.4 Variables

2.4.1 Variable Independiente.

Carencia de actividades emprendedoras.

2.4.2 Variable dependiente.

Las oportunidades de crecimiento del sector rural del cantón Jipijapa.

2.5 Operacionalización de las Variables

2.5.1 Variable Independiente: Carencia de Actividades Emprendedoras.

Tabla 1*Carencia de actividades emprendedoras.*

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
De acuerdo a (Thompson, 2009), la herramienta de estudio de prefactibilidad tiene como finalidad ayudar a tener una visión general de cada uno de los puntos del proyecto como su logística, retos, entre otros, aspectos que son importantes para la toma de decisiones de tal modo que ayuden a eliminar las incertidumbres de un proyecto o negocio	Estudio de Mercado	Cantidad de Oferentes	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo estima el nivel de ofertas de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa? Alta___Media___. Baja_____ • ¿Cómo considera la demanda de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa? Alta___Media___.Baja_____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta dirigida a potenciales clientes ubicado en los cantones de la zona Sur de Manabí. • Entrevista a emprendedores.
		Cantidad de Demandantes	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera que existe alta competencia de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa? • ¿En base a su experiencia, en que temporada del año la podría considerar con una mayor afluencia de personas? 	
	Estudio Técnico	Cantidad de Competidores	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Le gustaría que exista en el sector rural de la ciudad de Jipijapa que ofrezca un centro turístico actividades recreacionales? Sí___ No___ • ¿Qué aspectos considera más esencial en un centro turístico recreacional? Infraestructura__ Gastronomía__ Atención al cliente___ Act. Recreativas__ • ¿Recibió ayuda extra para emprender su negocio o fue un emprendimiento propio? • ¿Considera satisfactorio la rentabilidad de su negocio? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta dirigida a potenciales clientes ubicado en los cantones de la zona Sur de Manabí. • Entrevista a emprendedores.
	Estudio administrativo y legal	Tamaño distribución de la planta.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Le gustaría que exista un centro turístico en el sector rural de la ciudad de Jipijapa que ofrezca actividades recreacionales? Sí___ No___ • ¿Cuántos empleados tiene? • ¿Hace cumplir el reglamento del código del trabajo con todos sus empleados? • ¿Qué área considera más atractiva dentro de su centro recreativo? • ¿Gastronomía, Actividades recreativas, atracciones u otra alternativa? 	

2.5.2 Variable Dependiente: Las Oportunidades de Crecimiento del Sector Rural del Cantón Jipijapa.

Tabla 2

Las oportunidades de crecimiento del sector rural del cantón Jipijapa.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
El turismo sostenible se concibe sí como un modelo de desarrollo con énfasis en la economía, pero que al mismo tiempo está basado en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural. (Cardoso, 2006)	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades producidas • Porcentaje de ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el tipo de lugar que prefiere visitar al salir de vacaciones? Ciudad____ Campo____ Playas____ Otros____ • ¿Cuánto de su presupuesto mensual destina para actividades recreativas? \$ 50.00 __ entre \$51 y \$100 __ entre \$101 y \$ 200 _____ Más de \$ 200 _____ Otro _____ • ¿Cuáles fueron sus expectativas? ¿Se cumplieron? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta dirigida a potenciales clientes ubicado en los cantones de la zona Sur de Manabí. • Entrevista a emprendedores.
	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Niveles de ventas • Número de consumidores • Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Con qué frecuencia suele visitar lugares turísticos? Una vez a la semana__ Cada 15 días__ Una vez al mes_ Cada 3 meses_ Otros_ • ¿Por qué medios informativos le gustaría conocer noticias sobre esta iniciativa de centro turístico a localizarse en el sector rural de la ciudad de Jipijapa? Periódico_ Radios_ Redes sociales_ Otros_____ • ¿De qué manera toman decisiones para mantener el interés y satisfacer las necesidades de los clientes? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta dirigida a potenciales clientes ubicado en los cantones de la zona Sur de Manabí. • Entrevista a emprendedores.

CAPÍTULO III

3. Marco Metodológico

3.1. Plan de Investigación

Para la ejecución del presente trabajo de titulación, se empleará una técnica útil para analizar, enfocar y delimitar los problemas que suceden en el medio, resolviendo a través de las respuestas de todos los involucrados, cuáles son las necesidades a solventar al igual que la zona especificada afectada, permitiendo solucionar a través de un estudio de pre factibilidad que permitirá mitigar la demanda del mercado y convirtiéndola en la rentabilidad buscada.

3.2. Tipos de Investigación

Investigación exploratoria.

En primer lugar, con la investigación experimental se define el tema de la investigación y se aborda el problema a estudiar a través de preguntas generadoras que conlleven las respuestas que más se adapten a la realidad y al contexto (Morales, 2015).

Como resultado del presente estudio descriptivo y exploratorio, se generó una lluvia de ideas o árbol de problemas, donde se fundamentó causa y efecto de los conceptos generales captados en la realidad del sector rural, acogiendo los principales motivos por lo cual, tomar la iniciativa para proyectar un emprendimiento de recreación turística, presente complicaciones fuera del ámbito económico. Sin embargo, la investigación explotaría llevo a cabo su análisis formativo, ya que plantea y resuelve los

problemas existentes con potenciales soluciones, que podrían mitigar dificultades futuras.

Investigación Cualitativa.

Según Cueto (2020) esta condición trata de una realidad como construcción inventada, lo cual permite tener una perspectiva clara de los instrumentos cognitivos y a su vez percibir que este proceso de adaptación pueda organizarse a través de la experiencia, una respuesta de manera eficaz.

La participación de este tipo de investigación, toma forma a través de las entrevistas, herramientas que fueron utilizadas para comunicarse con emprendedores que comercializan este servicio de recreación turística, dentro de la zona Sur de Manabí, compartiendo experiencias y dando una idea clara de los motivos, objetivos, y metas a alcanzar a través de estas iniciativas.

Investigación Cuantitativa.

Para Cárdenas (2018) este tipo de investigación está basado en el positivismo lógico que pretende encontrar leyes que expliquen la realidad, a través de datos medibles y cuantificables enfocadas en el resultado, ya que su principal análisis es estadístico y funciona como identificador de tendencias, comparación de grupos o relaciones entre variables.

Cabe recalcar que este procedimiento estadístico se enfocó en la recolección de información de muchos casos, por medio de la encuesta, considerando la población de la muestra y seleccionando aquellos participantes que se encuentran dentro del trabajo de campo, es decir la zona Sur de Manabí. Por tal motivo los datos numéricos, permitieron

graficar los resultados y poder proyectar de manera más clara la realidad del presente estudio.

Dentro de la investigación los principales tipos de investigación con los que se fortaleció la presente investigación fueron la Investigación cuantitativa y la investigación cualitativa.

3.3. Fuentes de Investigación

Fuentes primarias

Los datos recopilados para sostener la validación de esta investigación fueron a través de encuestas a 384 personas pertenecientes a 3 cantones de la zona sur de Manabí (Jipijapa, Manta y Portoviejo), de los cuales el 45% son hombres y el 55% son mujeres con un rango de 15 a 64 años de edad. Además de 3 emprendedores que fueron entrevistados para dar a conocer su experiencia como proveedores de este servicio de turismo recreacional.

Fuentes secundarias

La información proporcionada fue recopilada a través de fuentes de información como el Ministerio de Turismo, libros y artículos científicos derivados con el tema de esta investigación, sitios web, y proyectos similares que sostienen la credibilidad y validez de la información presentada.

3.4 Población

La selección de la población fue estimada a través de la selección del grupo objetivo de aquellos visitantes y potenciales turistas situados en varias ciudades de la zona sur de Manabí, como son Jipijapa, Manta y Portoviejo. La recopilación de la

información se basó en los datos estadísticos del Censo (2010), y tras una población proyectada al 2020 por el porcentaje de la población seleccionada que corresponde al 63% se logra calcular el tamaño de la muestra.

$$N = \text{Población proyectada al 2020} * \% \text{ de la población seleccionada en Censo 2010}$$

$$N = 660.726 * 63\%$$

$$N = 416,257.38$$

3.5 Tamaño de la Muestra

Para determinar el resultado de la muestra, se establece con 416,257.38 habitantes, con la finalidad de adecuar el estudio para acercarse a valores reales estimados que sirvan para el direccionamiento del estudio de pre factibilidad, usando la siguiente formula:

$$p = \text{Probabilidad de ocurrencia} \quad 50\%$$

$$q = \text{Probabilidad de no ocurrencia} \quad 50\%$$

$$a^2 = \text{Nivel de significancia} \quad 5\%$$

$$N = \text{Número de Población}$$

$$Z^2_{\alpha/2} = \text{Nivel de Confianza} \quad 1.96$$

3.5.1 Formula del Tamaño de la Muestra.

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

$$n = \frac{416,257.38 (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.96)^2}{(416,257.38 - 1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = \frac{399607.0848}{1040.64095 + 0.96}$$

$$n = 384$$

Por lo tanto, la muestra es de 384 habitantes, siendo a la cantidad a la que se aplicará una encuesta dirigida a personas entre 15 y 64 años de los cantones de la zona Sur de Manabí, con el objetivo de obtener información necesaria para la realización de un estudio de factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa.

CAPITULO IV

4. Formulación del Proyecto

Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto de San Pascual del cantón Jipijapa.

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Para el desarrollo del presente trabajo se tomó en cuenta la muestra de un grupo poblacional de 384 personas, las cuales pertenecen a distintos sectores tales como; Portoviejo, Manta y Jipijapa representando a las ciudades cuya población es considerada cliente potencial, pertenecientes a la zona sur de Manabí. La muestra está dividida en el 45% hombres y 55% mujeres, el rango de edades fluctúa entre 15 a 64 años. A partir de este análisis se plantean los siguientes resultados de las encuestas.

1. **¿Cómo considera la demanda de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa?**

Tabla 3

Demanda

Variable	Frecuencia	%
Alta	199	52%
Media	147	38%
Baja	38	10%
Total	384	100%

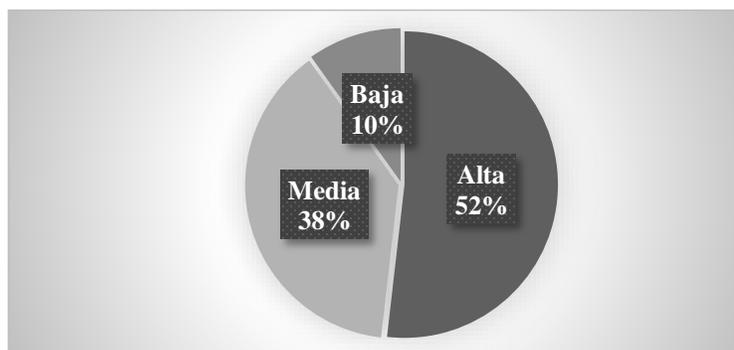


Figura 1. Demanda

La tabla 1, muestra que se considera alta la demanda en el 52% de su población, un 38% lo califica como media, y solo un 10% que exista una baja demanda de los centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa. Por mayoría se deduce que sí existe una demanda considerable de estos emprendimientos es favorable para la propuesta de negocio que se pretende iniciar en el sector San Pascual de la ciudad de Jipijapa.

2. ¿Cómo estima el nivel de ofertas de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa?

Tabla 4

Oferta

Variable	Frecuencia	%
Alta	33	9%
Media	151	39%
Baja	200	52%
Total	384	100%

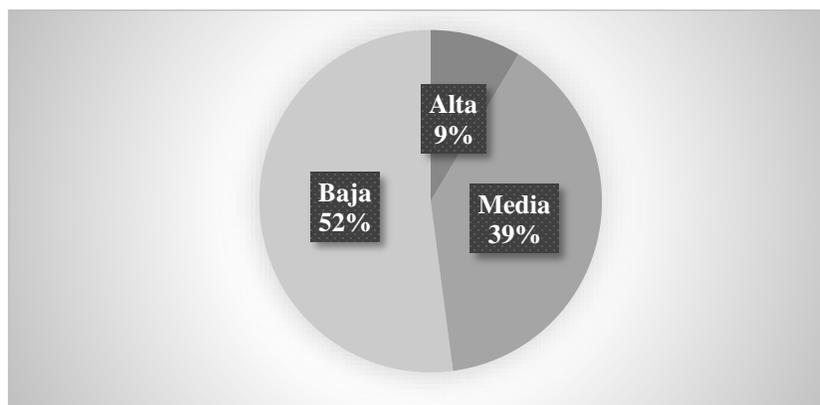


Figura 2. Oferta

Con relación a la segunda pregunta, se estipula la medición de la oferta en esta área de servicios recreacionales como baja, ya que aborda un 52% de elección, y medio en 39%. Es decir que se puede observar una escasez de recurrencia de estos negocios haciendo más necesario este tipo de lugares en la ciudad.

3. **¿Considera que existe alta competencia de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa?**

Tabla 5

Competencia

Variable	Frecuencia	%
Si	119	31%
No	265	69%
Total	384	100%

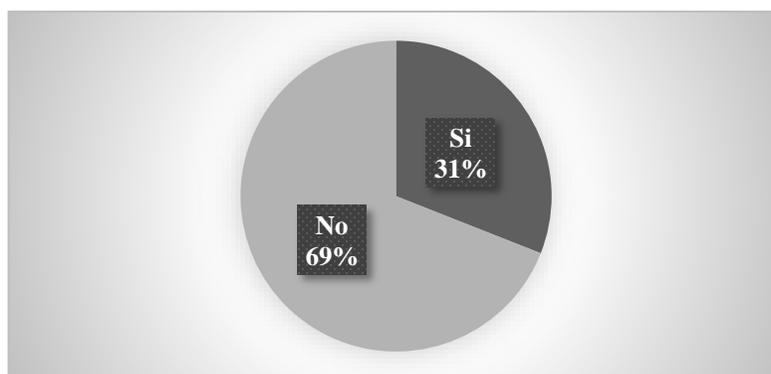


Figura 3. Competencia

En correspondencia a este interrogante, se observa que, si podría existir un porcentaje considerado del 31% de competencia en este servicio, porque existen negocios similares en otras ciudades. No obstante, la mayoría que es el 69% indica que no hay mayor presencia de una competencia directa que intervenga con el emprendimiento analizado.

4. ¿Cuál es el tipo de lugar que prefiere visitar al salir de vacaciones?

Tabla 6

Preferencias

Variable	Frecuencia	%
Ciudad	38	10%
Campo	190	49%
Playa	140	36%
Otros	16	4%
Total	384	100%

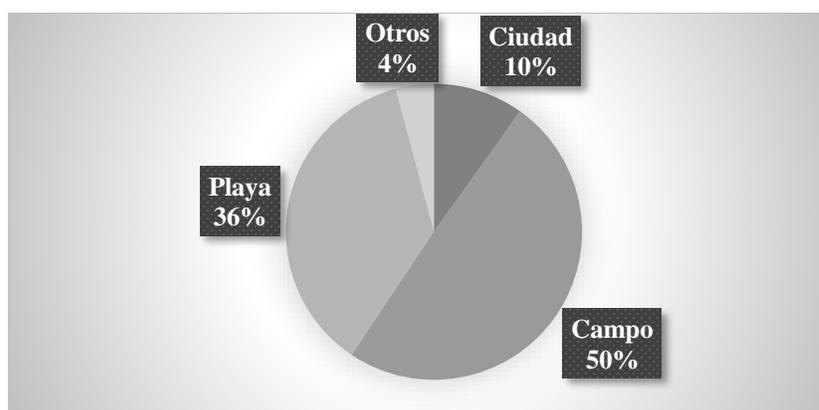


Figura 4. Preferencias

Considerando la población estudiada y las tendencias de lugares a visitar, se observa un mayor interés en las zonas campestres con un 49% de selección, seguido de las playas con 36%, luego la ciudad con un 10% y la población restante se inclina en otros atractivos turísticos no mencionados. Por tal efecto es importante destacar y medir la importancia de satisfacer los deseos de los clientes en cuanto a las zonas naturales y ecológicas, aprovechando el interés de las personas en visitar estos lugares.

5. ¿Con qué frecuencia suele visitar lugares turísticos?

Tabla 7

Frecuencia

Variable	Frecuencia	%
Una vez a la semana	33	9%
Cada 15 días	87	23%
Una vez al mes	125	33%
Cada 3 meses	102	27%
Otra	37	10%
Total	384	100%

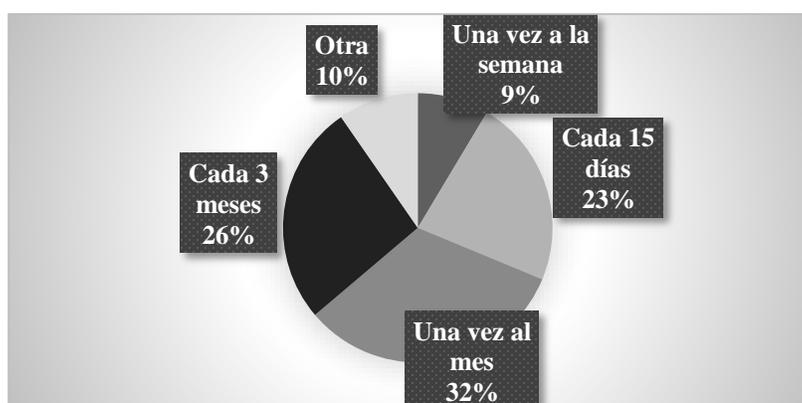


Figura 5. Frecuencia

La frecuencia en cuanto al nivel de visitas a diferentes lugares turísticos, está relacionada con su propio nivel de interés. Por ejemplo, en la presente tabla el mayor nivel de respuesta está en 33% correspondiente a visitar una vez al mes, por consiguiente, cada 3 meses con un nivel de respuesta del 27%, posteriormente tendría un 23% la variable de cada 15 días, el 9% una vez a la semana, por último, para otros tipos de frecuencias poco afluentes se ve una respuesta del 10%, habiendo una tendencia de visitas notoria.

6. ¿Qué aspectos considera más esencial en un centro turístico recreacional?

Tabla 8

Aspectos esenciales

Variable	Frecuencia	%
Infraestructura	38	10%
Gastronomía	160	42%
Atención al cliente	88	23%
Actividades recreativas	98	26%
Total	384	100%

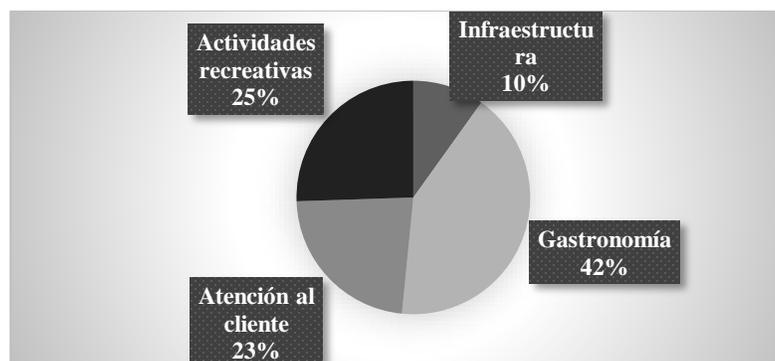


Figura 6. Aspectos esenciales

En referencia a la pregunta 6, se analiza qué aspectos los clientes consideran esenciales al momento de visitar un lugar, donde el mayor interés se ve enfocado en la gastronomía con un 42%, el segundo nivel más atendido serían las actividades recreativas representando el 26%, seguido de la atención al cliente con un 23%, y así mismo la importancia de una buena infraestructura con un margen del 10%. Lo cual muestra en qué áreas no se deben enfocar para satisfacer esas necesidades y deseos, plasmando a la gastronomía como un punto decisivo.

7. ¿Qué factores considera al momento de elegir un viaje en familia?

Tabla 9

Importancia

Variable	Frecuencia	%
Precios	147	38%
Clima	72	19%
Distancia	57	15%
Actividades recreativas	83	22%
Otros	25	7%
Total	384	100%

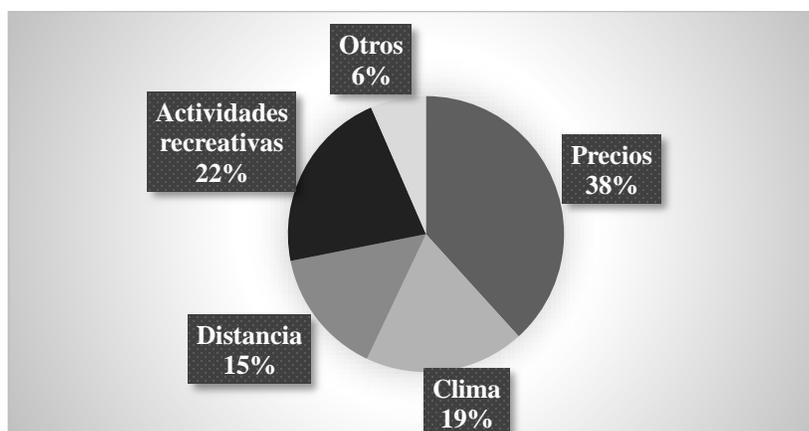


Figura 7. Importancia

Esta interrogante presenta los factores o condiciones importantes al momento que el cliente decida el lugar el cual visitará, donde un 38% dependerá del precio, luego de las actividades recreativas con un 22%, el clima en un 19% y por consiguiente la distancia con un 15%. Este análisis ayudará a enfocarse directamente a esos aspectos, creando un ambiente adecuado, que cumpla con las necesidades y que le dé mayor rentabilidad al negocio.

8. ¿Qué actividades recreativas son de su interés?

