

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**

**“PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO  
ECOTURÍSTICO EN EL SECTOR DE EL COLORADO “CASCADAS DE  
MANUEL” (RUTA GUABO – GUAYAQUIL)”**

**Proyecto de Graduación**

**Previo a la obtención del título de:**

**ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN FINANZAS**

**Presentado por:**

**Mayra Mercedes Almeida Aguilar  
Nadia Lorena Samaniego Palacios  
Vanessa Liliana Vera Cantos**

**Guayaquil – Ecuador**

**2009**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por las personas que puso en mi camino. A toda mi familia que han sido pilares fundamentales en la culminación de mi carrera universitaria. A todos los profesores que con sus enseñanzas me han permitido crecer, no sólo profesionalmente sino también en lo personal.

A mis compañeras de tesis Nadia y Vanessa con quienes formamos un equipo de trabajo eficiente, ya que sin la colaboración de ellas no hubiera sido posible la culminación de este trabajo.

Mayra Almeida Aguilar

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por su infinito amor y misericordia, el que nos permite vivir la experiencia de la vida, quien es el amigo incondicional y quien nos protege en los días de oscuridad y se goza en nuestros días de gloria.

A mis padres y hermanos, quienes me han apoyado incondicionalmente en mis años universitarios, ya que sin ellos no sería posible haber culminado mi carrera universitaria.

A mis amigos, quienes han compartido más de un aula junto a mí, los cuales me han ayudado en este largo proceso, en especial a mis compañeras de tesis y grandes amigas Vanessa y Mayra, ya que sin ellas no hubiera sido posible la culminación de este proyecto.

A mi profesor, amigo y director de tesis el Ing. Constantino Tobalina, quien nos enseñó a trabajar en equipo pero sobre todo con devoción por nuestra tesis de grado.

A mis profesores, compañeros y a cada una de las personas que de una u otra forma contribuyeron y me alentaron a lo largo de mi carrera.

Nadia Samaniego Palacios

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por llenarme de sabiduría, paciencia y fortaleza por alcanzar mis metas.

A mis padres y hermano, por su amor y ser parte fundamental en la culminación de mi carrera universitaria.

A mi tía Ruth, porque con sus consejos y apoyo incondicional fue posible cumplir uno de los anhelos más grandes de mi vida.

A mi mami Mariana, mi ñaña Miriam y mi ñaño Fabricio, por su amor y porque siempre me tienen en sus pensamientos y corazones.

A mi maestro el Ing. Marco Tulio Mejía, quien me inculcó uno de los valores más importantes que debería tener toda persona, la responsabilidad, ya que esto me ayudó a poder culminar con éxito mi tesis.

Vanessa Vera Cantos

## **DEDICATORIA**

A mis padres y hermana que fueron de gran apoyo en los momentos difíciles. En los momentos de enfermedad, de impaciencia, por la madrugada sin dormir, por compartir mi cansancio, por mostrarme el camino correcto aún en tiempos de prueba.

A mis amigos quienes me han alentado día a día para seguir adelante, y que han sido un pilar fundamental en mi desarrollo estudiantil.

A todas aquellas personas quienes siempre han creído en mí.

Mayra Almeida Aguilar

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a mi amado padre Patricio, quien en este largo proceso universitario me ha llenado de amor y de un apoyo incondicional día a día.

A mi mami Mónica, quien aparte de ser mi madre es una de mis mejores amigas, la misma que me ha inculcado sólidos valores que guían día a día mi camino.

A mi hermano Carlos Patricio, quien ha sido mi compañero en las largas noches de desvelo que pase estudiando estos años universitarios.

A mi hermana Adriana, mi mejor amiga y por quién he tratado de ser mejor día a día para así poder ser un ejemplo para ella. Por su gran amor y por su amistad.

Nadia Samaniego Palacios

## **DEDICATORIA**

A mis dos mamas, mi mami Liliana y mi mami Mariana, por su infinito amor, cariño, comprensión y apoyo para que este momento llegue.

A mi papi Miguel, quien con su voz de aliento y apoyo ha colaborado a lo largo de toda mi carrera universitaria.

A mi hermano Andrés, quien siempre ha creído en mí y me ha ayudado en todo el tiempo que ha durado este proceso.

A mi ñaña Miriam y mi ñaño Fabricio, porque han sido mis fuentes de inspiración.

A mi tía Ruth, quien desde pequeña me ha inculcado el amor por los estudios, quien siempre me ha alentado para seguir adelante.

A mi abuelita Panchita, mi abuelita Ramona y mi abuelito Gil Ciró quienes desde el cielo iluminan mi camino.

Vanesa Vera Cantos

**TRIBUNAL GRADUACIÓN**



---

**Ing. Oscar Mendoza**

**PRESIDENTE DE TRIBUNAL**

---

**Ing. Constantino Tobalina**

**DIRECTOR DE TESIS**

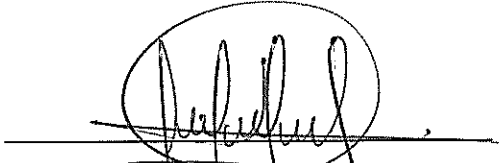
---




## DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral".

  
Mayra Almeida Aguilar

  
Nadia Samaniego Palacios

  
Vanessa Vera Cantos

## INDICE GENERAL

Agradecimiento.....	II
Dedicatoria.....	V
Tribunal Graduación.....	VIII
Declaración Expresa.....	IX
Índice General.....	X
Índice de Contenido.....	X
Índice de Tablas.....	XIV
Índice de Gráficos.....	XVI
Índice de Anexos.....	XVII

## INDICE DE CONTENIDO

<b>1. CAPITULO #1: GENERALIDADES EN EL TURISMO EN EL ECUADOR .....</b>	<b>18</b>
1.1 El Turismo Ecuatoriano y sus Principales Aportes.....	18
1.2 Situación Actual Zona Guabo-Guayaquil.....	22
1.2.1 Historia de la Ciudad Guabo.....	22
1.2.2 Ubicación Geográfica y sus Principales Atractivos.....	23
1.2.3 Historia del Cantón Guayaquil.....	27

1.2.4	Ubicación Geográfica y Principales Atractivos de la Zona.....	31
1.3	Análisis Situacional de las Cascadas Don Manuel.....	34
1.4	Infraestructura Básica Actual.....	36
1.4.1.	Infraestructura Básica Externa.....	36
1.4.2	Infraestructura Básica Interna.....	37
1.5	Factores de Contaminación Ambiental de la Zona.....	37
1.5.1	Impactos Sociales, Culturales y Medioambientales del Turismo.....	39
1.5.2	El Ecoturismo como Alternativa.....	43
1.6	La importancia del Turismo en la Economía y en el Desarrollo como País Turístico.....	44
1.6.1	Análisis del Flujo Turístico Mundial.....	48
1.6.2	Análisis del Flujo Turístico Nacional.....	52
1.7	Elaboración de Encuesta.....	54
1.7.1	Diseño de la Encuesta.....	56
1.8	Recolección de Datos.....	62
1.9	Análisis De Datos.....	65
<b>2.</b>	<b>CAPÍTULO # 2: ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>72</b>
2.1	Localización.....	72
2.2	Necesidades de Infraestructura.....	74
2.2.1	Requerimientos Técnicos para la Construcción.....	77
2.2.1.1	Limpieza del Terreno.....	78

2.2.1.2	Nivelación.....	78
2.3	Señalética.....	79
2.4	Necesidades de Mano de Obra.....	81
2.5	Necesidades de Personal.....	81
2.6	Aspectos Legales.....	84
2.6.1	Creación de la Compañía.....	84
2.6.2	Obtención de Permisos.....	85
<b>3.</b>	<b>CAPÍTULO # 3: ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>86</b>
3.1	Proyección de Ingresos.....	86
3.2	Estimación de Egresos.....	90
3.2.1	Inversiones del Proyecto.....	90
3.2.1.1	Obra Física.....	90
3.2.1.2	Señalética.....	91
3.2.1.3	Equipos.....	92
3.2.1.4	Comedor.....	92
3.2.1.5	Publicidad.....	93
3.2.1.6	Costos de Instalación.....	94
3.2.2	Capital de Trabajo.....	94
3.2.3	Costos y Gastos Fijos.....	95
3.2.3.1	Sueldos y Salarios.....	95
3.2.3.2	Gasto por Servicio de Guardianía.....	96