Tabla 10

Interés

Variable	Frecuencia	%
Deportes extremos	106	28%
Camping	81	21%
Excursión	156	41%
Otros	41	11%
Total	384	100%

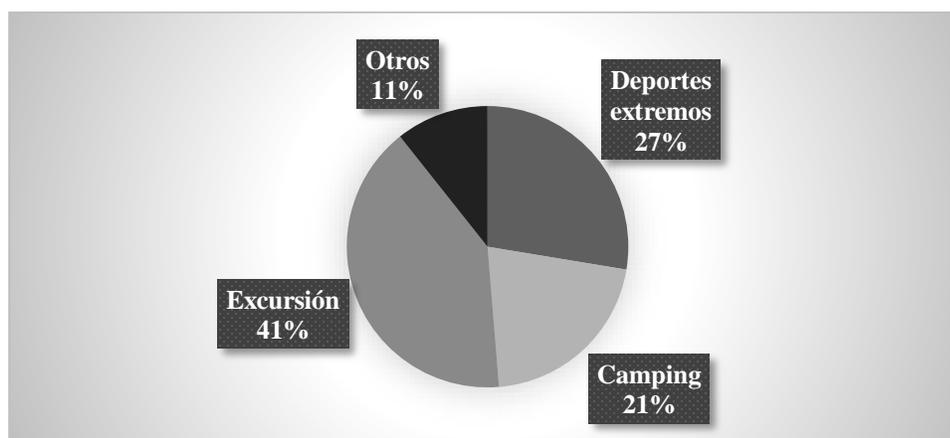


Figura 8. Interés

Enfocándose directamente en las actividades recreativas gracia al vasto interés del cliente, se detallaron parte de estas para determinar si resultaría interesante para los potenciales consumidores, donde se visualiza que las excursiones abordan un 41%, los deportes extremos el 28%, el camping un 21%, y la opción otros incurren en un 11%. Es decir que el mayor interés recae en las excursiones y deportes extremos, dando una guía al momento de elegir las actividades con las que contará el negocio.

9. ¿Con cuántas personas Ud. viaja habitualmente?

Tabla 11

Cantidad de personas

Variable	Frecuencia	%
1-3	85	22%
4-6	178	46%
6-9	69	18%
Más de 10	52	14%
Total	384	100%

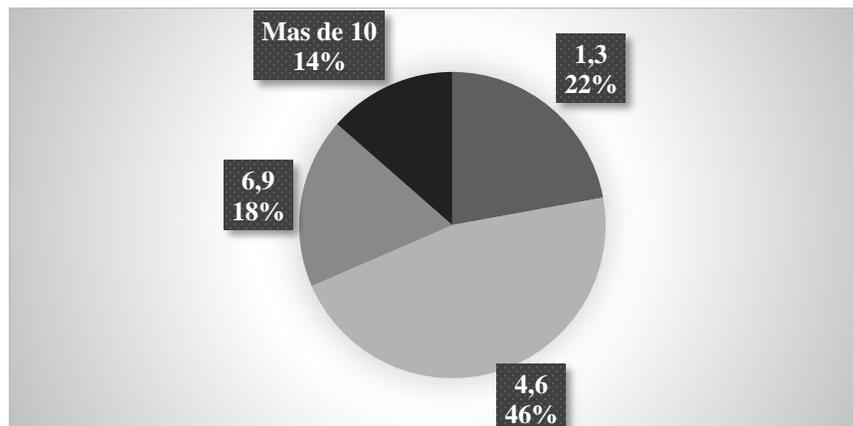


Figura 9. Cantidad de personas

La interrogante 9 está relacionada a la cantidad de personas que podrían visitar el lugar, se desglosa, entre 4 a 6 personas con un 46%. Siendo una cantidad beneficiosa para abordar las diferentes ofertas de negocio. Por consiguiente, el 22% suele viajar con 1 a 3 personas. El 18% entre 6 a 9 personas y solo un grupo del 14% suele realizar sus viajes con cantidades mayores a 10 personas que son grupos grandes pero de poca recurrencia, lo cual se puede observar en la figura 9.

10. ¿Considera Ud. necesaria la asistencia de un guía turístico en sus viajes?

Tabla 12

Asistencia de un guía turístico

Variable	Frecuencia	%
Si	270	70%
No	114	30%
Total	384	100%

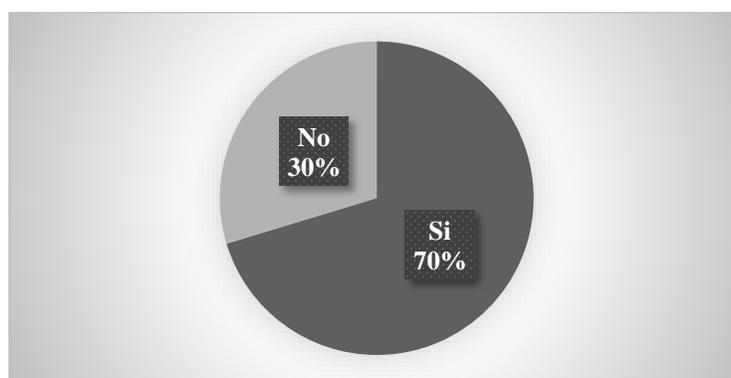


Figura 10. Asistencia de un guía turístico

En esta interrogante, se relaciona con las preguntas anteriores en cuanto a las actividades recreativas, en donde se visualizó el interés de los posibles clientes hacia las excursiones, se medirá si es o no necesario que se asista con un guía turístico. A partir de esta figura se puede observar que el 70% de la población ve la necesidad del acompañamiento de un guía turístico, mientras el 30% indica que no es necesario, predominando las respuestas sí, la cual se tomará muy en cuenta al momento de construir los paquetes.

11. ¿Cuánto de su presupuesto mensual destina para actividades recreativas?

Tabla 13

Presupuesto para actividades recreativas

Variable	Frecuencia	%
\$50.00	74	19%
Entre \$51 y \$100	109	28%
Entre \$101 y \$ 200	114	30%
Más de \$ 200	60	16%
Otra	27	7%
Total	384	100%

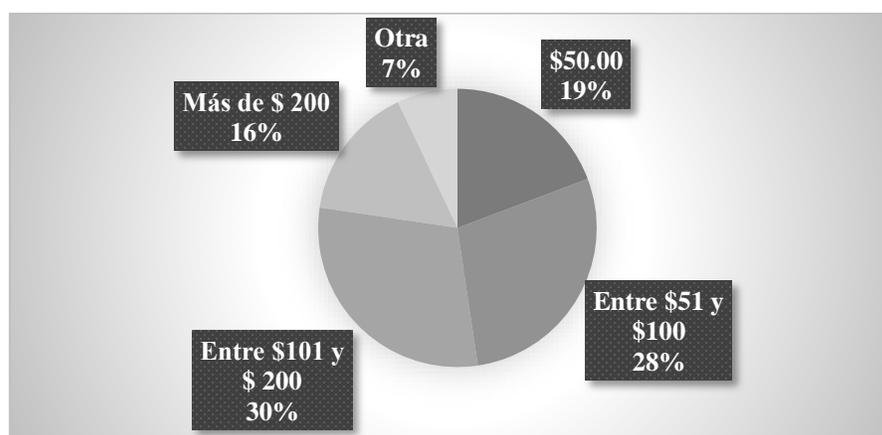


Figura 11. Presupuesto para actividades recreativas

Dentro de la población estudiada, se midió el valor que los clientes presupuestan con la finalidad de satisfacer sus necesidades recreativas turísticas, donde se observa que entre los 101-200 dólares es el valor más seleccionado con un 30%, por debajo del mismo está entre 51-100 dólares con un 28% y luego 50 dólares que representan el 19%. Por consiguiente, el 16% adopta más de 200 dólares y el 7% otros valores independientes que son destinados para este servicio de recreación.

12. ¿Le gustaría que exista un centro turístico en el sector rural de la ciudad de Jipijapa que ofrezca actividades recreacionales?

Tabla 14

Nuevo centro turístico

Variable	Frecuencia	%
Si	359	93%
No	25	7%
Total	384	100%

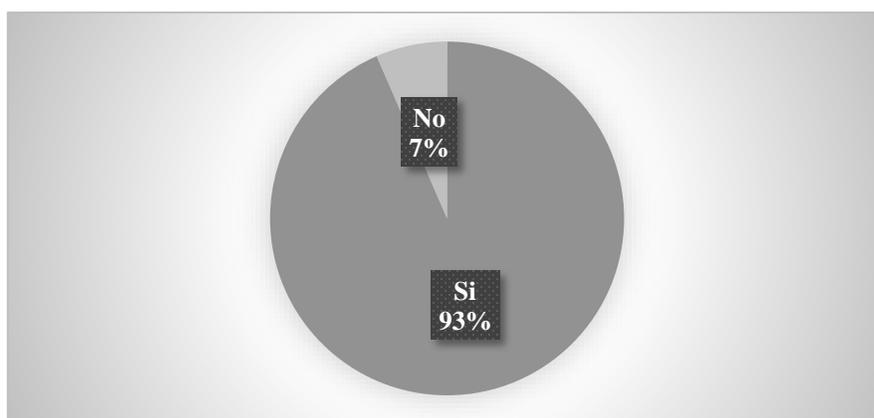


Figura 12. Nuevo centro turístico

El interrogante número 12, Tiene como destino descubrir el nivel de aceptación que la población estudiada le da al negocio de la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa, donde el 93% de la población dispone una respuesta positiva, mientras que solo el 7% mantiene la negativa ante esta propuesta, es decir que una gran mayoría poblacional generará la sostenibilidad necesaria para este presente proyecto.

13. ¿Por qué medios informativos le gustaría conocer noticias sobre esta iniciativa de centro turístico a localizarse en el sector rural de la ciudad de Jipijapa?

Tabla 15

Medios informativos

Variable	Frecuencia	%
Periódico	40	10%
Radio	27	7%
Redes sociales	296	77%
Otra	21	5%
Total	384	100%

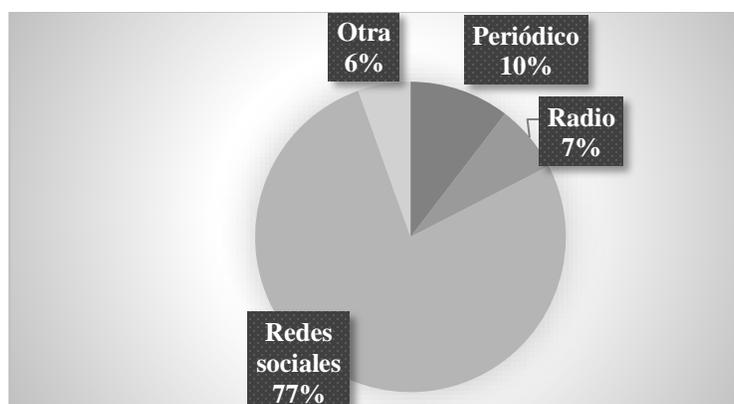


Figura 13. Medios informativos

Esta interrogante, posee las opciones de medios de comunicación por los que le gustaría escuchar, leer o descubrir estos lugares recreacionales. Donde el 77% adopta el área de las redes sociales, dado que son los medios más accesibles actualmente para la clientela, seguido del periódico como otro medio adecuado que se ubica con un 10%, por consiguiente, la radio con un 7% y por último un 5% que aspira conocer estos lugares de otra forma independiente.

4.1.1 Entrevista a emprendedores

Entrevista 1: Ing. María Mercedes Álvarez Muñiz propietaria de Quinta La Iguana.

El desarrollo de la entrevista, se dio dentro de la gerencia de la propietaria de este centro recreacional, donde se convivió de manera muy satisfactoria en una pequeña conversación indicando los inicios de su negocio, las dificultades que presente, así como su índice de solvencia y el aporte que brinda a sí mismo.

Lo primero en resolver fue el plan de acción a ejecutar en la estructura y formación de este centro turístico, respetando la flora que apetecía esta zona considerada rural y que tiene un fácil acceso a la comunidad y a diferentes sectores de la zona Sur. El siguiente punto procedió a ser el plan de apoyo del recurso humano que fue sustentado por las personas que viven cerca del medio y fueron quienes atrajeron por medio de su conocimiento, la gastronomía y la publicidad brindada a la potencial clientela, inversores e interesados en fomentar el buen desarrollo de un turismo sustentable.

Con el pasar del tiempo, el índice de interés de la población, aumentó hasta ser considerado un centro turístico dentro del cantón, siendo reconocidos por su gran gastronomía en platos típicos, a la carta y hasta platillos de la casa. En lo posterior adquirieron animales domésticos, y silvestres entrenados volviéndolos parte de este desarrollo turístico, y siendo llamativos para la clientela recurrente. En el periodo de dos años fueron capaces de construir balnearios para aumentar el interés público y así generar una mejor oferta en el mercado, para que, a los tres años de labor, se diera el paso de acceso a un río que este añadido a este terreno y se adecuó para el buen funcionamiento y cuidado de los interesados.

MAPA DE EMPATÍA

ACTOR:

Ing. María Mercedes Álvarez Muñiz

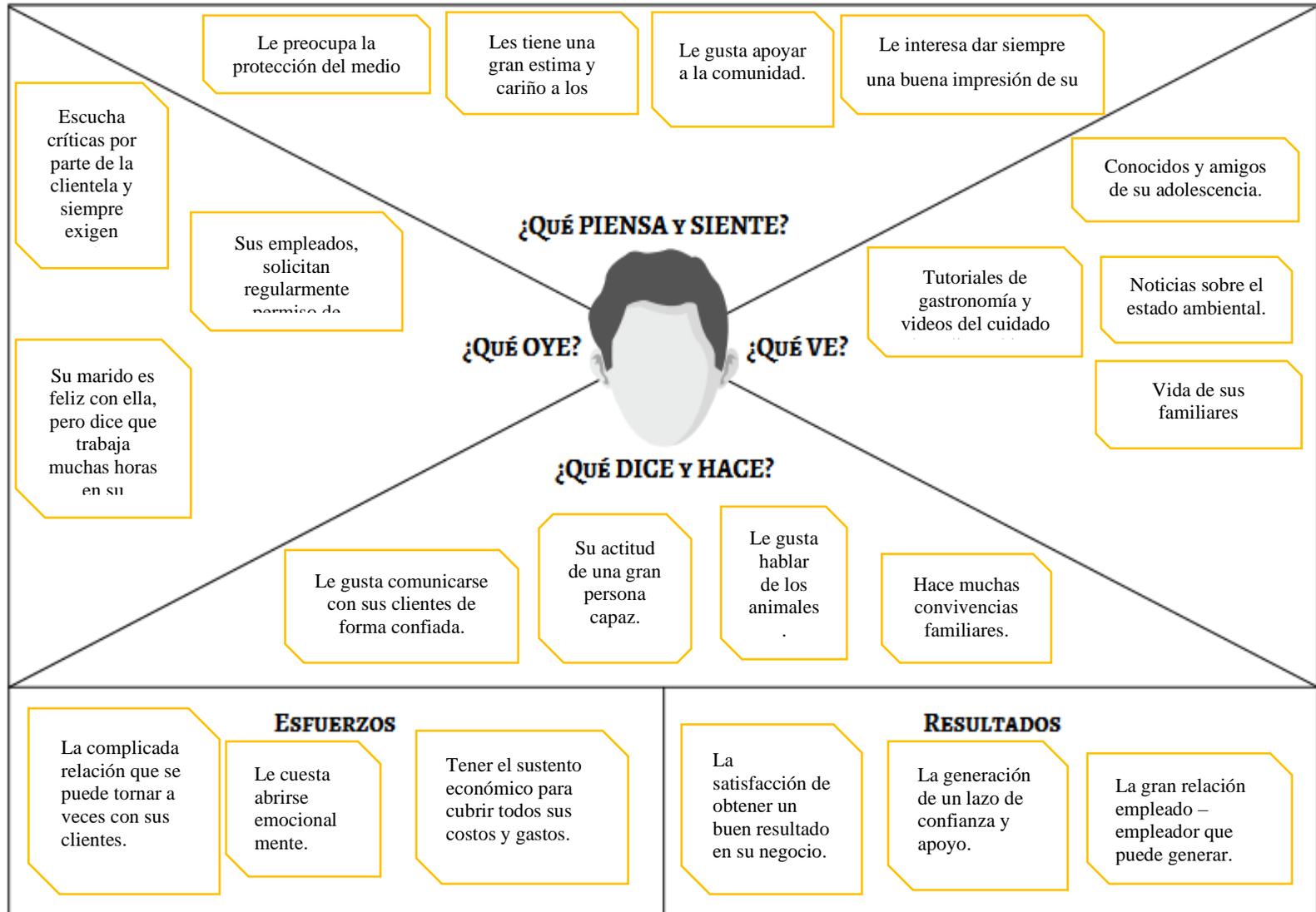


Figura 14. Mapa de empatía 1

Entrevista 2: Ing. Gusto Peña propietario de Centro Recreacional “El Montesito”.

La presente entrevista se realizó en el despacho del propietario del Centro recreacional “El Montesito”, el Sr. Gustavo Peña quien amablemente nos recibió con la intención de brindarnos un recuento de la historia de su emprendimiento con más de 8 años de gestión, presentado como un hobby, el cual con el pasar de los años, se volvió un negocio rentable que genera un aporte comunitario inclinado al apoyo en los jóvenes interesados en la natación. En primera instancia, nos indicó el periodo de tiempo que tomó la planificación y construcción de su local, el cual le llevo alrededor de 6 meses, siendo un sueño que alcanzó en familia. Con el pasar del tiempo, cumpliendo con los permisos de la ley, se apertura a la comunidad de Jipijapa y todos sus visitantes con platos tradicionales, zona de juegos, zona de deporte (vóley), zona de natación y zona de baños. Este fue el primer lanzamiento del centro recreacional “El Montesito”, generando una gran estima por parte de los clientes, al ser el primer local situado en esta zona y al tener una gran demanda, inclusive por visitantes extranjeros fue muy reconocido en la ciudad de Jipijapa. Asimismo, mencionó que, con el porvenir de los años, mantuvo el mismo ritmo, brindando el debido mantenimiento a las instalaciones, cambiando las temáticas del panorama e incluso dando exclusividad a los clientes que lo soliciten. A la actualidad sigue manteniendo el mismo peso e infraestructura dado que no pretende hacer cambios en el mismo, por lo que quiere ser reconocido por mantenerse como en sus inicios. Un dato adicional que se nos compartió es la colaboración que brinda al deportista para la práctica de deportes como la natación, dando ese apoyo social que

tanto le llama la atención para favorecer el crecimiento y desarrollo personal de los jóvenes que están inclinados a la práctica de esta disciplina.

MAPA DE EMPATÍA

ACTOR:

Ing. Gusto Peña Muñiz



Figura 15. Mapa de empatía 2

Entrevista 3: Ing. Santiago Quiroz Fernández, PhD. Rector. Encargado de la Universidad Técnica de Manabí – Administrador del Jardín Botánico de Portoviejo.

El Jardín Botánico de Portoviejo es una zona preservada, jardín botánico, arboreto, Orquideario, y área de rescate. El Área de Reserva tiene 37 hectáreas; área Jardín botánico 10 hectáreas, área Centro de Rescate 3 hectáreas, lo que hace un total de 50 ha de extensión, propiedad de la Universidad técnica de Manabí, que se encuentra en la ciudad de Portoviejo, por lo que la presente entrevista fue realizada al Rector de la Universidad, quien amablemente accedió a tener una charla, vía zoom, brindándonos un recuento de la historia de un Jardín inaugurado en el año 1993, donde tuvo lugar la propuesta de proyecto presentada por el Ing. Jorge Vizcarra Torres al Dr. Guido Álava Párrala Rector de la Universidad Técnica de Manabí y llevada a la práctica en la creación del Jardín Botánico por el Ing. Johnny Muentes Mora.

Redacta, que la faceta de este territorio, consiste en la detallada observación de especies para generar recomendaciones sobre usos apropiados y su adaptación al medio manabita. Importante papel tiene en este sentido la sección de plantas introducidas, la de cactus y la de palmas, esta última con más de veinticinco especies provenientes de todo el mundo. También se está realizando un inventario botánico de la reserva adjunta al Jardín. Otro de los objetivos de un jardín botánico, y este no es diferente, es el de conservar y propagar especies escasas. Dos secciones del Jardín son cruciales para ello. La una es la de bosque húmedo, donde encontramos árboles amenazados por la sobreexplotación, como la caoba, el bálsamo o el guayacán. Para lograr mantener especies del Oriente en el seco clima manabita, fue necesario crear un microclima con las propias plantas, y el resultado es un agradable bosquecito en que los paseantes

alivian los calores de las tardes portovejenses. Se puede decir que cerca de 13 mil personas visitan el Jardín en un año y hoy encuentran estudiantes, parejas de enamorados, familias y turistas que disfrutan de un remanso verde entre la expansión del concreto. Además, el Jardín ofrece asesoramiento sobre jardinería, manejo integral de plagas y preparación de abono orgánico, que vende, así como también las plantas de sus viveros. Con esto y con las entradas asegura su financiamiento. Pero lo que en realidad apuntala al Jardín es la mística y la visión de futuro de sus gestores.

MAPA DE EMPATÍA

ACTOR:

Ing. Santiago Quiroz Fernández

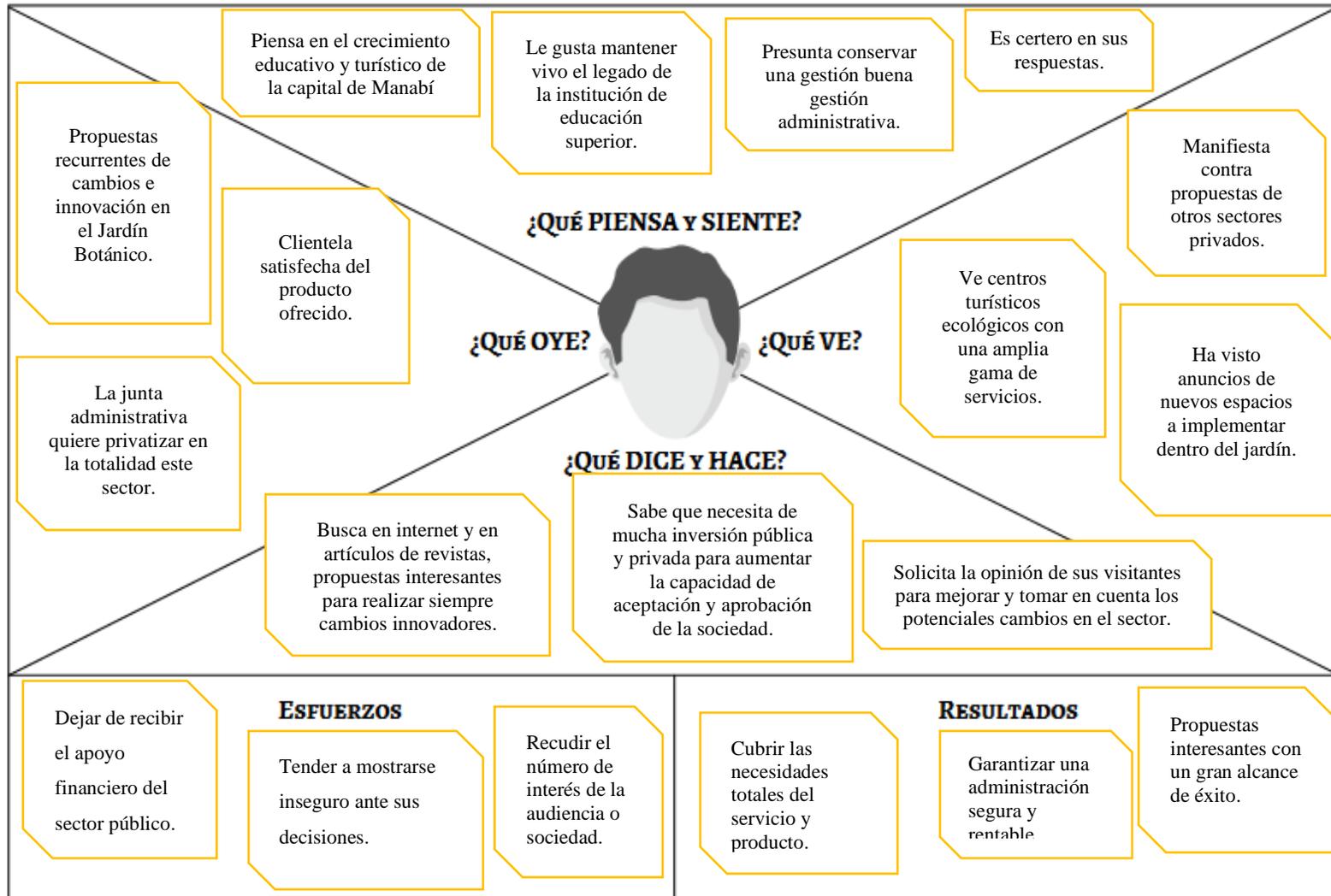


Figura 16. Mapa de empatía 3

4.2 Estudio de Mercado

4.2.1 Microambiente

En Ecuador, el turismo y las diversas ramas de recreación y diversión para la población se está inclinando hacia la conservación ambiental y los espacios naturales basándose en un desarrollo sostenible a nivel mundial y nacional, incluso a pesar de que se ha visto afectado por situaciones como pandemia, economía, y competencia internacional, está surgiendo a base de la creación de espacios naturales.

Por tal motivo, hoy en día se ve más reflejado el interés de las personas en conocer y visitar lugares nacionales lo que motiva a fomentar proyectos de emprendimiento para la creación de espacios naturales inclinados al ecoturismo y el desarrollo sostenible.

4.2.1.1 Análisis del consumidor:

Este emprendimiento está dirigido a las personas entre 15 a 64 años de los cantones de la zona Sur de Manabí, Portoviejo, Manta, Jipijapa que estén en la capacidad económica y de tiempo para visitar y disfrutar este tipo de espacios turísticos.

4.2.1.2 Proveedores

Tabla 16

Proveedores principales

Logo	Nombre	Ciudad	Insumo
	AKI	Calle 10 de Agosto, Víctor Manuel Rendón, Jipijapa 130650	Proveedor de suministros básicos de alimentación, higiene y protección.
	JUNTA DE RECURSOS HIDRAULICOS	Dir: Av. Alejo Lascano Jipijapa – Ecuador	Proveedor del servicio de abastecimiento de alcantarillado y agua potable.
	FERRETERIA Y PINTURAS LINO	JCX9+FJR, Jipijapa	Proveedor de productos de construcción y mantenimiento de la infraestructura
	COMUNIDAD SAN PASCUAL	Recinto San Pascual- Jipijapa, av. Noboa la Palma	Proveedor de servicios de cuidado, mantenimiento y reserva de flora y fauna.

4.2.1.3 Competidores

Dentro de los principales competidores locales esta la “Quinta La Iguana” que ofrece servicios de comida y piscina, situada en la Vía Noboa, de la ciudad de Jipijapa. Siendo las primeras opciones que los habitantes escogen para recreación y diversión, sin embargo, este negocio no está enfocado hacia el desarrollo sostenible en su totalidad, no cuenta con espacios amplios de naturaleza y conservación ambiental.

El Centro Recreacional “El Montesito”, ubicado en la Parroquia Manuel Inocencio Parrales Y Guale de Jipijapa, se posiciona como otro competidor ofreciendo facilidad de reservaciones para espacio familiares, piscinas, comida, ambiente agradable. Es también un lugar reconocido en el cantón a pesar de que tampoco posee amplitud en espacios naturales.

Como opciones de competidores a nivel nacional está el Jardín Botánico de Portoviejo, ubicado en el centro de la ciudad, a pesar de que está inclinado hacia lo ecológico no posee otras actividades recreacionales. Así mismo en Portoviejo está el Balneario El Tigre De Chirijos, aunque este centro cuenta con más actividades para los visitantes.

4.2.2 Macro ambiente

4.2.2.1 Político

- Fomentar y apoyar la creación de espacios ecológicos es un paso muy importante que el gobierno debe de tomar en cuenta para un desarrollo de actividades sostenibles, a pesar de la existencia de principios ambientalmente responsables, mencionado en la Constitución de la República del Ecuador, no existe la práctica notoria de la misma.

- Por otro lado, la poca accesibilidad a créditos bancarios privados o del gobierno se convierte en una de las mayores dificultades, porque muchas veces los bancos no apoyan este tipo de negocios, acción que limita económicamente a aquellas personas que desean invertir en estos negocios. Por lo que el gobierno nacional debería habilitar líneas crediticias para la obtención de créditos con facilidad.

4.2.2.2 Económico

- A pesar de la actual crisis de pandemia y cada una de las consecuencias que ha dejado en la economía del país poco a poco se están reactivando, las personas están restableciendo sus ingresos y creando así la oportunidad de dirigir parte de su economía a su recreación y diversión siendo los espacios naturales, uno de los atractivos solicitados. Los nuevos emprendimientos turísticos nacionales deben acoger estrategias nuevas para así llamar la atención del consumidor.

4.2.2.3 Social

- El impacto social que este proyecto tomará en su entorno está enfocado al crecimiento económico los habitantes de la Comunidad San Pascual del cantón Jipijapa, debido a la falta de trabajo y el poco estudio que mantienen algunos de sus habitantes, por tanto, se encuentra en un desequilibrio socio económico.
- El Turismo sostenible en la actualidad se manifiesta como una tendencia turística que pretende desarrollar esta actividad de una manera responsable, comprometiendo a los promotores, inversionistas con el ambiente y generando responsabilidad social sobre su actividad económica.

4.2.2.4 Tecnológico

- En la actualidad los medios tecnológicos y los diversos beneficios que contribuyen al crecimiento de los pequeños y grandes negocios son de gran ayuda. Los medios digitales dan la oportunidad de reconocimiento y promoción de las empresas, es muy importante que se domine en gran mayoría estas herramientas para beneficio de centros turísticos nacionales, ganando clientes y que su servicio sea conocido es vital.

4.2.3 La Oferta

El turismo en la actualidad es resultado de todo un proceso de cambios y reestructuración, consecuencia de la saturación de los modelos con que se inició el desarrollo de esta actividad ha ido dejando atrás el turismo masificado, centrado en el disfrute del producto sol y playa, oferta homogénea y estandarizada, que potencia el desarrollo espontáneo de centros turísticos y el afán por concentrar gran cantidad de gente en pequeños espacios físicos. En los últimos años se ha observado una marcada tendencia hacia formas productivas más flexibles, con mayor capacidad de adaptación por parte de la oferta productiva a la diferenciación y la segmentación de la demanda, un mayor compromiso con la calidad de la oferta y una gestión más eficiente de las empresas. (Machado & Hernández, 2019)

A partir de este análisis, la oferta destinada el mercado del sur de Manabí, está estimada para cubrir las necesidades de recreación y que pueda pasar de un campo contemplativo a activo, pues, como se sabe la actividad del turismo, la ecológica y la atracción de la cultura, aunque es un aspecto no muy explotado, si es muy

enriquecido por aquellos emprendedores que buscan la forma de aprovechar esta materia prima para divulgar y generar la rentabilidad que potencialmente estima la zona costera del Ecuador. Por este medio se interpreta que la tasa de crecimiento de la economía se relaciona con la del sector turístico, al igual que genera un aumento de la productividad y el cubrimiento de puestos de empleo que complementan los factores de la oferta y la demanda.

4.2.4 La Demanda (Demanda actual)

4.2.4.1 Estimación de la Demanda Actual

La demanda actual es estimada con base a la pregunta número uno de la encuesta, donde el 52% de las personas encuestadas de las zonas Sur de Manabí demandan este servicio de la creación de un centro recreacional turístico y ecológico, cuya demanda actual es de:

- Demanda actual: $416.257 * 52\%$
- Demanda actual: 216.454 habitantes.

Tomando en cuenta las consecuencias de una pandemia sanitaria se trabajaría con escenario más factible que es un crecimiento del 4,3% según proyecciones del Banco Mundial para Ecuador durante al año 2022. Se tendría una demanda total estimada de:

Tabla 17*Demanda total de habitantes*

Año	Demanda
0	216,454
1	225,762
2	235,470
3	245,595
4	256,156
5	267,171

4.2.5 Demanda Insatisfecha.**Tabla 18***Demanda Insatisfecha*

Demanda Insatisfecha	Demanda actual * Factor
Demanda Insatisfecha=	216, 454 *52%
Demanda Insatisfecha =	112, 556

De acuerdo al cálculo establecido se puede determinar que la demanda insatisfecha es de 112,556 habitantes resultado que servirá para verificar un verdadero nicho de mercado.

Analizando la pregunta número tres ¿Considera que existe alta competencia de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa?, en cuánto a la competencia de puede determinar lo siguiente:

Tabla 19*Nicho de Mercado*

Nicho de Mercado	Demanda actual * Factor
Demanda insatisfecha =	112,556*69%
Demanda Insatisfecha =	77,664

En base a la respuesta obtenida en el nicho de mercado se analiza que el centro turístico deberá atender a 77,664 habitantes de los cantones de la zona sur de Manabí, considerando una tasa de crecimiento actual del 4.3% anual se obtendrá la siguiente estimación de la demanda.

Tabla 20*Estimación de la demanda a atender*

Año	Demanda
0	77,664
1	81,004
2	84,487
3	88,120
4	91,909
5	95,861

4.2.6 Marketing Mix**4.2.6.1 Servicio.**

El centro recreacional turístico y ecológico “San Pascual”, será un entorno creado para la convivencia social y familiar, que tiene como plan proyectar y fortalecer la relación de las personas con la naturaleza, en cuanto al cuidado que requiere la flora y fauna del sector rural y como este apogeo, será útil para la generación de puestos de

empleo en los sectores más vulnerables de la ruralidad. El funcionamiento de este proyecto se emprenderá a partir de la adecuación de 1 hectárea (10.000 metros cuadrados) de terreno propio, que tiene una vasta productividad de vegetación, la cual será aprovechada clasificándose y brindando la remodelación indicada a través de una planificación de la estructura. Cabe recalcar que el trabajo será sostenido por los autores del presente proyecto de titulación y la comunidad que convive en la zona rural de la comunidad San Pascual de Jipijapa, quienes aprovecharán este recurso para emprender micro negocios, como productos y servicios que sean atractivos para la potencial clientela.

4.2.6.2 Precio

Los valores que se establecieron fueron tomando en cuenta los costos y la cantidad de servicios a ofrecer, por ejemplo:

Paquete individual: Incluye tour individual y acceso a todas las atracciones, cancha y piscina. \$ 15.00

Paquete Pareja y amigos: incluye tour, desayuno almuerzo para dos, y acceso a todas las atracciones, cancha, piscina. \$ 60.00

Paquete Familiar: Incluye Hospedaje, tour, desayuno, almuerzo, merienda para máximo 4 personas, acceso a todas las atracciones, cancha, piscina. (precio aplica restricciones por personas adicionales). \$ 180

4.2.6.3 Comercialización (Canales de Comercialización).

Los canales de distribución serán una herramienta indispensable para llegar al consumidor final, generando a través de la experiencia una buena reseña para generar la tradicional publicidad de boca en boca. Muy a parte de esta estrategia, la

comercialización se llevara a cabo de forma directa hacia la población que recorre muy frecuentemente lugares de la zona Sur de Manabí impulsando además a través de las redes sociales el reconocimiento de este sector importante en el Recinto San Pascual de Jipijapa y utilizando las agencias de viaje minoristas o mayoristas para abarcar un nicho de mercado más amplio, considerando que dentro de estas metas se encuentra involucrar al sector público, directamente al ministerio de Educación para llegar a ser utilizado como centro de reserva para aquellas excursiones, proyectos, exploraciones, y dinamismos utilizados en diferentes planteles educativos.

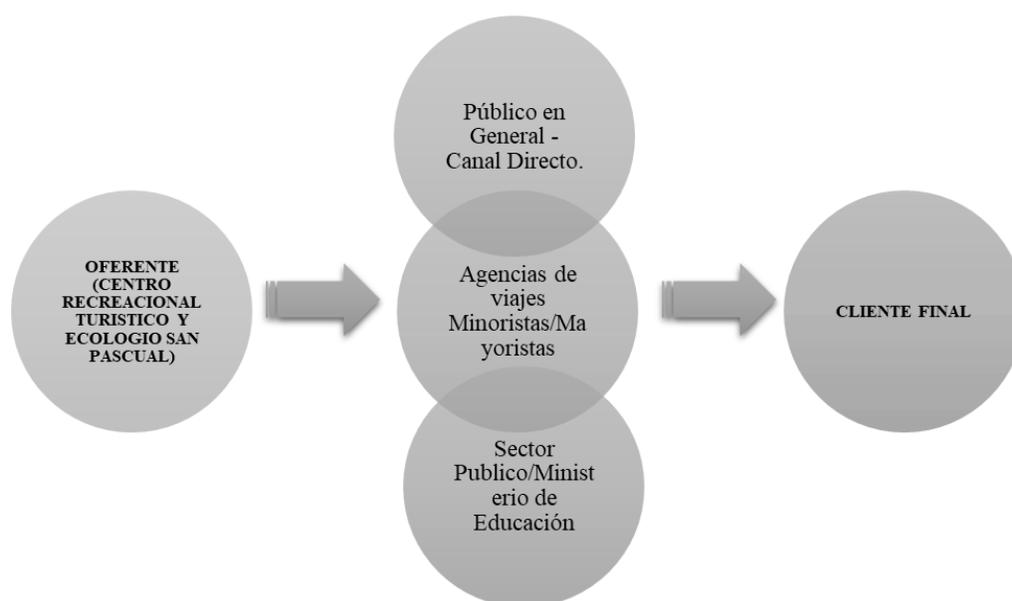


Figura 17. Canales de distribución del servicio.

Se observa a través de la siguiente figura, los canales de distribución que serán utilizados para abarcar de forma directa a la población seleccionada dentro del estudio de mercado, la misma que abarca la zona Sur de Manabí y que a su vez tiene intenciones poder reconocerse más allá de estos sectores.

4.2.6.4 Promoción

Dentro de los avances de un mercado global tan cambiante donde abunda la innovación y la tecnología, la comercialización de este emprendimiento se dará por medios digitales como son las redes sociales (Facebook, Instagram, twitter, WhatsApp, entre otros), herramientas que tienen mayor allegada y reconocimiento de los clientes potenciales.

Tabla 21

Publicidad y Promoción

Publicidad y promoción					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad y promoción física y redes sociales.	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Total	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00

Dentro de la presente tabla, se puede observar un gasto o inversión destinada directamente a la publicidad y promoción fija y constante la cual dependerá ciertamente de los cambios y medios por los que se intente llegar al consumidor final. Cabe recalcar que la promoción provee un gasto frecuente durante los próximos 5 años de actividad con un gasto mensual de \$ 50.00, por la consecuencia de lo imprescindible que es generar un buen espacio publicitario a través de la herramienta del marketing mix. De esta manera se pretende llegar al consumidor a través de su propia participación a través de post, historias, reels, tweets, y comentarios a través de páginas que permitan

interactuar experiencias y puntos de vista, que ayuden a mejorar el servicio y acondicionarse a las demandas del cliente.

Logotipo

Dentro del logotipo se pueden destacar características que representa la visión que se quiere transmitir hacia el consumidor, añadiendo un color verde representativo del ecosistema, al igual de las hojas que representan la amplia naturaleza que se puede encontrar, y por último se acentúa el nombre San Pascual como aquel símbolo de la comunidad.



Figura 18. Logotipo

4.3 Estudio Técnico

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa que mejor se adapte a los criterios de optimización, tomando en cuenta aspectos fundamentales como la localización, el flujograma del proceso entre otros que ayude a definir la capacidad y tamaño del proyecto.

Así mismo permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, mediante este estudio se identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto, por consiguiente, los costos de inversión y de operación requeridos, además del capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

4.3.1 Dimensión y Características del Mercado

4.3.1.1 Tamaño del proyecto

Tomando como base la información de la tabla 6, correspondiente a la demanda insatisfecha que es 112,556 habitantes, y el 49% de personas que según la tabla 4, prefieren el campo como lugar preferido para salir de vacaciones, asimismo el 93% de personas que indicaron de forma positiva la idea de un nuevo centro turístico en el sector rural del cantón Jipijapa de acuerdo a la tabla 12, aunado al 65% de personas que en suma suelen visitar lugares turísticos con una frecuencia de entre una vez a la semana hasta una vez al mes como fue indicado en la tabla 5, se obtiene el siguiente tamaño del proyecto:

Demanda insatisfecha total: $112,556 * 49\% = 55,152$ preferencia de personas por visitar el campo.

$55,152 * 93\% = 51,291$ personas que les gusta la idea de visitar un centro recreacional en Jipijapa

$51.291 * 65\% = 33,340$ personas que visitarían centros turísticos en el lapso de un mes

Sin embargo, para empezar el proyecto, de esta demanda insatisfecha total mensual, el centro recreativo estaría en capacidad de recibir aproximadamente el 4% de esta cantidad, por lo tanto, la capacidad instalada del centro recreacional turístico y ecológico San Pascual será de:

$33,340 * 4\% = 1,334$ personas mensualmente o 334 personas por semana, distribuida así:

30% Paquete personas y amigos por semana: 100 personas

46% Paquete familiar: 154 personas

24% Paquete individual: 80 personas

4.3.1.2 Distribución del espacio en planta

Para definir la distribución que corresponde al espacio de la planta del proyecto, se consideraron aspectos como la ubicación, accesibilidad, visibilidad, seguridad y confort para los que visiten el lugar. Además, se tomó muy en cuenta la importancia de tener espacios amplios de movilización para crear así una mejor experiencia de los clientes y de los trabajadores facilitando una mejor atención. El centro turístico recreacional “San Pascual” clasifica sus espacios de acuerdo a las medidas otorgados por el técnico afín del proyecto:

- Área de recepción y administración: Recibimiento de los clientes, cobro, y gestión de temas administrativos.
- Estacionamiento: Lugar destinado para estacionar los vehículos de forma segura.
- Sector de bicicletas para recorridos.
- Una cancha deportiva multiuso: Área donde los clientes puedan hacer actividades deportivas.
- Una piscina, un parque de juegos para niños.
- Tres puntos de guías turísticos.
- Tres puntos de Baños.
- Una zona de Reserva de animales.
- Una zona de Reserva de plantas.
- Un área de comedor.
- Un mirador con parapente de inicio y de llegada.
- Área de bodega y equipo de distribución de luz y agua.