3.2.3.4	Publicidad.....	97
3.2.3.5	Gastos Generales.....	97
3.2.3.6	Gastos de Depreciación y Amortización.....	98
3.3	Financiamiento.....	99
3.3.1	Gastos de Financiamiento.....	100
3.4	Estados Financieros.....	101
3.4.1	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	101
3.5	Flujo de Caja.....	103
3.6	Evaluación Económica.....	105
3.6.1	Valor Actual Neto (VAN).....	105
3.6.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	106
3.6.3	Payback.....	108
3.6.4	Análisis de Sensibilidad.....	109
3.7	Evaluación Ambiental.....	111
3.7.1	Impactos Ambientales.....	111
	CONCLUSIONES.....	113
	RECOMENDACIONES.....	115
	ANEXOS.....	117
	BIBLIOGRAFÍA.....	144

## ÍNDICE DE TABLAS

1.1	Exportación por Grupo de Productos (dólares FOB).....	19
1.2	Ingresos de Divisas por Turismo en la Comunidad Andina.....	46
1.3	Consumo Turístico.....	47
1.4	El Volumen Turístico.....	48
1.5	La Economía del Turismo de Ecuador.....	49
1.6	Evolución de su Volumen e Ingresos Turísticos.....	51
1.7	Turismo Interno: Turistas mayores de 10 años por ciudad visitada...53	
1.8	Turismo Interno: Regiones visitadas por habitantes de la costa.....	54
1.9	Turismo Interno: Turistas mayores de 10 años por ciudad visitada...63	
1.10	Ciudad de Residencia.....	66
1.11	Chi – Square Tests Hipótesis 1.....	68
1.12	Chi – Square Tests Hipótesis 2.....	70
3.1	Demanda Anual de Potenciales Clientes.....	87
3.2	Demanda Mensual al año.....	88
3.3	Proyección Mensual de Ingresos año 2009.....	89
3.4	Inversión Inicial.....	90
3.5	Obra Física.....	91

3.6	Señalética.....	91
3.7	Equipos.....	92
3.8	Comedor.....	93
3.9	Publicidad.....	93
3.10	Costo de Instalación.....	94
3.11	Saldo de Caja Mensual y Acumulado.....	95
3.12	Presupuesto de Personal.....	96
3.13	Gasto por Servicio de Guardianía.....	96
3.14	Gasto por Publicidad.....	97
3.15	Gastos Generales.....	98
3.16	Cuadro de Amortización Anual.....	99
3.17	Tabla de Amortización.....	100
3.18	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	102
3.19	Flujo de Caja.....	104
3.20	Cálculo de VAN y TIR.....	107
3.21	Payback .....	108

## **INDICE DE FIGURAS**

1.1 Cantón El Guabo.....	25
1.2 Historia de llegadas de los Españoles.....	29
1.3 Caracterización de la visita: Motivos.....	50
1.4 Ciudad de Residencia.....	67
2.1 Foto de Localización.....	74
2.2 Modelo de Cabaña.....	75
2.3 Modelo de Comedor.....	76
2.4 Foto Real del sitio.....	77
2.5 Señalética Actual.....	79
2.6 Modelo de Señalética.....	80
2.7 Modelo de Señalética.....	81
2.8 Guías Turísticos.....	83