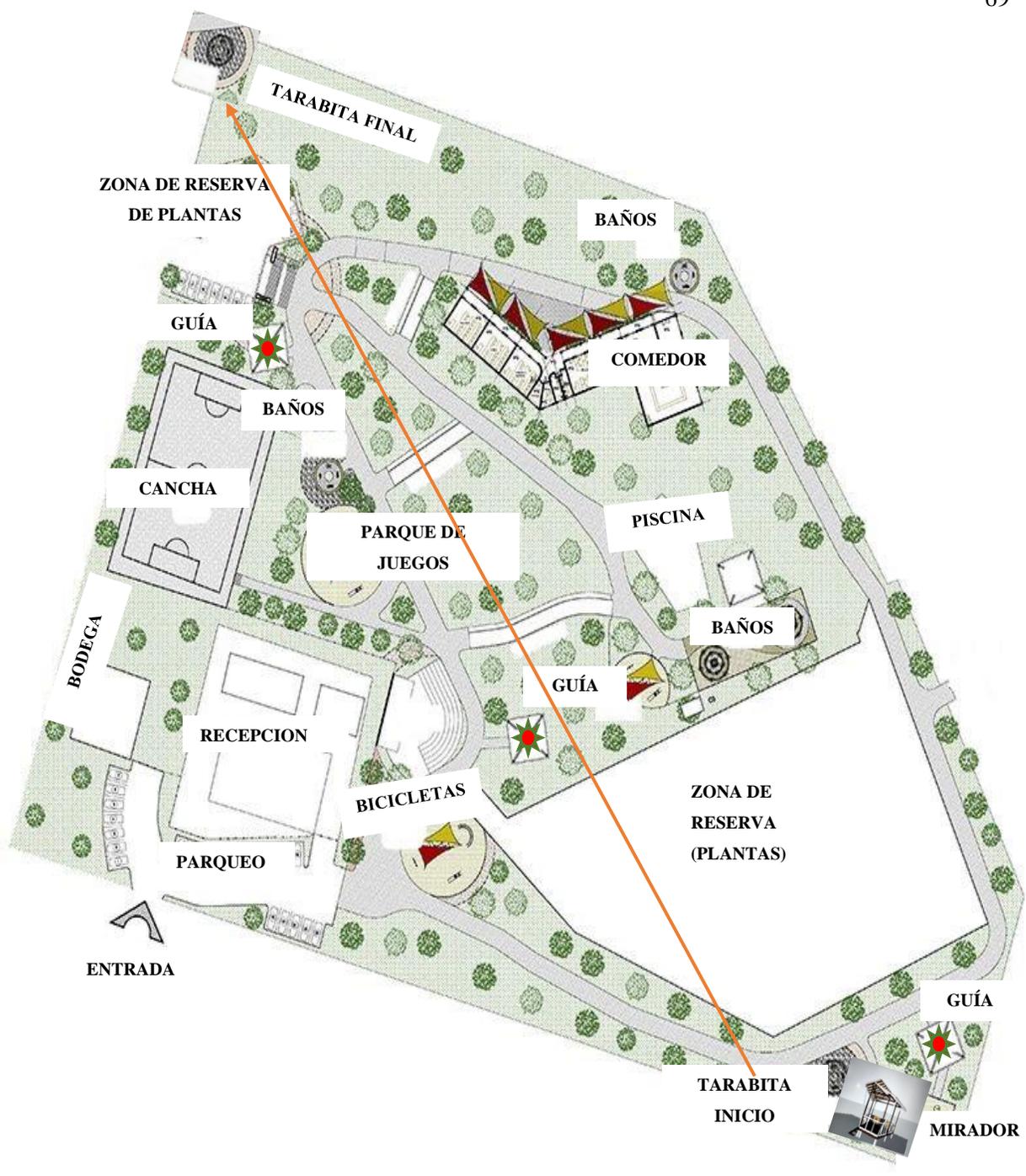


Figura 19. Distribución del espacio en planta

4.3.2 Localización del Proyecto

La localización más óptima es el lugar el cual brindará en gran medida la mejor tasa de rentabilidad, sobre todo que sea un espacio, ecológico y sostenible. De acuerdo a la localización macro este centro recreacional estará ubicado en Ecuador, provincia de Manabí, ciudad de Jipijapa, porque en esta ciudad además de preservar su naturaleza con esos espacios, el sector turístico ecológico está poco saturado por lo que el interés turístico aunado a esta tendencia está en constante crecimiento.

Macro localización

Jipijapa gracias a su vasta producción de café es conocida como “La Sultana del Café”. Esta ciudad cuenta con recursos turísticos como las playas de Puerto Cayo, los pozos de aguas termales, ubicadas en el sitio Andil; Choconchá y Joá, estos dos últimos considerados como lugares históricos, sin olvidar los amplios terrenos llenos de naturaleza y biodiversidad. En cuanto a su gastronomía en Jipijapa son muy reconocidas las tortillas de maíz y yuca del sitio Sancán; el greñoso y ceviche con maní, entre otros platos típicos que vuelve a este sitio muy atractivo. (Gobierno de Manabi, 2022)



Figura 20. Macro localización

Micro localización

Las futuras posibles localizaciones de este proyecto se encuentra en tres principales recintos de la ciudad de Jipijapa donde se destaca la naturaleza y cultura de la zona, estos posibles lugares son los siguientes: Parroquia la Unión, Parroquia Noboa y el Recinto San Pascual. Se determinaron las características y aspectos importantes que hicieron escoger estas zonas:

Lugar: zonas con áreas verdes tramos selváticos y espacios cultivados por los campesinos de la zona, además de abundante flora y fauna.

Vías de acceso: carreteras estables y camino lastrado.

Se determinó que el lugar más adecuado para la creación del centro recreacional turístico y ecológico por varios aspectos más viables sera el Recinto San Pascual porque cuenta con un terreno propio, además de que es un lugar donde las vías de acceso están en buenas condiciones, a parte del gran valor cultural y turístico de la zona.

Ubicación: Jipijapa – Manabí

Parroquia: Jipijapa

Dirección: Vía Noboa, entrada “La Palma”

Entorno: Seguro, agradable y apropiado para realizar actividades de relajación y diversión.

Transporte: Circulación de buses públicos en la carretera estable.

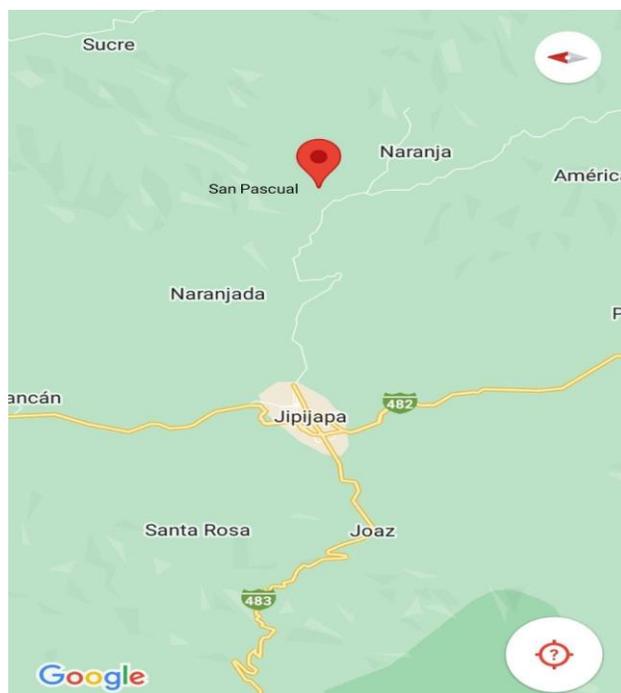


Figura 21 Croquis Micro localización

Método Brown – Gibson

Factores Objetivos

Dentro de los factores objetivos se determinaron aspectos importantes al momento de escoger la localización como el costo de mano de obra, servicios básicos, transporte, vías de acceso de las tres posibles, las cuales son: Parroquia la Unión, Parroquia Noboa y el Recinto San Pascual.

Tabla 22

Factores objetivos

SERVICIO	COSTO	FACTOR
Localización	C_i	1/C_i
Parroquia la Unión	550	0.001818
Parroquia Noboa	600	0.001667
Recinto San Pascual	400	0.002500
TOTAL		0.005985
		1

La fórmula utilizada para realizar este cálculo fue la siguiente:

$$FO_i = \frac{\frac{1}{C_i}}{\sum_i^n \frac{1}{C_i}}$$

Factores Subjetivos

Tabla 23

Cálculo de la calificación Wj

FACTOR	ÍNDICE DE IMPORTANCIA RELATIVA (Wj)
Clima	0
Turismo y atracciones	0.6667
Infraestructura	0.3333
TOTAL	1

Tabla 24

Cálculo del índice Rij “Clima”

FACTOR	CLIMA				
	Comparación			Suma	Rij
Localización					
Parroquia la Unión	1	1	1	3	0.60
Parroquia Noboa	1	0	0	1	0.20
Recinto San Pascual	0	0	1	1	0.20
	TOTAL			5	1.00

Tabla 25

Cálculo del índice Rij “Turismo y atracciones”

FACTOR	TURISMO Y ATRACCIONES				
	Comparación			Suma	Rij
Localización					
Parroquia la Unión	1	0	1	2	0.33
Parroquia Noboa	1	1	1	3	0.50
Recinto San Pascual	1	0	0	1	0.17
	TOTAL			6	1.00

Tabla 26*Cálculo del índice Rij “Infraestructura”*

FACTOR	INFRAESTRUCTURA				Rij
	Comparación		Suma		
Localización					
Parroquia la Unión	1	0	1	2	0.50
Parroquia Noboa	0	0	1	1	0.25
Recinto San Pascual	1	0	0	1	0.25
	TOTAL			4	1.00

La fórmula utilizada para realizar este cálculo del valor subjetivo fue la siguiente:

$$FS_i = \sum_{j=1}^n R_{ij} * W_j$$

Tabla 27*Calculo de valor subjetivo*

Localizaciones		Rij		Wij
Parroquia la Unión	0.60	0.33	0.50	0.00
Parroquia Noboa	0.20	0.50	0.25	0.67
Recinto San Pascual	0.20	0.17	0.25	0.33

Tabla 28*Índice FS*

Localización	Índice FS
Parroquia la Unión	0.3888833
Parroquia Noboa	0.416675
Recinto San Pascual	0.1944417

Cálculo de la mejor posible localización del proyecto:

Tabla 29*Cálculo para mejor posible localización*

Localización	Calculo	Índice de MPL
Parroquia la unión	$0.75 * (0.304) + (0.25) * (0.3888833)$	0.32522083
Parroquia Noboa	$0.75 * (0.278) + (0.25) * (0.416675)$	0.31266875
Recinto san pascual	$0.75 * (0.418) + (0.25) * (0.1944417)$	0.36211043

El resultado del presente calculo indicó que el recinto San Pascual ubicado en el área rural del cantón Jipijapa a 15 minutos de la ciudad es considerada la mejor posible localización. Cuenta con un promedio de 150 habitantes, donde predomina la agricultura de ciclo cortos como el maíz, zapallo, pepino, a su vez se recolecta café, naranja, mango entre otros frutos. Se encuentra rodeada de zonas boscosas con laderas, donde se puede encontrar ríos y ciertas cascadas que dan a sus visitantes momentos de relax y diversión.

4.3.3 Tecnología del Proceso Productivo

Para la creación del centro recreacional turístico y ecológico “San Pascual” es necesario contar con maquinarias y equipos de construcción, aquellas que ayudarán a la creación de este espacio turístico y sostenible, tales como:

Maquinaria pesada

Fumigadora

Moto sierra

Moto guaraña

4.3.4. Ingeniería del Proceso.

La ingeniería de procesos es la organización y gestión de la planificación, diseño y desarrollo de sistemas productivos, así como la posterior implantación de los mismos y su operativa (Cuatrecasas, 2017)

Esto se plasma a través una serie de actividades y operaciones que servirán como una guía que permita ofrecer un servicio de calidad que satisfaga a los clientes ya que fue previamente diseñado y planificado, facilitando así la gestión de todas las actividades.

4.3.4.1 Flujograma de Proceso

El diagrama de flujo es uno de los principales instrumentos en la realización de cualquier método o sistema, ellos permiten la visualización de las actividades innecesarias y verifica si la distribución del trabajo está equilibrada.

El flujograma de proceso que se utiliza presenta las etapas y pasos desde el momento que el cliente quiera visitar las instalaciones ya sea que se acerquen directamente a la localidad como a las que se contacten por medio digitales, donde se le

brindará la información sobre los paquetes, actividades y el precio de la entrada, el cliente decidirá si desea reservar, se prosigue con el registro, el pago y la entrega de factura dándole paso a que el cliente disfrute del centro recreacional turístico y ecológico “San Pascual”.

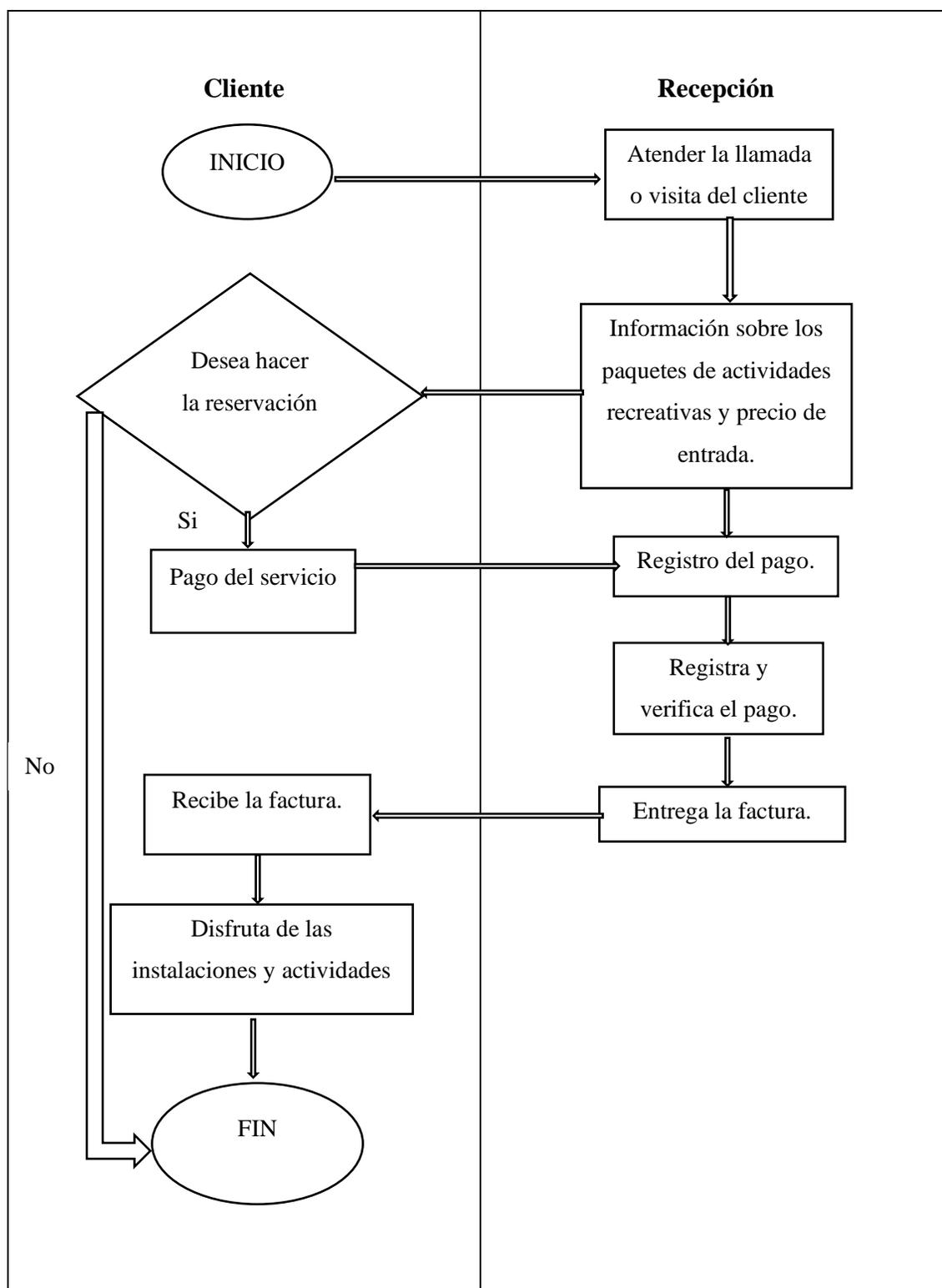


Figura 22. Flujograma de Proceso

4.3.5 Maquinarias y equipos.

Tabla 30

Características de maquinaria y equipos.

Nombre	Cantidad	Características	Costo
<p>Podadora</p> 	1	Cortadora Podadora Césped De 2.4hp Marca Husqvarna Lc-140p. Esta máquina es utilizada para cortar el césped de manera uniforme.	\$470
<p>Fumigadora</p> 	2	Bomba De Fumigador A Motor Century 25lts De Espiga. Esta máquina es utilizada para rociar sustancias que cuiden a los cultivos y plantas de agentes nocivos que afecten su crecimiento.	\$260
<p>Moto sierra</p> 	1	Esta herramienta se utiliza para adecuar aquella materia prima que se genere a partir de los desechos de la materia pesado.	\$550
<p>Cocina industrial</p> 	1	Cocina Industrial 3 Quemadores Acero Inoxidable Usd 180	\$500
<p>Moto guaraña</p> 	1	Moto guadaña 3.0hp Guadaña Desbrozadora Desmalezadora. Esta herramienta sirve para cortar maleza y mantener los espacios limpios.	\$130

Tabla 31*Herramientas e insumos*

Nombre	Cantidad	Características	Costo
Utensilios de cocina 	1	Ollas Quirúrgicas Royal Prestige Americanas .	\$150
Utensilios de oficina 	5	Artículos de oficina	\$7.5
Accesorios de mantenimiento	5	Playo, llaves, destornillador, etc.	\$10
Machete 	6	Esta herramienta es utilizada para cortar, podar, abrir paso en lugares con mucha maleza ente otras actividades.	\$60
Carreta 	1	Carreta Truper Desarmada Cat-45so Anaranjada 11744	\$35
Otros gastos	1	Artículos varios	\$500

4.3.6 Muebles de oficina

Tabla 32

Características muebles de oficina

Nombre	Características	Cantidad	Costo
<p>Mesas</p> 	<p>Mesas y sillas para el comedor</p>	2	\$250
<p>Silla de la piscina</p> 	<p>Silla para el área de piscina</p>	10	\$600
<p>Accesorios de deporte</p> 	<p>Artículos de deportes para que los clientes pueda utilizar si desean jugar en cancha</p>	5	\$750
<p>Carpas</p> 	<p>Carpas para que puedan acampar.</p>	5	\$500

Mano de obra**Tabla 33***Mano de obra*

Puesto	Cant	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Fondo de reserva	Vacaciones	Gosto mensual
Gerente	1	600.00	50.00	37.50	72.90	50.00	25.00	835.40
Secretario/contador	1	450.00	37.50	37.50	54.68	37.50	18.75	635.93
Supervisor de áreas	1	450.00	37.50	37.50	54.68	37.50	18.75	635.93
Cocinero	2	450.00	37.50	37.50	54.68	37.50	18.75	1,271.85
Bodeguero	1	450.00	37.50	37.50	54.68	37.50	18.75	635.93

4.4 Estudio Administrativo

4.4.1. Formulación Estratégica

Matriz FODA.

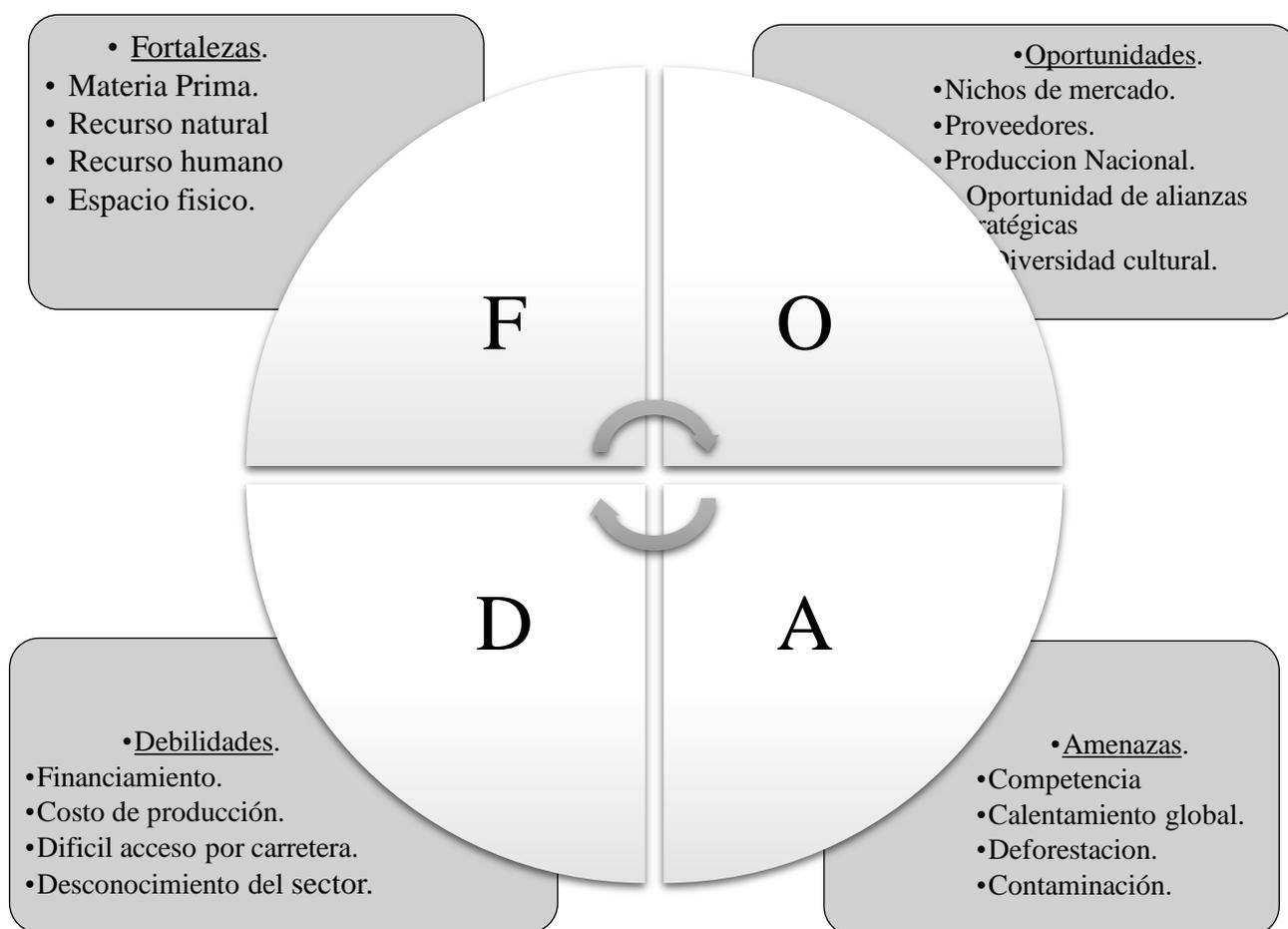


Figura 23. Matriz FODA

4.4.1.1 Descripción del FODA

Fortalezas:

- Materia prima accesible y natural, en cuando a alimentos relacionada con los estándares de calidad necesitados para el centro recreacional turístico y ecológico.
- Óptimas condiciones del recurso natural, para ser aprovechados en la estética del lugar.
- Capacidad total del recurso humano preparado, apto y con el conocimiento para manejar apropiadamente la materia prima.
- Amplio espacio física (2 hectáreas), con una alta capacidad de aforo.

Oportunidades:

- Segmentación de mercado relacionado con la alta demanda que proviene del grupo seleccionado.
- Proveedores garantizados con materiales de calidad y que no generen impacto ambiental.
- Servicio sectorizado cuya comercialización tiene un peso muy importante en la economía del país.
- Oportunidad de alianzas estratégicas.
- Diversidad cultural relacionada a los rustico, la gastronomía del sector, costumbres y conocimientos para el cuidado del sector natural.

Debilidades:

- Financiamiento limitado al ser una empresa u organización que apenas se va a lanzar al mercado y no posee los índices de solvencias apropiados para equiparar deudas.
- Requiere un alto costo de producción y fabricación de la estructuración que ofrecerá el servicio de recreación.
- Dificultad de ingreso que se percibe por ser una zona sin asfalto y mantenimiento apropiado de carretera, lo que genera malestar a los potenciales clientes.
- Propio de la zona rural, no posee una buena acogida por no ser generalmente reconocido por los potenciales clientes.

Amenazas:

- Competencia es una de las amenazas principal que nos obliga a estar en una constante innovación de los servicios que se ofrecen.
- Calentamiento global, causa principal de desastres naturales que puedan interferir con la tranquilidad y gozo de las instalaciones del centro recreacional.
- La deforestación, como acción que involucra la violación al cuidado del recurso natural y genera un efecto negativo en el medio ambiente.
- La contaminación como principal gesto de transgresión que influye en la apreciación de los biomas que ofrece la zona rural del sector de Manabí.

4.4.1.2 Planificación

Misión:

Somos una empresa ecológica situada en el cantón Jipijapa de la provincia de Manabí, especializados en ofrecer una experiencia cálida y confiable en el entorno turístico del sector rural, trabajando para aquellas personas que buscan ambientes de paz y diversión con la finalidad de proyectar el bienestar social y del medio ambiente.

Visión:

Llegar a ser un lugar de recreación turístico reconocido a nivel provincial, por la confianza y seguridad que ofrece un ambiente conservado con una gran variedad de atractivos turísticos, apreciación de la gastronomía y de la conformidad de atención que son el reflejo de sus valores, inclinados hacia el mejoramiento del desarrollo ambiental, turístico y cultural.

4.4.1.3 Valores Corporativos.

- ❖ Responsabilidad: Cumplimos a cabalidad con los compromisos y metas establecidas, desempeñando un rol estratégico para mejorar la calidad de vida de las personas y de su entorno.
- ❖ Sostenibilidad: Creamos una idea correcta sobre la importancia del cuidado y mantenimiento del medio ambiente para su conservación y desarrollo.
- ❖ Honestidad: Actuamos bajo valores morales relacionados con pensamientos y sentimientos que generen una correcta interacción entre los involucrados.

- ❖ Consciencia ambiental: Formamos una concienciación sobre el medio ambiente, conocimiento ecológico y la propia educación ambiental que traiga como efecto la conservación de las zonas naturales.
- ❖ Trabajo en equipo: Priorizamos un buen ambiente laboral sostenido en la confianza, la comunicación y la lealtad.

4.4.1.4 Objetivos estratégicos.

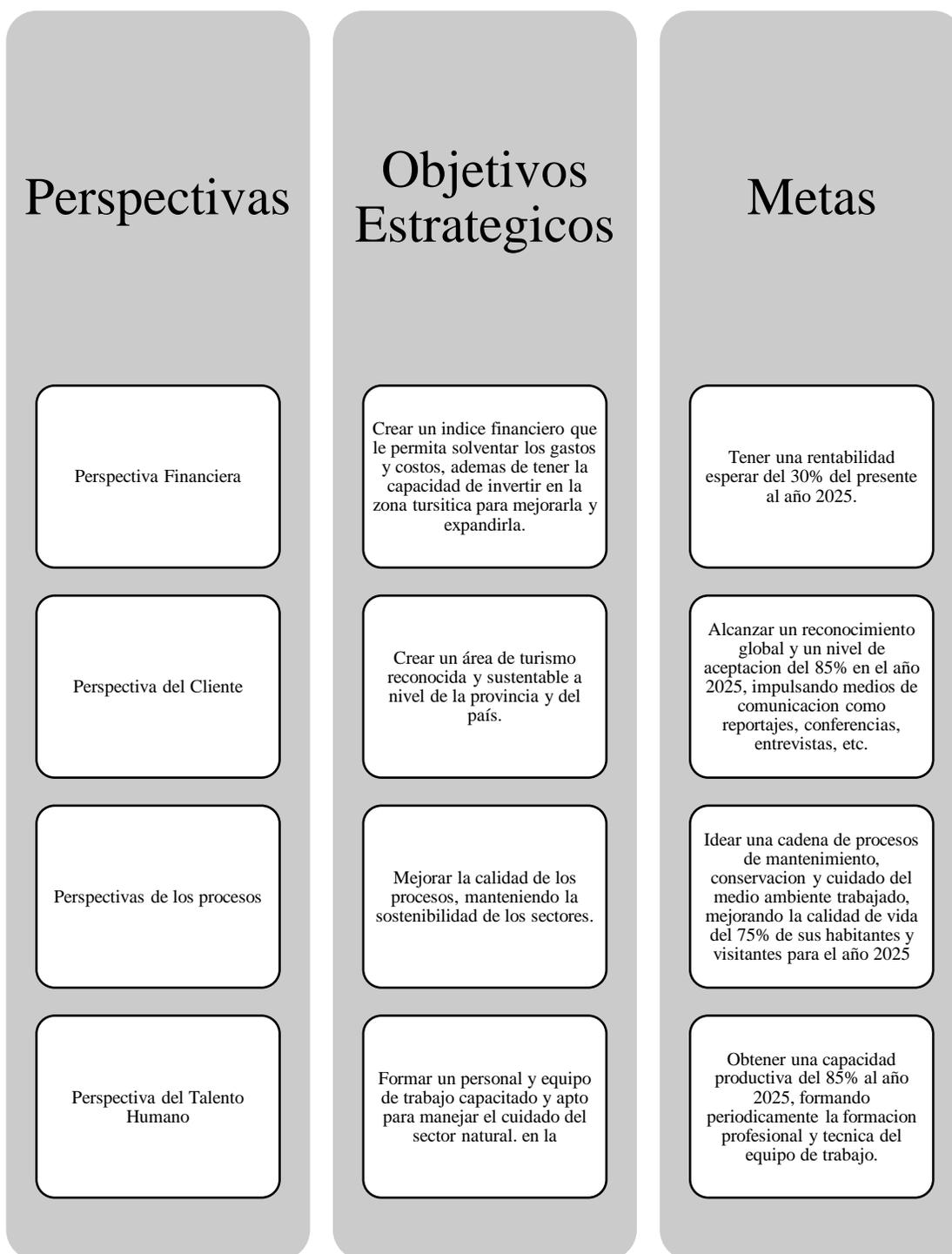


Figura 24. Objetivos Estratégicos

4.4.1.5 Estrategia empresarial

El Centro Recreacional Turístico y Ecológico “San Pascual”, se establece en el mercado con la función de crear un ambiente de conformidad y tranquilidad para sus visitantes e interesados, además de mantener la sostenibilidad de la zona natural y sus involucrados, creando espacios de empleos inclinados hacia el área del cuidado ambiental, la atención al cliente y la concientización del medio. A su vez esto crea una diferencia como centro turístico al formar una perspectiva de la apreciación del entorno rural, su gastronomía, flora, fauna que posee cada cantón impulsando y fortaleciendo la diversidad cultural.

4.4.2. Organigrama.

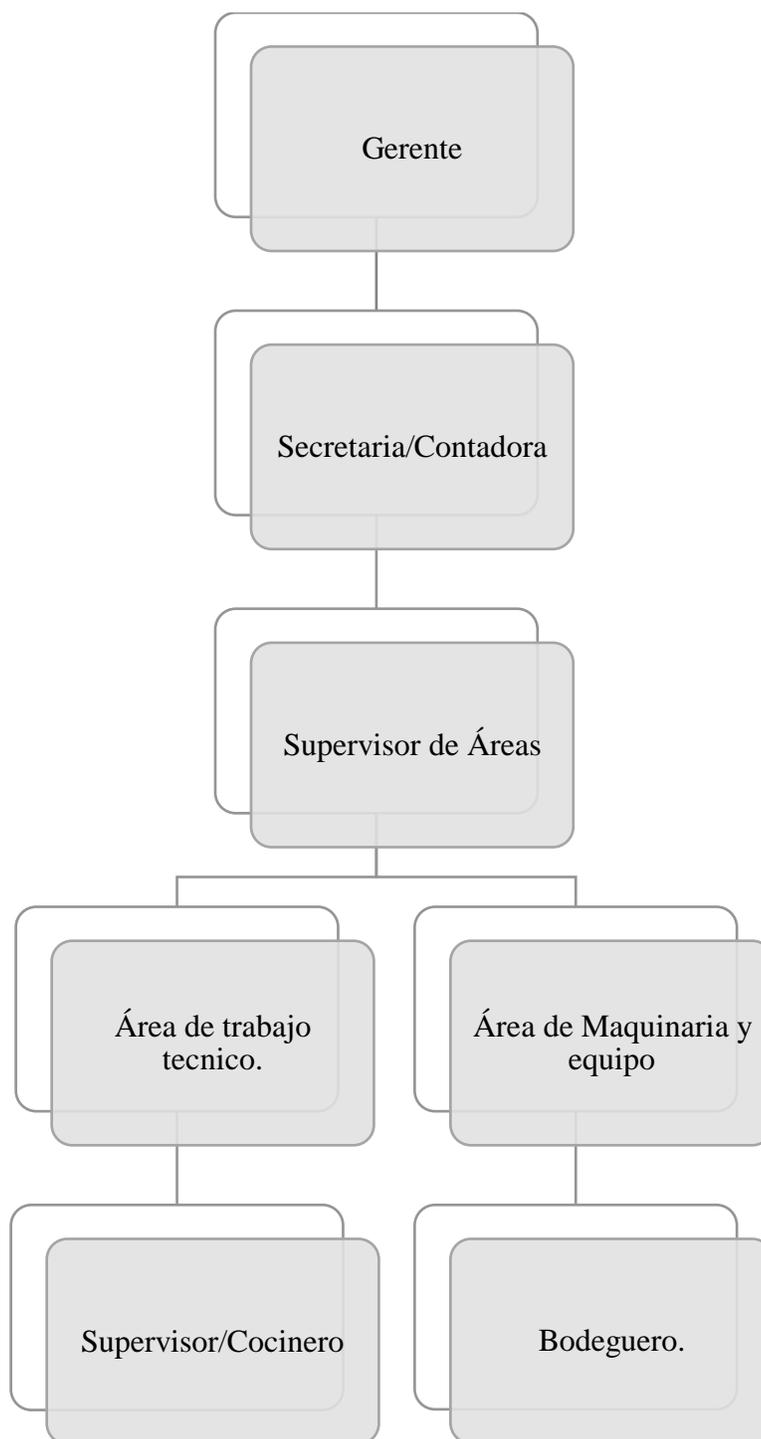


Figura 25. Organigrama

4.4.3. Funciones del talento humano

Tabla 34

Manual del Gerente

Manual de Funciones	
Nombre del puesto	Gerente
Objetivo del puesto	Controlar y manejar adecuadamente los recursos de la empresa bajo normas, reglas o metodologías que involucren la administración de los involucrados.
Competencias Generales:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar decisiones que involucren el recurso de la empresa. • Administrar y direccionar el funcionamiento de la organización. • Trabajar a favor de los objetivos de la organización. • Participar en los procesos de mejora continua. • Fomentar el desarrollo sostenible de la entidad.
Funciones del Cargo:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes de corto, mediano y largo plazo con el propósito de integrar y coordinar las actividades de mejora en la organización. • Establecer los objetivos generales y específicos de la empresa. • Definir los recursos materiales, equipos, máquinas y procesos de trabajo que deberán utilizarse para desarrollar las actividades. • Guiar, motivar y dirigir todas las energías del recurso humano para alcanzar los objetivos y las metas propuestas.
Requisitos para el desempeño del cargo	
Formación:	Título Universitario Lcdo. Gestión empresarial Lcdo. Administración de empresas Lcdo. Finanzas y relaciones comerciales
Conocimientos específicos:	Conocimientos de administración, contabilidad, talento humano, ecológica y turismo.
Requisitos Físicos:	Ninguna

Requisitos Especiales:	Conocimiento y capacidad de innovación ligados con el turismo nacional e internacional.
Género/Sexo:	Indistinto
Edad:	23 a 35 años
Experiencia:	1 años

Tabla 35*Manual de la Secretaria/Contadora*

Manual de Funciones	
Nombre del puesto	Secretaria/Contadora
Objetivo del puesto	Ordenar y reportar la información financiera junto con el manejo lucrativo de ingresos y egresos, sosteniendo un claro y transparente informe a través de los reportes periódicos que son solicitados por el gerente o directivo de la organización.
Competencias Generales:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Tener acceso a la información financiera y económica. • Poseer al día los temas legales, y societarios. • Manejar la facturación de ventas. • Controlar los comprobantes de ingresos. • Formar parte de la compra-venta de activos y pasivos de la organización adquiridos y por adquirirse.
Funciones del Cargo:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener al día el pago de impuestos y tributos relacionados con la actividad comercial de la organización. • Controlar la información contable y administrativa de la organización. • Reportar los movimientos de manera recurrente o cada vez que solicite el gerente de la organización.
Requisitos para el desempeño del cargo	
Formación:	Título Universitario Lcdo. En Contaduría y Auditoría.
Conocimientos específicos:	Conocimientos de administración, contabilidad, talento humano, ecológica y turismo.
Requisitos Físicos:	Ninguna
Requisitos Especiales:	Conocimiento y capacidad de innovación ligados con el turismo nacional e internacional.
Género/Sexo:	Indistinto
Edad:	23 a 45 años
Experiencia:	1 años

Tabla 36*Manual de la Supervisor de Áreas*

Manual de Funciones	
Nombre del puesto	Supervisor de Áreas
Objetivo del puesto	Ordenar y reportar la información financiera junto con el manejo lucrativo de ingresos y egresos, sosteniendo un claro y transparente informe a través de los reportes periódicos que son solicitados por el gerente o directivo de la organización.
Competencias Generales:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento del recurso natural. • Control de las actividades diarias de los obreros y compañeros. • Reportar las funciones cumplidas diariamente. • Sostener el interés de los clientes. • Informar sobre las atracciones turísticas.
Funciones del Cargo:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la limpieza y desinfección de las diferentes áreas de trabajo y entretenimiento. • Controlar y mantener el cuidado de los recursos naturales del sector, respetando las reglas, normas y lineamientos con los cuales se mantiene. • Informar a los visitantes sobre el lugar y sus diferentes puntos de atracciones. • Asegurar una buena experiencia a través de una correcta atención al cliente.
Requisitos para el desempeño del cargo	
Formación:	Título Universitario Lcdo. Contaduría y Auditoría.
Conocimientos específicos:	Conocimientos tributarios, contables, administrativos, financieros, societarios y legales.
Requisitos Físicos:	Ninguna
Requisitos Especiales:	Conocimiento y capacidad de innovación ligados con el turismo nacional e internacional.
Género/Sexo:	Indistinto
Edad:	23 a 45 años
Experiencia:	1 años

Tabla 37*Manual del Cocinero*

Manual de Funciones	
Nombre del puesto	Cocinero
Objetivo del puesto	Formar parte del trabajo de la estructuración, mantenimiento, y apoyo en el desarrollo de la venta del servicio a través de la entrega de un buen producto.
Competencias Generales:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Activo. • Aptitudes para dirigir. • Bien organizado. • Capacidad para trabajar en equipo. • Capaz de pesar o medir ingredientes de comida con precisión. • Capaz de seguir normativa en materia de salud y seguridad. • Capaz de trabajar con rapidez.
Funciones del Cargo:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes • Mantener el espacio de cocina y comedor limpios • Actualizar los menús • Gestionar el tiempo de cocinado y preparación de los alimentos. • Tener la capacidad de mantener la calma bajo presión. • Poseer habilidades para el trabajo en equipo.
Requisitos para el desempeño del cargo	
Formación:	Ninguna
Conocimientos específicos:	Tener conocimiento en comida típica ecuatoriana Tener un amplio repertorio de recetas
Requisitos Físicos:	Ninguna
Requisitos Especiales:	Ninguna
Género/Sexo:	Indistinto
Edad:	18 a 45 años
Experiencia:	1 años

Tabla 38*Manual del Bodeguero*

Manual de Funciones	
Nombre del puesto	Bodeguero
Objetivo del puesto	Mantener y ordenar los materiales y bienes inmuebles que formar parte de los activos de la empresa y del correcto funcionamiento para la entrega de un servicio bajo las normas de calidad establecidas.
Competencias Generales:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento del recurso natural. • Reportar las funciones cumplidas diariamente. • Almacenar los equipos y materiales que formar parte como activos.
Funciones del Cargo:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar los bienes que intervienen en las actividades de mantenimiento de la organización. • Dar el correcto mantenimiento a la maquinaria. • Informar sobre el estado de inventario.
Requisitos para el desempeño del cargo	
Formación:	Educación superior, o Técnico a fin de la función otorgada.
Conocimientos específicos:	Conocimientos de mecánica, matemática, administración.
Requisitos Físicos:	Ninguna
Requisitos Especiales:	Conocimientos de mecánica, matemática, administración.
Género/Sexo:	Indistinto
Edad:	23 a 45 años
Experiencia:	1 años

4.5. Estudio Legal.

4.5.1. Tipo de empresa.

El centro recreacional turístico y ecológico “San Pascual”, es una organización que dedicada al turismo ofrece un marco legal que se ubica como persona natural y la misma requiere tener un asentamiento de permisos para el manejo de mencionada actividad económica, por la ubicación, los servicios y el enfoque dado a través los debidos entes reguladores.

Constitución por tipo de empresa.

La organización se constituirá bajo el reglamento del Servicio de Rentas Internas SRI, estableciéndose como persona natural declarado RIMPE NEGOCIO POPULAR, para poder ofrecer notas de ventas con un servicio exento del Valor a Impuesto Agregado IVA. Además, está en la obligación de realizar un levantamiento topográfico el cual le servirá para asentar en el registro de la propiedad para poder concebir con los permisos de funcionamientos requeridos y el cumplimiento con el Ministerio del Ambiente, al querer conservar un área natural.

Los documentos habilitantes y permisos que se requieren para ejercer la presente actividad comercial son los siguientes:

- Levantamiento topográfico.
- Habilitación de Registro único del Contribuyente RUC.
- Patente Municipal.
- Permiso de Funcionamiento otorgados por el Cuerpo de Bomberos.

- Certificado de Registro de Turismo por primera vez para Alimentos y Bebidas Persona Jurídica.

- **Levantamiento topográfico.**

Solicitar al GAD Municipal de Jipijapa el levantamiento topográfico del terreno de 2 hectáreas.

Precio: \$ 600,00 (GAD 2019)

- **Habilitación de Registro Único del Contribuyente RUC.**

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial:

1. Acudir al centro de atención del SRI
2. Solicitar el turno
3. Esperar el turno
4. Acudir a la ventanilla de atención
5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo
6. Recibir contestación

Precio: Gratuito. (SRI, 2022)

- **Patente Municipal.**

Para el cumplimiento de este trámite, deberá tener el Registro Único del Contribuyente RUC y cancelar los rubros establecidos por las tasas de impuesto municipal, el mismo comprobante de pago será la constancia del cumplimiento de este requerimiento. (GAD Jipijapa, 2019)

- **Permiso de Funcionamiento otorgados por el Cuerpo de Bomberos.**

- Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos
- Informe técnico de inspección favorable
- Copia del certificado de uso de suelo
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia de RUC o RISE
- Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m², instalado a 1,50 de altura y con la respectiva señalética de uso y manejo (art.29 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)
- Lámparas de emergencias instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencias (art.21 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)
- Letrero del ECU 911 (Norma de la secretaria de Gestión de Riesgos)
- Si el aforo del establecimiento comercial es superior a 10 personas, o su dimensión es mayor a 100m², se debe presentar un plan de emergencias y

evacuación, debidamente firmada por un profesional del área de Seguridad Industrial y/o Gestión de Riesgos

¿Cómo hago el trámite?

Para la obtención del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos el solicitante lo realizará de forma presencial presentando los requisitos habilitantes directamente en la ventanilla de la oficina del Cuerpo de Bomberos.

Precio: Dependerá netamente de los metros cuadrados calculados por el Técnico asignado por el ente regulador del Cuerpo de Bomberos de Jipijapa. (GAD Jipijapa, 2019)

- **Certificado de Registro de Turismo por primera vez para Alimentos y Bebidas Persona Natural.**

Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural. **(Obtenido por el técnico del Ministerio de Turismo en las plataformas gubernamentales o en INFODIGITAL)**

Obtener el certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y,

Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

Procedimiento:

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

La inspección consiste en verificar la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- Información General
- Requisitos de Calidad
- Requisitos de Infraestructura
- Requisitos de Servicio (Mnisterio de Turismo., 2022)

Conclusiones

Es importante fundamentar que, a través de una metodología de factor cualitativo y cuantitativo, se pudo evaluar la información obtenida utilizando un enfoque estadístico-matemático y el método Design Thinking, una postura que permitió observar el buen desempeño que tendría la formación de un espacio turístico en un sector estratégico dentro de la zona Sur de Manabí, además del impacto que genera el emprender un negocio que sea fuente de empleo para los habitantes del sector rural.

A través del presente estudio de pre factibilidad, también se determinó la población interesada y económicamente activa que asiste de forma recurrente a estos sectores turísticos, teniendo un perfil de cliente desde los 15 a 65 años de edad entre hombres y mujeres, donde priorizan viajar en familia o grupos mayores a 6 personas, de tal manera que se pueden proyectar experiencias a través de paquetes categorizados por edad, por cantidad de personas e intereses personales, permitiendo tener una perspectiva de negocio rentable a partir de la disposición de los potenciales clientes y también de la accesibilidad al centro recreacional turístico y ecológico.

La implementación de un estudio de mercado, permitió determinar el correcto posicionamiento para emprender esta iniciativa, tomando como punto principal la tenencia del terreno o espacio físico, además de requerir una inversión con un plazo de 5 años (60 meses) el cual será proporcionado por una institución financiera por un monto aproximado de 2,346,219.00 valor que incluye el mobiliario, equipo y maquinaria, además de la contratación del personal necesario para comercializar el servicio ofertado, considerando que por este medio también se determinó la calidad en los procesos, optimizando los costos de producción y aplicando el buen uso de la materia prima

relacionándolo con el plazo de inversión estimado de 5 años y una TIR (Tasa interna de Retorno) que muestra un pronóstico favorable del 59.36%.

Con el estudio realizado en el presente proyecto de investigación, a través de una revisión técnica, administrativa y legal, se logró proyectar la viabilidad de esta iniciativa de emprendimiento para corroborar la factibilidad de la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en el recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa.

Con el modelo de negocio aplicado para la creación del Centro Recreacional Turístico y Ecológico San Pascual, se concluye con un análisis de los indicadores financieros a través de los posibles escenarios económicos que fueron elaborados con la información recopilada, comprobando una rentabilidad que base al margen de utilidad bruta del 51% y un margen de utilidad neta del 43,4% sostenible durante el periodo de tiempo de inversión.

De esta manera se comprueba la eficacia del presente estudio de pre factibilidad, a través de una investigación que ha sido sustentada con la finalidad de mitigar los problemas sociales y económicos que se mantienen dentro del sector rural de la población, a través de esta iniciativa emprendedora que promueve la concientización ambiental, el turismo, la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Recomendaciones

El desarrollo turístico es un eje fundamental para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, mayormente en las zonas rurales puesto que cuentan con su propio patrimonio cultural, costumbres y conocimientos formativos que son prioridad para dar a conocer a cada generación y promover la concientización ambiental, es por ello debería ser un deber crear esa mentalidad en la generación actual y las posteriores.

Los centros recreacionales turísticos, son un área prioritaria y punto de atracción para los visitantes locales, nacionales e internacionales ya que dentro de Manabí – Ecuador, como sabemos es una joya turística para muchos interesados en el exterior, mismos que están dispuestos a invertir en aquellas zonas que encuentren atractiva por lo que deben proyectar esa experiencia gratificante dentro de sus actividades ofertadas.

El sector público, contemplando que tiene un estado y un ministerio direccionado al Turismo, debería mejorar la calidad de atención con los proveedores que tienen iniciativas emprendedoras bajo la tutela de este tipo de actividad comercial, ampliando el abanico, asesorando, incentivando e impulsado su objetivo como ente regulador del Gobierno, ya que su proyección podría significar un mejoramiento en la circulación económica del país.

Se recomienda mejorar de manera inmediata el cuidado a aquellos tesoros turísticos que aborda la comunidad rural, explorarlos e impulsar el apoyo a los mismos moradores para formar un patrimonio cultural amplio y diverso categorizado por su flora, fauna y las costumbres que acontece el reconocimiento de aquellas fuentes de atracción turística como lo es la zona Sur de Manabí.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.1 Título de la Propuesta

Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro recreacional turístico y ecológico en la comunidad de San Pascual del cantón Jipijapa.

5.2 Autores de la Propuesta

- Nadia Irene Merchán Figueroa
- Julio Daniel Lino Lucas

5.3 Empresas Auspiciantes

Ninguna

5.4 Área que Cubre la Propuesta

Este proyecto abarcara los cantones de la zona sur de Manabí, tales como Manta, Portoviejo, Jipijapa, las instalaciones físicas estarán ubicada en el recinto San Pascual del cantón Jipijapa.

5.5 Fecha de Presentación

Octubre 2022

5.6 Fecha de Terminación

La fecha de entrega de este proyecto está establecida para el mes de marzo del año 2023.

5.7 Duración de Proyecto

La duración del presente proyecto de investigación, se rige en base al cronograma otorgado por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, luego de haber sido aprobado su propuesta y estructura, la misma que debe estar dividida en capitulados relacionados con el progreso mercadotécnico, administrativo, técnico, legal y financiero que además pueda aportar con la comunidad para posteriores investigaciones.

5.8 Participantes del Proyecto

Autores del proyecto

Tutora y docentes de titulación

Habitantes del recinto San Pascual

Turistas y público en general

5.9 Objetivo General de la Propuesta

Crear un estudio financiero que permita demostrar la viabilidad de la creación de un Centro Recreacional Turístico y Ecológico en el Recinto San Pascual del Cantón Jipijapa.

5.10 Objetivo Específicos

Definir los estados financieros proyectados de forma anual hasta cumplir con el periodo de 5 años (60 meses).

Pronosticar la inversión requerida para llevar a cabo la iniciativa del proyecto.

Conocer la rentabilidad de la inversión.

5.11 Beneficios Directos

Autores del proyecto

5.12 Beneficios Indirectos

Habitantes del recinto San Pascual

Turistas y público en general

5.13 Impacto de la Propuesta

La viabilidad y rentabilidad de las iniciativas emprendedoras relacionadas con el turismo en el sector rural de la zona Sur de Manabí, es una oportunidad estratégicamente vinculada con el crecimiento y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, puesto que sus principales resultados se verían en la proyección de nuevos puestos de empleo dentro del sector, el aumento del interés ciudadano y su compromiso con el cuidado al medio ambiente, además de la formación educativa y profesional que pueden promover el reconocimiento de estas zonas turísticas; sin embargo las dificultades que se presentan en el camino suelen estar relacionadas con la inconformidad de los mismos habitantes del sector al impulsar actividades no agrarias y la poca capacidad de endeudamiento que suelen tener para promover estos proyectos.

El Centro Recreacional Turístico y Ecológico “San Pascual” del Cantón Jipijapa, es una iniciativa que promete cumplir con la generación de puestos de empleo e ingresos para los habitantes del sector rural, poniendo en conocimiento la capacidad del campesino manabita de impulsar y mantener el tesoro turístico y cultural del cantón Jipijapa.

5.14 Descripción de la Propuesta

La siguiente propuesta, tiene como finalidad mostrar la viabilidad de un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de recreación turístico y ecológico “San Pascual”, que pretende incentivar el conocimiento campestre, cultural, y nacional acerca de las costumbres que promueven dentro de las zonas rurales y que se concentran principalmente en lugares con un alto nivel de riquezas turísticas, por su bioma, gastronomía, entre un sinnúmero de razones que fortalecen y respaldan la oferta para cubrir con la enorme demanda turística que tiene el Ecuador.

Cabe recalcar que la vialidad del presente estudio se sustenta bajo información adquirida de los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador, ya que es importante analizar el estado actual de crecimiento económico del país y su información, por lo que se muestra a continuación la tabla con los siguientes datos:

Tabla 39

Datos del emprendimiento

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	C.E.T.R. SAN PASCUAL
TASA DE CRECIMIENTO PRODUCCIÓN	2.80 %
TASA DE CRECIMIENTO DEL PVP	0.72 %
TASA DE INFLACIÓN	3.58 %

A través de los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador en el 2022 la información de la tasa de crecimiento económico es del 2.8%; por consiguiente, su proyección de la tasa de crecimiento del PVP equivale al 0.72%; y la tasa de inflación del 3.58%.

Descripción	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquetes individual	320	320	3,840	3,948	4,058	4,172	4,288
Paquetes pareja y amigos	400	400	4,800	4,934	5,073	5,215	5,361
Paquete familiar	616	616	7,392	7,599	7,812	8,030	8,255
Total	1,316	1316	16,032	16,481	16,942	17,417	17,904

Se visualiza en la tabla de ingresos pronosticada, la cantidad de afluencia que genera cada paquete de manera mensual, anual y dentro del lapso de 5 años previstos en el trabajo de investigación.

Tabla 42

Proyección de ingresos (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquetes individual	3,840	3,948	4,058	4,172	4,288
PVP	\$15.00	\$15.11	\$15.22	\$15.33	\$15.44
Ingreso de paq Individual	\$57,600.00	\$59,639.13	\$61,750.45	\$63,936.52	\$66,199.97
Paquete pareja y amigos	4,800	4,934	5,073	5,215	5,361
PVP	\$60.00	\$60.43	\$60.87	\$61.31	\$61.75
Ingreso de paq Pareja y Amigos	\$288,000.00	\$298,195.66	\$308,752.26	\$319,682.59	\$330,999.86
Paquete Familiar	7,392	7,599	7,812	8,030	8,255
PVP	\$180.00	\$181.30	\$182.60	\$183.92	\$185.24
Ingreso de paq Familiar	\$1,330,560.00	\$1,377,663.95	\$1,426,435.46	\$1,476,933.56	\$1,529,219.37
INGRESOS					
TOTALES	\$1,676,160.00	\$1,735,498.75	\$1,796,938.18	\$1,860,552.66	\$1,926,419.21

La tabla de proyección de ingresos, permitirá detallar las ventas que se generarán de forma anual, bajo el precio de venta al público PVP, determinando el crecimiento y rentabilidad del emprendimiento.

5.14.2 Costo de Materiales Directos

Tabla 43

Costos y gastos

COSTOS DE MATERIA PRIMA	Unidades	Valor	Unitario	Valor Unit.	Total +IVA
Paquete individual	1	7	1	7	7.00
Paquete pareja y amigos	1	22	1	22	22.00
Paquete Familiar	1	56	1	56	56.00

Se plantean los paquetes que serán distribuidos según la necesidad del consumidor, estableciendo los costos unitarios de la materia prima para proyectar el costo total del servicio ofertado.

Tabla 44*Sueldos y salarios*

Cargo	Cant	Sueldo	13ro	14to	Aporte patronal	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo y beneficios	Gasto mensual
Gerente	1	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 37.50	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 835.40	\$ 835.40
Secretario/contador	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 54.68	\$ 37.50	\$ 18.75	\$ 635.93	\$ 635.93
Supervisor de áreas	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 54.68	\$ 37.50	\$ 18.75	\$ 635.93	\$ 635.93
Cocinero/a	2	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 54.68	\$ 37.50	\$ 18.75	\$ 635.93	\$1,271.85
Bodeguero	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 54.68	\$ 37.50	\$ 18.75	\$ 635.93	\$ 635.93
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	6	\$2,400.00	\$200.00	\$187.50	\$ 291.60	\$200.00	\$100.00	\$ 3,379.10	\$4,015.03

En la presente tabla se detalla cada uno de los cargos del personal requerido para brindar este servicio las cuales son: área administrativa y financiera, así mismo un supervisor de áreas, dos cocineros y un bodeguero.

Tabla 45*Costo mensual de mano de obra*

MANO DE OBRA DIRECTA	1,907.78
MANO DE OBRA INDIRECTA	2,107.25

El costo mensual correspondiente a la mano de obra directa equivale a 1,907.78 dólares, por otro lado, la mano de obra indirecta tiene un costo mensual de 2,107.25 dólares.

Tabla 46

Servicios básicos de la empresa

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL
Agua	\$ 180.00
Energía eléctrica	\$ 70.00

Se visualizan los gastos de los servicios básicos necesarios para el funcionamiento del negocio, tales como el agua y la energía eléctricas con un costo de 250.00 dólares mensuales.

Tabla 47

Transporte y publicidad

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL
Transporte	550.00
Publicidad	50.00
TOTAL	600.00

En la presenta tabla se detalla los gastos de publicidad y transporte, en donde se detalla que \$50 dólares son destinados para la publicidad en redes sociales y \$550 dólares en combustible ya que es necesario estar en constante movimiento desde el centro recreacional a la ciudad.

Tabla 48*Gastos de depreciación mensual*

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL
Gasto de Depreciación Mensual	\$ 5,081.31

El gasto de depreciación tiene un valor de \$ 5,081.31 dólares.

Tabla 49*Estado de costos de producción proyectado*

Materia Prima Directa	
Inventario Inicial de Materia Prima	
Compras	45,536.00
Fletes	45,536.00
Material Disponible	45,536.00
Menos: Inventario Final	
Material Utilizado en Producción	45,536.00
Menos: Inventario Final de Materia Prima	
Materia Prima Directa (Utilizada)	45,536.00
Mano de Obra Directa	
Sueldos de Fabricación	1,907.78
Mano de Obra Directa	1,907.78
Mano de Obra Indirecta	
Servicios Básicos	250.00
Transporte	550.00
Publicidad	50.00
Depreciación	5,081.00
Costos Indirectos	2,957.25
Costos de Productos Fabricado	50,401.03
Unidades Producidas	1,336.00
Costo Unitario	37.73

En la tabla presentada se describen los valores de las ventas como también de los costos directos, para determinar el costo unitario.

Tabla 50

Gastos totales

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 4,015.03	\$ 48,180.30	\$ 49,905.15	\$ 51,691.76	\$ 53,542.32	\$ 55,459.14
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 250.00	\$ 3,000.00	\$ 3,107.40	\$ 3,218.64	\$ 3,333.87	\$ 3,453.23
GASTO TRANSPORTE	\$ 550.00	\$ 6,600.00	\$ 6,836.28	\$ 7,081.02	\$ 7,334.52	\$ 7,597.10
GASTO PUBLICIDAD	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 621.48	\$ 643.73	\$ 666.77	\$ 690.65
SUBTOTAL GASTOS	\$ 4,865.03	\$ 58,380.30	\$ 60,470.31	\$ 62,635.15	\$ 64,877.49	\$ 67,200.10
% IMPREVISTOS	5%					
TOTAL DE GASTOS	\$ 5,108.28	\$ 61,299.32	\$ 63,493.83	\$ 65,766.91	\$ 68,121.36	\$ 70,560.11
COSTO FIJO UNITARIO		\$ 3.82	\$ 3.85	\$ 3.88	\$ 3.91	\$ 3.94

A continuación, se detallan los valores correspondientes a los gastos totales que tendrán que ser cubiertos mensualmente con el fin de cumplir con las obligaciones de la empresa por el plazo de 5 años (60 meses).

Tabla 51*Depreciación y amortización*

DESCRIPCIÓN	AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO						
EDIFICIO	20	\$ 60,010.50	\$ 60,010.50	\$ 60,010.50	\$ 60,010.50	\$ 60,010.50
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	\$ 191.00	\$ 191.00	\$ 191.00	\$ 191.00	\$ 191.00
HERRAMIENTAS	5	\$ 152.50	\$ 152.50	\$ 152.50	\$ 152.50	\$ 152.50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	\$ 346.67	\$ 346.67	\$ 346.67	\$ 0.00	\$ 0.00
MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	2	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL DEPRECIACIÓN		\$ 60,975.67	\$ 60,975.67	\$ 60,950.67	\$ 60,604.00	\$ 60,604.00
ACTIVO DIFERIDO						
GASTO DE CONSTITUCIÓN	5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL AMORTIZACIÓN		\$ 0.00				

Se proyecta la vida útil de cada uno de los activos fijos, es decir los gastos de depreciación y amortización.

Tabla 52*Inversión de la propuesta*

INVERSIÓN								
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	% PARTICIPACIÓN
Capital de Trabajo	\$ 50,644.28						\$ 50,644.28	4.03%
Activo Fijo	\$ 1,206,472.50						\$ 1,206,472.50	95.95%
Edificio	\$ 1,200,210.00						\$ 1,200,210.00	
Maquinaria y Equipos	\$ 1,910.00						\$ 1,910.00	
Herramientas	\$ 762.50						\$ 762.50	
Equipos de Computación	\$ 1,040.00						\$ 1,040.00	
Muebles y Enseres	\$ 2,500.00						\$ 2,500.00	
Terreno	\$ 0.00						\$ 0.00	
Otros Activos Fijos	\$ 50.00						\$ 50.00	
Otros Activos	\$ 300.00						\$ 300.00	0.02%
Marcas y Patentes	\$ 300.00						\$ 300.00	
INVERSIÓN TOTAL	\$ 1,257,416.78	\$ 0.00	\$ 1,257,416.78	100.00%				

La tabla de inversión de la propuesta plantea la inversión necesaria para cubrir con la estructuración, adecuación, y elaboración de los servicios turísticos que serán ofertados por un total de \$ 1,257,416.78

Tabla 53*Inversión por participación*

INVERSION	
DESCRIPCIÓN	PARTICIPACIÓN
	%
CAPITAL DE TRABAJO	4.03%
ACTIVO FIJO	95.95%
ACTIVO DIFERIDO	0.00%
OTROS ACTIVOS	0.02%
TOTAL	100.00%

5.14.2.1 Capital de Trabajo y Estructura del Costo Unitario y Total**Tabla 54***Capital de trabajo*

DESCRIPCIÓN	PREVISIÓN	TOTAL	
		MES	TOTAL
MATERIA PRIMA	1	\$ 45,536.00	\$ 45,536.00
GASTOS	1	\$ 5,108.28	\$ 5,108.28
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	1	\$ 50,644.28	\$ 50,644.28

Se puede visualizar los puntos de capital de trabajo necesario para brindar nuestros servicios, materia prima con un total de \$ 45,536.00 y gastos de \$ 5,108.28 mensuales, los cuales generan un total de capital de trabajo de \$ 50,644.28

Tabla 55*Estructura del costo total*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE	\$546,432.0				
TOTAL	0	\$565,994.27	\$586,256.86	\$607,244.86	\$628,984.22
COSTO FIJO					
TOTAL	\$ 61,299.32	\$ 63,493.83	\$ 65,766.91	\$ 68,121.36	\$ 70,560.11
	\$607,731.3				
COSTO TOTAL	2	\$629,488.10	\$652,023.77	\$675,366.22	\$699,544.33
INGRESO					
TOTAL	.5	\$1'735,498.75	\$1'796,938.18	\$1'860,552.66	\$1'926,419.21

La tabla de la estructura del costo total, permitirá identificar los ingresos de la empresa generados de forma anual, de tal manera que se clasifiquen los costos fijos y costos variables.

Tabla 56*Financiamiento*

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	PROPIA	DONACIÓN	PRÉSTAMO
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 50,644.28	\$ 10,000.00		\$ 40,644.28
ACTIVO FIJO	\$1'206,472.50	\$ 96,242.50		\$1'110,230.00
EDIFICIO	\$ 1'200,210.00			\$1'200,210.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 1,910.00			\$ 1,910.00
HERRAMIENTAS	\$ 762.50			\$ 762.50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,040.00			\$ 1,040.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,500.00			\$ 2,500.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 50.00			\$ 50.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 0.00			\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 300.00			\$ 300.00
MARCAS Y PATENTES	\$ 300.00	\$ 300.00		\$ 0.00
FINANCIAMIENTO TOTAL	\$1'257,416.78	\$ 106,242.50	\$ 0.00	\$ 1'151,174.28
% PARTICIPACION	100.00%	8.45%	0.00%	91.55%

Tabla 57*Financiamiento (participación)*

DESCRIPCIÓN	% PARTICIPACIÓN
PROPIA	8.45%
PRÉSTAMO	91.55%
TOTAL	100.00%

Se muestra de manera porcentual cada una de las participaciones de financiamiento donde un 8.45% es propio, por otro lado, el 91.55% es el valor correspondiente al préstamo que se debe de realizar a entidades financieras

5.14.3 Préstamo del Proyecto**Tabla 58***Tabla de amortización*

No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 1,151,174.28	\$ 13,485.91	\$ 26,820.38	\$ 13,334.47
2	\$ 1,137,839.81	\$ 13,329.70	\$ 26,820.38	\$ 13,490.68
3	\$ 1,124,349.13	\$ 13,171.66	\$ 26,820.38	\$ 13,648.72
4	\$ 1,110,700.40	\$ 13,011.76	\$ 26,820.38	\$ 13,808.62
5	\$ 1,096,891.79	\$ 12,850.00	\$ 26,820.38	\$ 13,970.38
6	\$ 1,082,921.40	\$ 12,686.33	\$ 26,820.38	\$ 14,134.05
7	\$ 1,068,787.36	\$ 12,520.76	\$ 26,820.38	\$ 14,299.62
8	\$ 1,054,487.73	\$ 12,353.24	\$ 26,820.38	\$ 14,467.14
9	\$ 1,040,020.59	\$ 12,183.75	\$ 26,820.38	\$ 14,636.63
10	\$ 1,025,383.96	\$ 12,012.29	\$ 26,820.38	\$ 14,808.09
11	\$ 1,010,575.87	\$ 11,838.81	\$ 26,820.38	\$ 14,981.57
12	\$ 995,594.30	\$ 11,663.30	\$ 26,820.38	\$ 15,157.08
13	\$ 980,437.23	\$ 11,485.74	\$ 26,820.38	\$ 15,334.64
14	\$ 965,102.59	\$ 11,306.10	\$ 26,820.38	\$ 15,514.28
15	\$ 949,588.30	\$ 11,124.35	\$ 26,820.38	\$ 15,696.03

16	\$ 933,892.27	\$ 10,940.47	\$ 26,820.38	\$ 15,879.91
17	\$ 918,012.36	\$ 10,754.44	\$ 26,820.38	\$ 16,065.94
18	\$ 901,946.42	\$ 10,566.23	\$ 26,820.38	\$ 16,254.15
19	\$ 885,692.27	\$ 10,375.81	\$ 26,820.38	\$ 16,444.57
20	\$ 869,247.70	\$ 10,183.16	\$ 26,820.38	\$ 16,637.22
21	\$ 852,610.49	\$ 9,988.26	\$ 26,820.38	\$ 16,832.12
22	\$ 835,778.37	\$ 9,791.07	\$ 26,820.38	\$ 17,029.31
23	\$ 818,749.06	\$ 9,591.58	\$ 26,820.38	\$ 17,228.80
24	\$ 801,520.26	\$ 9,389.74	\$ 26,820.38	\$ 17,430.64
25	\$ 784,089.62	\$ 9,185.54	\$ 26,820.38	\$ 17,634.84
26	\$ 766,454.79	\$ 8,978.95	\$ 26,820.38	\$ 17,841.43
27	\$ 748,613.36	\$ 8,769.94	\$ 26,820.38	\$ 18,050.44
28	\$ 730,562.92	\$ 8,558.48	\$ 26,820.38	\$ 18,261.90
29	\$ 712,301.03	\$ 8,344.55	\$ 26,820.38	\$ 18,475.83
30	\$ 693,825.20	\$ 8,128.10	\$ 26,820.38	\$ 18,692.28
31	\$ 675,132.92	\$ 7,909.13	\$ 26,820.38	\$ 18,911.25
32	\$ 656,221.67	\$ 7,687.58	\$ 26,820.38	\$ 19,132.80
33	\$ 637,088.87	\$ 7,463.44	\$ 26,820.38	\$ 19,356.94
34	\$ 617,731.93	\$ 7,236.68	\$ 26,820.38	\$ 19,583.70
35	\$ 598,148.23	\$ 7,007.26	\$ 26,820.38	\$ 19,813.12
36	\$ 578,335.11	\$ 6,775.15	\$ 26,820.38	\$ 20,045.23
37	\$ 558,289.87	\$ 6,540.32	\$ 26,820.38	\$ 20,280.06
38	\$ 538,009.81	\$ 6,302.74	\$ 26,820.38	\$ 20,517.64
39	\$ 517,492.17	\$ 6,062.38	\$ 26,820.38	\$ 20,758.00
40	\$ 496,734.17	\$ 5,819.20	\$ 26,820.38	\$ 21,001.18
41	\$ 475,732.99	\$ 5,573.17	\$ 26,820.38	\$ 21,247.21
42	\$ 454,485.78	\$ 5,324.26	\$ 26,820.38	\$ 21,496.12
43	\$ 432,989.67	\$ 5,072.44	\$ 26,820.38	\$ 21,747.94
44	\$ 411,241.73	\$ 4,817.66	\$ 26,820.38	\$ 22,002.72
45	\$ 389,239.01	\$ 4,559.90	\$ 26,820.38	\$ 22,260.48
46	\$ 366,978.53	\$ 4,299.12	\$ 26,820.38	\$ 22,521.26
47	\$ 344,457.27	\$ 4,035.29	\$ 26,820.38	\$ 22,785.09
48	\$ 321,672.18	\$ 3,768.36	\$ 26,820.38	\$ 23,052.02
49	\$ 298,620.17	\$ 3,498.31	\$ 26,820.38	\$ 23,322.07
50	\$ 275,298.10	\$ 3,225.09	\$ 26,820.38	\$ 23,595.29
51	\$ 251,702.81	\$ 2,948.68	\$ 26,820.38	\$ 23,871.70
52	\$ 227,831.11	\$ 2,669.02	\$ 26,820.38	\$ 24,151.36
53	\$ 203,679.75	\$ 2,386.09	\$ 26,820.38	\$ 24,434.29
54	\$ 179,245.46	\$ 2,099.85	\$ 26,820.38	\$ 24,720.53
55	\$ 154,524.93	\$ 1,810.25	\$ 26,820.38	\$ 25,010.13
56	\$ 129,514.79	\$ 1,517.26	\$ 26,820.38	\$ 25,303.12
57	\$ 104,211.67	\$ 1,220.83	\$ 26,820.38	\$ 25,599.55

58	\$ 78,612.12	\$ 920.93	\$ 26,820.38	\$ 25,899.45
59	\$ 52,712.67	\$ 617.52	\$ 26,820.38	\$ 26,202.86
60	\$ 26,509.82	\$ 310.56	\$ 26,820.38	\$ 26,509.82
TOTAL		\$ 458,048.52	\$ 1,609,222.80	\$ 1,151,174.28

Como se visualiza en la tabla de amortización correspondiente al préstamo realizado será necesario solicitar \$ 1'151,174.28 el cual será solventado en un periodo de 60 meses.

Tabla 59

Resumen tabla de amortización

No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 1'151,174.28	\$151,107.51	\$ 321,844.56	\$ 170,737.05
2	\$ 980,437.23	\$125,496.95	\$ 321,844.56	\$ 196,347.61
3	\$ 784,089.62	\$ 96,044.81	\$ 321,844.56	\$ 225,799.75
4	\$ 558,289.87	\$ 62,174.85	\$ 321,844.56	\$ 259,669.71
5	\$ 298,620.17	\$ 23,224.39	\$ 321,844.56	\$ 298,620.17
TOTAL		\$458,048.52	\$1'609,222.80	\$ 1'151,174.28

La proyección anual de la amortización detalla las cuotas fijas de \$ 321,844.56 en un periodo de 12 meses con un capital insoluto de \$ 1'151,174.28 valor correspondiente al préstamo.

5.14. Estado Financiero

Tabla 60

Estado de situación financiera proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	\$1'257,416.78	\$1'837,296.01	\$ 2'423,226.30	\$ 3'037,378.78	\$ 3'681,025.05	\$ 4'354,135.24
CORRIENTE	\$ 50,644.28	\$ 691,499.18	\$ 1'338,405.13	\$ 2'013,508.28	\$ 2'717,758.55	\$ 3'451,472.74
CAJA/BANCOS	\$ 50,644.28	\$ 691,499.18	\$ 1'338,405.13	\$ 2'013,508.28	\$ 2'717,758.55	\$ 3'451,472.74
FIJO	\$1'206,472.50	\$1'145,496.83	\$ 1'084,521.17	\$ 1'023,570.50	\$ 962,966.50	\$ 902,362.50
EDIFICIO	\$1'200,210.00	\$1'200,210.00	\$ 1,200,210.00	\$ 1'200,210.00	\$ 1'200,210.00	\$ 1'200,210.00
DEP. AC. EDIFICIO		-\$ 60,010.50	-\$ 120,021.00	-\$ 180,031.50	-\$ 240,042.00	-\$ 300,052.50
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 1,910.00	\$ 1,910.00	\$ 1,910.00	\$ 1,910.00	\$ 1,910.00	\$ 1,910.00
DEP. AC. MAQUINARIA Y EQUIPOS		-\$ 191.00	-\$ 382.00	-\$ 573.00	-\$ 764.00	-\$ 955.00
HERRAMIENTAS	\$ 762.50	\$ 762.50	\$ 762.50	\$ 762.50	\$ 762.50	\$ 762.50
DEP. AC. HERRAMIENTAS		-\$ 152.50	-\$ 305.00	-\$ 457.50	-\$ 610.00	-\$ 762.50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00
DEP. AC. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		-\$ 346.67	-\$ 693.33	-\$ 1,040.00	-\$ 1,040.00	-\$ 1,040.00

MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
DEP. AC. MUEBLES Y ENSERES		-\$ 250.00	-\$ 500.00	-\$ 750.00	-\$ 1,000.00	-\$ 1,250.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
DEP. AC. OTROS ACTIVOS FIJOS		-\$ 25.00	-\$ 50.00	-\$ 50.00	-\$ 50.00	-\$ 50.00
DIFERIDO	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
MARCAS Y PATENTES / SOFTWARE	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
PASIVO	\$	\$1'108,889.05	\$ 922,020.33	\$ 706,477.71	\$ 457,981.30	\$ 171,456.97
PASIVO CORRIENTES		1'151,174.28				
	-	-	-	-	-	-
15% EMPLEADOS			137,930.70	148,187.84	159,361.14	171,456.97
		128,451.83				
IMPUESTO A LA RENTA						
0%		-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTES	\$1,151,174.28	\$ 980,437.23	\$ 784,089.62	\$ 558,289.87	\$ 298,620.17	\$ 0.00
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	\$1,151,174.28	\$ 980,437.23	\$ 784,089.62	\$ 558,289.87	\$ 298,620.17	\$ 0.00
PATRIMONIO	\$ 106,242.50	\$ 834,136.18	\$ 1'615,743.51	\$ 2'455,474.60	\$ 3'358,521.05	\$ 4'330,110.56
CAPITAL SOCIAL	\$ 106,242.50	\$ 106,242.50	\$ 106,242.50	\$ 106,242.50	\$ 106,242.50	\$ 106,242.50
UTILIDAD RETENIDA			\$ 727,893.68	\$ 1'509,501.01	\$ 2'349,232.10	\$ 3'252,278.55

UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 727,893.68	\$ 781,607.33	\$ 839,731.09	\$ 903,046.45	\$ 971,589.51
PASIVO Y PATRIMONIO	\$1'257,416.78	\$1'943,025.24	\$ 2'537,763.83	\$ 3'161,952.31	\$ 3'816,502.36	\$ 4'501,567.53

Mediante la tabla se presentan los valores de los activos, pasivos, y el patrimonio del Centro Recreacional Turístico y Ecológico “San Pascual”, dando a conocer su patrimonio inicial con un monto de 1,257,416.78 considerando que tiene presente un pasivo considerado como deuda fija a largo plazo de 1,151,174.28 por lo que su capital propio es de 106,242.50. Así mismo, el pronóstico referente a la viabilidad del proyecto se identifica que en 5 años se contará con un patrimonio de 4,501,567.53.

Además, es importante aclarar que se tomará en cuenta la participación a los empleados que corresponde a un 15% y que el impuesto a la renta manejado será de 0%. Cabe destacar que, en atención a lo señalado en la normativa tributaria vigente específicamente en la Ley de Régimen Tributario interno Art. 9. no se considera dentro del balance general el cálculo proyectado del impuesto a la renta, por cuanto la presente es una actividad productiva nueva.

Tabla 61*Estado de Resultados*

DESCRIPCIÓN	<u>AÑO 1</u>	<u>AÑO 2</u>	<u>AÑO 3</u>	<u>AÑO 4</u>	<u>AÑO 5</u>
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 1'676,160.00	\$ 1'735,498.75	\$ 1'796,938.18	\$ 1'860,552.66	\$ 1'926,419.21
VENTAS	\$ 1'676,160.00	\$ 1'735,498.75	\$ 1'796,938.18	\$ 1'860,552.66	\$ 1'926,419.21
GASTOS OPERATIVOS	\$ 668,706.98	\$ 690,463.76	\$ 712,974.44	\$ 735,970.22	\$ 760,148.33
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 546,432.00	\$ 565,994.27	\$ 586,256.86	\$ 607,244.86	\$ 628,984.22
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 48,180.30	\$ 49,905.15	\$ 51,691.76	\$ 53,542.32	\$ 55,459.14
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 3,000.00	\$ 3,107.40	\$ 3,218.64	\$ 3,333.87	\$ 3,453.23
GASTO TRANSPORTE	\$ 6,600.00	\$ 6,836.28	\$ 7,081.02	\$ 7,334.52	\$ 7,597.10
GASTO PUBLICIDAD	\$ 600.00	\$ 621.48	\$ 643.73	\$ 666.77	\$ 690.65
GASTO IMPREVISTOS	\$ 2,919.02	\$ 3,023.52	\$ 3,131.76	\$ 3,243.87	\$ 3,360.01
GASTO DEPRECIACIÓN	\$ 60,975.67	\$ 60,975.67	\$ 60,950.67	\$ 60,604.00	\$ 60,604.00
UTILIDAD/PERDIDA OPERATIVA	\$ 1'007,453.02	\$ 1'045,034.98	\$ 1'083,963.74	\$ 1'124,582.44	\$ 1'166,270.87
GASTO FINANCIERO	\$ 151,107.51	\$ 125,496.95	\$ 96,044.81	\$ 62,174.85	\$ 23,224.39
UTILIDAD/PERDIDA BRUTA	\$ 856,345.51	\$ 919,538.03	\$ 987,918.93	\$ 1,062,407.59	\$ 1,143,046.48
15% EMPLEADOS	\$ 128,451.83	\$ 137,930.70	\$ 148,187.84	\$ 159,361.14	\$ 171,456.97
IMPUESTO A LA RENTA 0%	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 727,893.68	\$ 781,607.33	\$ 839,731.09	\$ 903,046.45	\$ 971,589.51

En la presente tabla se describen las ventas proyectadas en un periodo de 5 años, donde el primer año se inicia con 1'676,160.00 de ingresos operativos en el primer, logrando los \$ 1'926,419.21 en el año 5; por otro lado, los gastos operativos son de \$ 668,706.98 en el primer año y en el año 5 son de \$ 760,148.33.

5.14.5 Flujo de Caja

Tabla 62

Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES	\$ 1,257,416.78	\$ 1'676,160.00	\$ 1'735,498.75	\$ 1'796,938.18	\$ 1'860,552.66	\$ 1'926,419.21
VENTAS		\$ 1'676,160.00	\$ 1'735,498.75	\$ 1'796,938.18	\$ 1'860,552.66	\$ 1'926,419.21
APORTE DE CAPITAL	\$ 106,242.50					
PRÉSTAMO	\$ 1'151,174.28					
USOS	\$ 1'257,416.78	\$ 1'058,027.70	\$ 1'089,263.36	\$ 1'122,056.17	\$ 1'156,571.92	\$ 1'192,845.86
PARA INVERSIÓN	\$ 1'257,416.78	\$ 0.00				
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 50,644.28	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO FIJO	\$ 1,206,472.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 300.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PARA COSTOS Y GASTOS		\$ 1'058,027.70	\$ 1'089,263.36	\$ 1'122,056.17	\$ 1'156,571.92	\$ 1'192,845.86
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 546,432.00	\$ 565,994.27	\$ 586,256.86	\$ 607,244.86	\$ 628,984.22
GASTO SUELDOS Y						
SALARIOS		\$ 48,180.30	\$ 49,905.15	\$ 51,691.76	\$ 53,542.32	\$ 55,459.14

GASTO SERVICIOS BÁSICOS		\$ 3,000.00	\$ 3,107.40	\$ 3,218.64	\$ 3,333.87	\$ 3,453.23
GASTO TRANSPORTE		\$ 6,600.00	\$ 6,836.28	\$ 7,081.02	\$ 7,334.52	\$ 7,597.10
GASTO PUBLICIDAD		\$ 600.00	\$ 621.48	\$ 643.73	\$ 666.77	\$ 690.65
GASTO IMPREVISTOS		\$ 2,919.02	\$ 3,023.52	\$ 3,131.76	\$ 3,243.87	\$ 3,360.01
GASTO FINANCIERO		\$ 151,107.51	\$ 125,496.95	\$ 96,044.81	\$ 62,174.85	\$ 23,224.39
15% EMPLEADOS		\$ 128,451.83	\$ 137,930.70	\$ 148,187.84	\$ 159,361.14	\$ 171,456.97
IMPUESTO A LA RENTA 0%		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PAGO DE CAPITAL						
PRÉSTAMO		\$ 170,737.05	\$ 196,347.61	\$ 225,799.75	\$ 259,669.71	\$ 298,620.17
FLUJO DE EFECTIVO	\$ 0.00	\$ 618,132.30	\$ 646,235.39	\$ 674,882.01	\$ 703,980.75	\$ 733,573.34
EFECTIVO INICIAL	\$ 50,644.28	\$ 50,644.28	\$ 668,776.58	\$ 1'315,011.96	\$ 1'989,893.97	\$ 2'693,874.72
EFECTIVO FINAL	\$ 50,644.28	\$ 668,776.58	\$ 1'315,011.96	\$ 1'989,893.97	\$ 2'693,874.72	\$ 3'427,448.06

5.14.6 Evaluación Económica

Tabla 63

Punto de nivelación Paquete individual

VOLUMEN	7,662
INGRESO	\$ 114,936.22
PRECIO	\$ 22.96
CAPACIDAD UTILIZADA	199.54%

Tabla 64

Punto de nivelación Paquete pareja y amigos

VOLUMEN	1,613
INGRESO	-\$ 131,355.68
PRECIO	\$ 34.77
CAPACIDAD UTILIZADA	33.61%

Tabla 65

Punto de nivelación anual Paquete Familiar

VOLUMEN	494
INGRESO	\$ 88,982.88
PRECIO	\$ 64.29
CAPACIDAD UTILIZADA	6.69%

Las tablas presentadas muestran cada uno de los paquetes que se van a ofrecer donde se detalla el precio de cada uno con los volúmenes de venta con su utilidad obtenida.

Tabla 66*Punto de equilibrio total*

INGRESO ANUAL	\$ 70,756.82
INGRESO MENSUAL	\$ 5,896.40
INGRESO DIARIO	\$ 196.55

El punto de equilibrio, será una herramienta para poder pronosticar los movimientos financieros de la empresa para poder solventar los gastos que incurren en su manejo para llegar a la rentabilidad esperada, por lo que se necesita tener un ingreso anual de \$ 70,756.82, lo que deriva de un ingreso mensual de \$ 5,896.40 y un ingreso diario de \$ 196.55.

5.14.7 Evaluación financiera

Tabla 67

Flujo de fondos proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESVENTAJA	-\$1'257,416.78					
VENTAJA	\$ 0.00	\$618,132.30	\$646,235.39	\$ 674,882.01	\$ 703,980.75	\$ 733,573.34
VALOR						\$ 903,762.50
RESIDUAL						
FLUJO NETO	-\$1'257,416.78	\$618,132.30	\$646,235.39	\$ 674,882.01	\$ 703,980.75	\$ 1,637,335.84
FLUJO	-\$1'257,416.78	\$587,913.54	\$584,594.59	\$ 580,662.71	\$ 576,088.08	\$ 1,274,376.94
ACTUALIZADO						
		VAN				\$ 2,346,219.08
		B/C				2.87
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESVENTAJA	-\$1'257,416.78					
VENTAJA	\$ 0.00	\$769,239.81	\$771,732.34	\$ 770,926.82	\$ 766,155.60	\$ 756,797.74
VALOR						\$ 903,762.50
RESIDUAL						
FLUJO NETO	-\$1'257,416.78	\$769,239.81	\$771,732.34	\$ 770,926.82	\$ 766,155.60	\$ 1,660,560.24

FLUJO	-\$1'257,416.78	\$482,700.98	\$303,878.21	\$ 190,485.73	\$ 118,790.77	\$ 161,561.09	\$ 0.00
ACTUALIZADO							VAN
		TIR				59.36%	
		PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (AÑOS)			5 AÑOS		1 MESES

El flujo proyectado para el centro recreacional en un periodo de 5 años menciona el Valor Actual Neto de \$ 2,346,219.00, y una Tasa Interna de Retorno de 59.36%, valores que a través de la evaluación financiera determina el tiempo de retorno de la inversión.

5.14.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador que forma parte del análisis beneficio costo, es decir, cuando se aplica en aquellos casos en que el beneficio de una inversión compense a los costos (Valencia , 2011). Aplicando esta herramienta se obtuvo como resultado que la inversión realizada se recuperara en 5 años un mes.

$$VAN = -1'257,416.78 + \frac{618,132.30}{(1 + 0.0514)^1} + \frac{646,235.39}{(1 + 0.0514)^2} + \frac{674,882.01}{(1 + 0.0514)^3} + \frac{703,980.75}{(1 + 0.0514)^4} + \frac{1'637,335.84}{(1 + 0.0514)^5}$$

$$VAN = -1'257,416.78 + \frac{618,132.30}{1.0514} + \frac{646,235.39}{2.1028} + \frac{674,882.01}{3.1542} + \frac{703,980.75}{4.2056} + \frac{1'637,335.84}{5.257}$$

$$VAN = -1,257,416.78 + 587,913.54 + 584,594.59 + 580,662.71 + 576,088.08 + 1,274,376.94$$

$$VAN = \$ 2,346,219.08$$

El resultado del valor actual neto permite determinar que al ser mayor que 0, se considera factible realizar este proyecto.

5.14.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad (Fernández, 2021)

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

$$TIR = -1'257,416.78 + \frac{769,239.81}{(1 + 1.5936)^1} + \frac{769,239.81}{(1 + 1.5936)^2} + \frac{770,926.82}{(1 + 1.5936)^3} + \frac{766,155.60}{(1 + 1.5936)^4} + \frac{1'660,560.24}{(1 + 1.5936)^5}$$

$$TIR = -1'257,416.78 + \frac{769,239.81}{1.5936} + \frac{771,732.34}{2.53956096} + \frac{770,926.82}{4.047044346} + \frac{766,155.60}{6.44936987} + \frac{1'660,560.24}{10.27771582}$$

$$TIR = - 1,257,416.78 + 482,705.70 + 303,884.16 + 190,491.32 + 118,795.42 + 1'61,569.00$$

$$TIR = 0$$

$$TIR = 59.36\%$$

5.14.8 Relación Beneficio/Costo

La relación Beneficio-Costo (B/C) permite comparar los beneficios los cuales se ven determinado en las ventas contra todos los costos es decir los gastos que se den a lo largo del proyecto, que ayuda a planeación empresarial, determinar si existe ganancia o pérdida en una inversión. (Ucañán, 2020)

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

$$\frac{VNA(TD(587,913.54 + 584,594.59 + 580,662.71 + 576,088.08 + 1,274,376.94))}{- 1,257,416.78}$$

$$\frac{NA(\text{tasa de descuento}; (3,603,635.86))}{- 1,257,416.78}$$

$$R \frac{B}{C} = 2.87$$

El desarrollo de relación beneficio/costo nos muestra un valor de 2.87, resultado que demuestra que el proyecto es factible.

Indicadores o ratios financieros

Según Párraga et al. (2021) los indicadores financieros son herramientas gerenciales que permiten evidenciar la información obtenida de los saldos contables.

Grado de apalancamiento operativo (GAO)

$$GAO = \frac{\textit{ventas} - \textit{costo variable}}{\textit{ventas} - \textit{costo variable} - \textit{costo fijos}}$$

$$GAO = \frac{1'676,160.00 - 546,432.00}{1'676,160.00 - 546,432.00 - 61,299.32}$$

$$GAO = \frac{1'129,728.00}{1'068,428.68}$$

$$GAO = 1.06$$

Mediante el cálculo de apalancamiento se puede determinar que existes un beneficio del 1.06% por cada paquete contratado.

Grado de apalancamiento financiero (GAF)

$$GAF = \frac{\textit{utilidades antes del impuesto e interes}}{\textit{utilidades antes del impuesto e interes} - \textit{interes}}$$

$$GAF = \frac{1'007,453.02}{1'007,453.02 - 458,048.52}$$

$$GAF = \frac{1'007,453.02}{549,404.50}$$

$$GAF = 1.83$$

Gracias al cálculo del grado de apalancamiento se obtuvo como resultado mayor a 1 lo que significa que con un financiamiento externo nos resulta rentable.

Grado de apalancamiento total (GAT)

$$GAT = \frac{\text{ventas} - \text{costo variable}}{\text{ventas} - \text{costo variable} - \text{costo fijos} - \text{interés}}$$

$$GAT = \frac{1'676,160.00 - 546,432.00}{1'676,160.00 - 546,432.00 - 61,299.32 - 458,048.52}$$

$$GAT = \frac{1'129,728.00}{610,380.16}$$

$$GAT = 1.85$$

A través de la presente fórmula se determina que por cada porcentaje de aumento en las ventas del negocio la utilidad es de 1.85%.

Rotación de activos totales

$$RAT = \frac{\text{ventas}}{\text{activos totales}}$$

$$RAT = \frac{1'676,160.00}{1'257,416.78}$$

$$RAT = 1.33$$

La rotación de activos totales nos indica que por cada dólar la empresa gana \$1.33.

Índice de endeudamiento

$$IE = \frac{\text{nivel del pasivo}}{\text{total de activos}}$$

$$IE = \frac{1'151,174.28}{1'257,416.78}$$

$$IE = 0.91$$

Por medio de la fórmula del índice de endeudamiento analizamos que el negocio representa un 91% de solvencia en cuanto a los pasivos

Margen de utilidad bruta

$$MUB = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas}}$$

$$MUB = \frac{856,345.51}{1'676,160.00}$$

$$MUB = 0.51$$

El cálculo del margen de utilidad bruta nos dice que por cada dólar vendido tenemos un 51% de rentabilidad.

Margen de utilidad neta

$$MUN = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas}}$$

$$MUN = \frac{727,893.68}{1'676,160.00}$$

$$MUN = 0.434$$

El margen de utilidad neta da como resultado 43.4% lo que representa la ganancia generada por el servicio.

Rentabilidad económica (ROA)

$$ROA = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{total de activos}}$$

$$ROA = \frac{727,893.68}{1,257,416.78}$$

$$ROA = 0.58$$

El presente calculo da como resultado 58% de rentabilidad económica.

Rentabilidad financiera (ROE)

$$ROE = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{patrimonio de los accionistas}}$$

$$ROE = \frac{727,893.68}{106,242.50}$$

$$ROE = 6.85$$

La rentabilidad financiera da como resultado 685% de beneficios basados en los recursos propios.

5.15 Importancia.

La oportunidad de crecer mediante iniciativas emprendedoras en el sector rural, es de vital importancia para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, ya que existe un sinnúmero de tesoros turísticos en lo que comprende la zona Sur de Manabí, por tal motivo crear un producto que se vincule con la naturaleza, la recreación, y el cuidado con el medio ambiente es imprescindible para generar un crecimiento socio económico.

La creación de este proyecto requiere una gran inversión con un plazo de 5 años (60 meses) para percibir el retorno de lo invertido, sin embargo se cuenta con un activo importante que es la pertenencia del terreno que comprenden 2 hectáreas ubicados en el recinto San Pascual de la ciudad de Jipijapa, adicional se necesita de un crédito el cual será solventado a través de una institución financiera la cual permitirá la formación de la infraestructura, y previamente la contratación del personal, por tal motivo se pretende beneficiar a los habitantes del recinto para promover la generación de empleo y empatizar con la concientización ambiental.

5.16 Metas del Proyecto.

- Impulsar la generación de empleo a través de la creación de un centro recreacional turístico y ecológico.
- Obtener el financiamiento requerido para solventar los costos y gastos de inversión del proyecto.
- Enriquecer el pensamiento manabita promoviendo la concientización ambiental.

- Crear un espacio turístico que pueda cubrir las diferentes necesidades de los potenciales clientes con agradables y confortables experiencias.
- Conseguir una rentabilidad a largo plazo.

5.17 Finalidad de la Propuesta.

Esta propuesta tiene como finalidad tomar una iniciativa emprendedora que esté relacionada con el turismo y la generación de empleo, creando un espacio adecuado a las necesidades de la comunidad manabita, respetando su patrimonio cultural e incentivando el reconocimiento de las zonas rurales con una experiencia satisfactoria que se proyecte desde el ingreso hasta la salida de sus visitantes con la finalidad de convertirse en un atractivo popular dentro de la zona sur de Manabí.

Bibliografía

- Berenguer, J., & Corraliza, J. A. (2000). Preocupación ambiental y comportamientos ecológicos. *Psicothema*. Obtenido de Preocupación ambiental y comportamientos ecológicos: <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/download/7599/7463>
- Bertoni, M. (2002). Turismo Ecologico, puesta en valor de la cuenca del salado. *Nulan*, 27-68. Obtenido de Espacios de recreacion natural: <http://nulan.mdp.edu.ar/255/1/Apo2002a6v1pp27-68.pdf>
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo*, 9.
- blogspot. (13 de 3 de 2018). *Método Brown-gibson* . Obtenido de <http://feproyectosgrupo4.blogspot.com/2018/03/metodo-brown-gibson-el-metodo-sinergico.html>
- Cárdenas, J. (2018). *Investigación cuantitativa* . Berlin: trAndeS – Programa de Posgrado en Desarrollo Sostenible y Desigualdades Sociales en la Región Andina.
- Cardona, G. (2005). *Decisiones financieras en el sector forestal*. Facultad de Ciencias Forestales.
- Cardoso, J. C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*.
- Cisneros Palacios , J., Baixauli Pérez , C., Samaniego García, R., Bautista Segovia, A., & Amador Rodríguez, B. (06 de 2018). *El turismo comunitario, un modelo de economía como método de desempleo para las zonas rurales del ecuador*. Obtenido de El turismo comunitario, un modelo de economía como método de desempleo para las zonas rurales del ecuador: <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/turismo-comunitario-ecuador.html>
- Cuatrecasas, L. (2017). *Ingeniería de procesos y de planta* . Barcelona: profit editorial.
- Cuéstara, S. L., Sablón, C., Márquez, O. E., & Cartay, A. R. (28 de 01 de 2022). *Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28070565019/html/>

- Cueto, U. E. (2020). *Investigación cualitativa*. APPLI. SCI. DENT.
- Dias, R. (2008). Estudios y perspectivas en turismo: Marketing ecológico y turismo. *Scielo*.
- Driven, M. (2007). *Pobreza rural y políticas de desarrollo: avances hacia los objetivos de desarrollo del Milenio y retrocesos de la agricultura de pequeña escala*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Espinoza, L. Ó., Lluglla, L. L., & Padilla, B. A. (04 de 2021). El emprendimiento rural post Covid-19: consideraciones para una recuperación económica sostenible. *Universidad y Sociedad*, 443-451. Obtenido de Consideraciones para una recuperacion economica sostenible.: <https://orcid.org/0000-0002-2773-814X>
- Fernández, J. (2021). Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula? *Sage*.
- Font, A. M., & Alvaro, S. G. (2019). Revista Ibero Americana de Estrategia. En *Concepción para el funcionamiento de un observatorio turístico en Manabí, Ecuador* (Vol. 18, pág. 17). Universidade Nove de Julho. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/3312/331267197010/331267197010.pdf>
- GAD Municipalidad del Cantón Jipijapa. Provincia de Manabí. (2019). Obtenido de GAD Municipalidad del Cantón Jipijapa. Provincia de Manabí: <https://jipijapa.gob.ec/>
- García, M. M., Salazar, P. E., & Villamar, G. J. (2018). Turismo ecológico para potenciar el desarrollo sostenible del cantón Puerto López, Manabí, Ecuador. *Revista Iberoamericana Ambiente & Sustentabilidad*, 19.
- García, T., & Grande, I. (2005). El diseño de la oferta del turismo rural. *Esic market*, 99-118. Obtenido de El diseño de la oferta del turismo rural: <https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/download/34/82>
- Gobierno de Manabi. (12 de agosto de 2022). Jipijapa. *Gobierno Provincial de Manabí*.
- Henche, G. B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. En *Cuadernos de Turismo*. Murcia: Sistema de Información Científica Redalyc.
- Herrera Enríquez, Giovanni Patricio; Guevara Viejó, Fabricio; Castillo Páez, Sergio Alberto; Castillo Montesdeoca, Eddy Antonio. (2016). *Ingeniería Industrial*. Actualidad y

Nuevas Tendencias. 109-124, 17(Universidad de Carabobo Venezuela), 109-124.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215049679008.pdf>

Ivanova, A., & Ibáñez, R. (2012). *Medio ambiente y política turística en Mexico*. Tlalpan: Secretaría de medio ambiente y recursos naturales .

Jijón, P. J., & Rivera, G. A. (15 de 07 de 2020). Arqueo-turismo en Manabí: activación turística del legado ancestral para el desarrollo local en la provincia de Manabí, Ecuador. *Revista de Historia, Patrimonio, Arqueología y Antropología Americana*, 1(3), 75-90. Obtenido de <http://rehpa.net/ojs/index.php/rehpa/article/view/36>

Lyfeder. (2019). *Estudio de prefactibilidad*. Obtenido de Estudio de prefactibilidad: <https://www.lifeder.com/estudio-de-prefactibilidad/>

Machado Chaviano, E. L., & Hernández Aro, Y. (2019). Del turismo contemplativo. *Universidad Autónoma del Estado de México*, 13.

Martínez, G. L., & Calle, R. (2011). *Marco Normativo Ambiental en los Países de la CIER*. Quito, Ecuador.

Mnisterio de Turismo. (2022). *Mnisterio de Turismo*. Obtenido de Mnisterio de Turismo.: <https://www.gob.ec/mintur/tramites/emision-certificado-registro-turismo-primera-vez-alimentos-bebidas-persona-juridica>

Morales, N. (2015). *Investigación Exploratoria: Tipos, Metodología y Ejemplos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria>

Moreno, M. A. (2012). LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DE CUZCO Y MACHU PICCHU: UNA APROXIMACIÓN DESDE EL DESTINO. *TURyDES*.

Navarro, J. (22 de 06 de 2021). *El Blog Salomón*. Obtenido de ¿Qué es la oferta y la demanda? : <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>

Ortega, C. (2021). *Objetivo del Estudio de prefactibilidad*. Obtenido de Objetivo del Estudio de prefactibilidad: <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-de-prefactibilidad/>

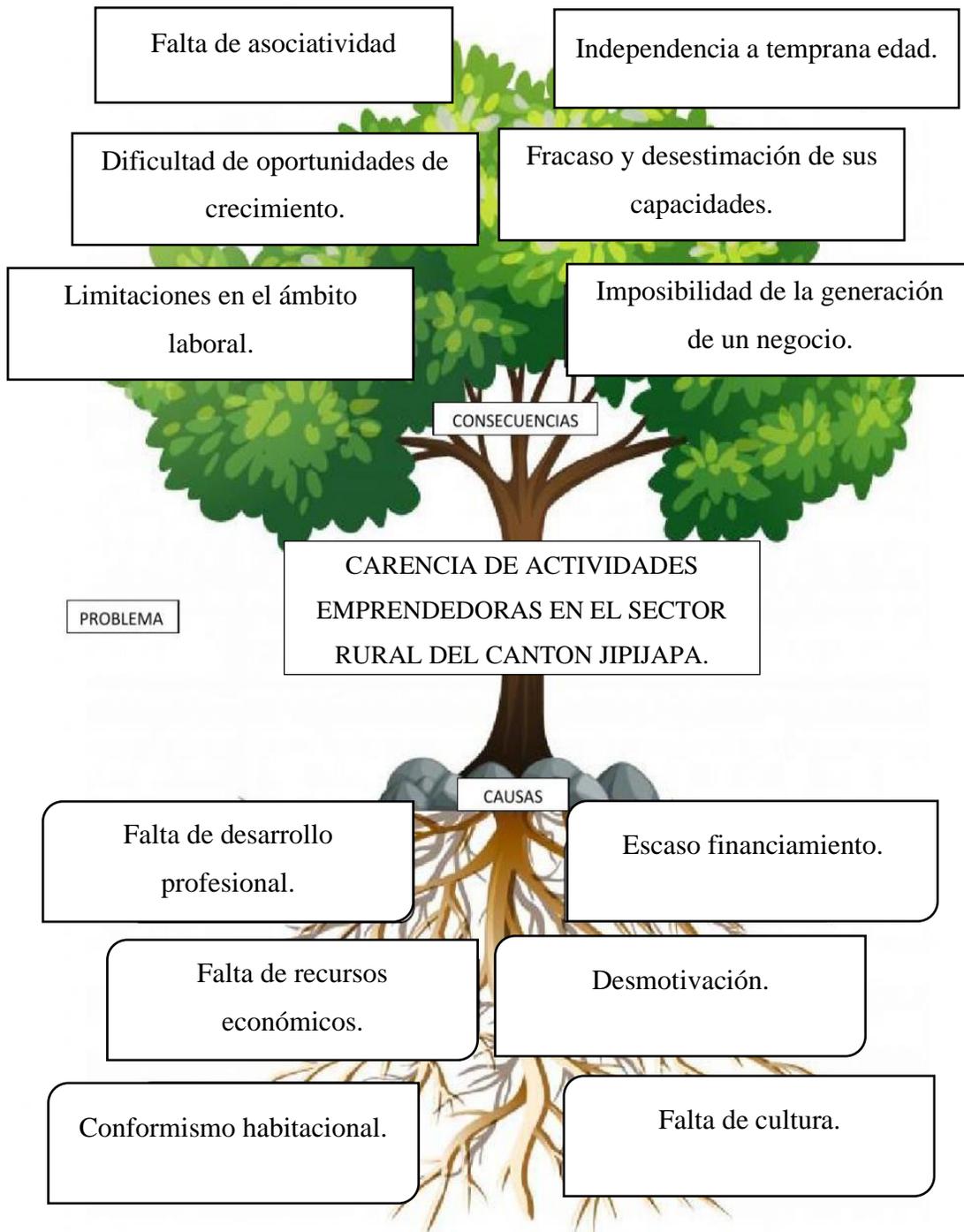
Párraga Franco, S. M., Pinargote Vázquez, N. F., García Álava, C. M., & Zamora Sornoza, J. C. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Dilemas contemp. educ. política valores*.

- Policonomics. (2017). *Policonomics*. Obtenido de Oferta y demanda:
<https://policonomics.com/es/oferta-demanda/>
- Poveda, B. G., & Avilés, A. P. (2018). Situación de los Manglares de la Ciudad de Guayaquil. *Desarrollo Local Sostenible*, 16.
- Pugliese, E. (2000). Qué es el desempleo. *Política y sociedad*. Obtenido de El desempleo definición: <https://www.sdelsol.com/glosario/desempleo/>
- Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *El turismo sostenible para el desarrollo*, 14.
- Randall, G. (2003). *Principios de Marketing*. México.
- Rodas, M., Ullauri, D. N., & Iliana, S. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador. *Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*.
- Rodríguez, D. L., García, B. R., & Recompensa, J. L. (2013). Fundamentos necesarios para alcanzar el desarrollo socioeconómico local a través de la gestión turística patrimonial. *Revista de Estudios Sociales*, 15, 17-32. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/779/html>
- Rosales, P. R. (2005). *La formulación y la evaluación de proyectos*. 2018: ebooks EUNED.
- Salinas Chávez, E., & La O Osorio, J. A. (2006). Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba. *Cuadernos de Turismo*, 17.
- Sánchez, C. L., Arredondo, G. M., Leyva, A. J., Ávila, S. G., Figueroa Beltrán, C., & Mata, P. J. (2014). Propuesta de matriz para evaluación de proyectos geoparques en América Latina, con base en Áreas Naturales. *Pasos*.
- Serrano, A. L., & Villafuerte, P. E. (2017). Indicadores Turísticos: Oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca Ecuador. *Revista latino americana de turimologia RELAT*. Obtenido de Indicadores Turísticos: Oferta y demanda: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/download/10027/4601>
- Servicio de Rentas Internas SRI. (09 de 06 de 2022). *Servicio de Rentas Internas SRI*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas SRI: <http://www.sri.gob.ec/>
- Tapia, G. (2014). Turismo sostenible. Introducción y marco financiero. *Revista de investigación en modelos financieros*, 23.

- Tapia, M. M., Granizo, L. S., & Granizo, L. L. (2017). Estudio de prefactibilidad de los proyectos sociales y productivos. *Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de Estudio de prefactibilidad de los proyectos sociales y productivos: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>
- Thomé, O. H. (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *SciELO*.
- Thompson, J. (2009). Estudio de prefactibilidad. *Todo sobre proyectos*.
- Ucañán, L. R. (18 de 02 de 2020). *Relación Beneficio Costo (B/C): ejemplo en excel*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/>
- Valencia, W. (2011). Indicador de rentabilidad de proyectos: el valor actual neto (van) o el valor económico agregado (eva). *Industrial data*, 15-18.
- Varisco, C., Benseny, G., & Padilla, N. (2016). *Concientización turística y ambiental, De la Teoría a la Acción Territorial*. Nulan.
- Yáñez, P. (2016). Las áreas naturales protegidas del Ecuador: características y problemática general. *Las Áreas Naturales*, 15.
- Zambrano, R. K. (25 de 10 de 2021). *Análisis de la economía colaborativa para las pymes*. Obtenido de <https://doi.org/10.46296/yc.v5i9edespsoct.0129>

Apéndices

Apéndice A: Árbol de problemas



Apéndice B: Encuesta

Carrera de Administración de Empresas.

Encuesta dirigida a personas entre 15 y 64 años de los cantones de la zona Sur de Manabí.

Objetivo General: Obtener información necesaria para la realización de un estudio de factibilidad para la creación de Centro Recreacional Turístico y Ecológico en la ciudad de Jipijapa.

Datos Informativos

Edad: _____ Sexo: _____ Dirección: _____

1. ¿Cómo considera la demanda de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa?

Alta _____ Media _____ Baja _____

2. ¿Cómo estima el nivel de ofertas de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa?

Alta _____ Media _____ Baja _____

3. ¿Considera que existe alta competencia de centros de atracciones turísticas rurales en la ciudad de Jipijapa?

Sí _____ No _____

4. ¿Cuál es el tipo de lugar que prefiere visitar al salir de vacaciones?

Ciudad _____ Campo _____ Playas _____

Otros _____

5. ¿Con que frecuencia suele visitar lugares turísticos?

Una vez a la semana _____ Cada 15 días _____ Una vez al mes _____

Cada 3 meses _____ Otros _____

6. ¿Qué aspectos considera más esencial en un centro turístico recreacional?

Infraestructura _____ Gastronomía _____

Atención al cliente _____ Actividades recreativas _____

7. ¿Qué factores considera al momento de elegir un viaje en familia?

Precios _____

Clima _____

Distancia _____

Actividades recreativas _____

Otros _____

8. ¿Qué actividades recreativas son de su interés?

Deportes extremos _____

Camping _____

Excursión _____

Otros _____

9. ¿Con cuántas personas Ud. viaja habitualmente?

1-3 _____ 4-6 _____ 6-9 _____ Más de 10 _____

10. ¿Considera Ud. necesaria la asistencia de un guía turístico en sus viajes?

Sí _____ No _____

11. ¿Cuánto de su presupuesto mensual destina para actividades recreativas?

\$ 50.00 _____

Entre \$51 y \$100 _____

Entre \$101 y \$ 200 _____

Más de \$ 200 _____

Otro _____

12. ¿Le gustaría que exista un centro turístico en el sector rural de la ciudad de Jipijapa que ofrezca actividades recreacionales?

Sí____No____

13. ¿Por qué medios informativos le gustaría conocer noticias sobre esta iniciativa de centro turístico a localizarse en el sector rural de la ciudad de Jipijapa?

Periódico____ Radios_____ Redes sociales_____

Otros_____

Apéndice C: Entrevista

1. ¿Cuál fue el principal motivo que lo impulsó a crear su negocio?

¿Cuáles fueron sus expectativas? ¿Se cumplieron?

¿Contaba con un capital inicial para emprender su negocio?

¿Recibió ayuda extra para emprender su negocio o fue un emprendimiento propio?

¿Considera satisfactorio la rentabilidad de su negocio?

¿Cuántos empleados tiene?

¿Hace cumplir el reglamento del código del trabajo con todos sus empleados?

¿En base a su experiencia, en que temporada del año la podría considerar con una mayor afluencia de personas?

¿Qué área considera más atractiva dentro de su centro recreativo? ¿Gastronomía, Actividades recreativas, atracciones u otra alternativa?

¿De qué manera toman decisiones para mantener el interés y satisfacer las necesidades de los clientes?

Apéndice D: Fotografías



Vista desde un mirador ubicado en el recinto San Pascual



Cascada ubicada en el recinto San Pascual



Terreno ubicado en el recinto San pacual



Espacios de naturaleza