## **INDICE DE ANEXOS**

Anexo 1: Resultados de las Encuestas.....	117
Anexo2: Proyección Mensual de Ingresos Año 2009.....	137
Anexo 3: Presupuesto de Personal Anual.....	138
Anexo 4: Costos Fijos Mensuales Año 2009.....	138
Anexo 5: Costos Fijos Totales Anuales.....	139
Anexo 6: Costo de Alimentación Mensual Año 2009.....	139
Anexo 7: Costo de Alimentación Anual .....	140
Anexo 8: Costos Totales Mensuales Año 2009 .....	140
Anexo 9: Costos Totales Anuales.....	141
Anexo 10: Cuadro de Depreciación Anual Laptop.....	141
Anexo 11: Cuadros de Depreciación Anual de Laptops de reemplazo.....	142
Anexo 12: Cuadro de Depreciación Anual de Máquina Registradora.....	143
Anexo 13: Inversiones en Año 0.....	143

## **CAPITULO #1: GENERALIDADES EN EL TURISMO EN EL ECUADOR Y DE LA ZONA GUABO GUAYAQUIL**

### **1.1 El turismo ecuatoriano y sus principales aportes**

El turismo es una actividad muy importante para la economía de un país, puesto que este ayuda satisfacer las necesidades y el desarrollo económico de los sectores en la q se desarrolla dicha actividades.

A nivel económico, el turismo es importante pues crea nueva fuentes de trabajo de trabajo, desarrolla recursos humanos e inversiones, mejorando la

economía y el bienestar de la zona. Además la actividad turística permite la capacitación de divisas del exterior.

Tabla 1.1

Exportación por Grupo de Productos (dólares FOB)

	1999	Ubic.	2000	Ubic.	2001	Ubic.	2002	Ubic.	Crec.99/00 %	Crec.00/01 %	Crec.01/02 %
Petróleo	1479682	1	2442423	1	1900000	1	2061100	1	65,06	-22,21	8,48
Transferencia de Emigrantes	1141900	2	1363800	2	1443900	2	1461100	2	19,43	5,87	1,19
Banano y Plátano	954378	3	821374	3	864500	3	969200	3	-13,94	5,25	12,11
Camarón	607137	4	285434	5	281400	5	251200	5	-52,99	-1,41	-10,73
Turismo	343000	5	402000	4	430000	4	447200	4	17,2	6,97	4,00
Cacao y Elaborados	106345	6	77361	6	86600	6	127000	6	-27,25	11,94	46,65

Fuente: Banco Central del Ecuador y Ministerio de Turismo  
Elaborado por: Los autores

Como se puede observar el turismo ocupa el cuarto puesto de importancia dentro de las actividades que se realizan en el país después del ingreso de divisas del petróleo, transferencia de emigrantes y producción de Banano y Plátano. A pesar de esto el turismo ha crecido cada año en menor proporción, por lo cual se cree importante la promoción adecuada de ciertas zonas del Ecuador para fomentar esta actividad.

Como se puede observar el turismo ocupa el 4to puesto de importancia dentro de las actividades que se realizan en el país después del ingreso de divisas del petróleo, transferencia de emigrantes y producción de banano y

plátano. A pesar de esto el turismo ha crecido cada año en menor proporción, por lo cual se cree importante la promoción adecuada de ciertas zonas del Ecuador para fomentar esta actividad.

Dentro de las actividades que realiza el turismo se encuentran la producción de bienes de tipo perecederos como lo son la alimentación, construcción, infraestructura hotelera, parques nacionales, entre otros, y la producción, de servicios a través de instalaciones puestas a disposición de turista como los servicios de hospedaje, transporte, diversión, culturales y otros servicios complementarios.

El turismo es una actividad que no solo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de los habitantes y una manutención de los atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro. También impulsa la venta y producción de artesanías y otros productos textiles fabricados en el país, y el conocimiento de la cultura del lugar que desarrolla esta actividad.

En el Ecuador es una actividad que todavía está en desarrollo, puesto que existen zonas en el país con un inmenso atractivo turístico que todavía no han sido explotadas, tales como los viajes a baños y al Oriente.

Esto debido a distintos factores:

- La falta de una buena carretera, problema que en los últimos años se ha estado resolviendo mediante la construcción mediante la construcción de mejores caminos y túneles para la mejoría de la seguridad y el tiempo requerido en los viajes a estas zonas del país.
- Falta de conocimiento de los atractivos turísticos del Oriente debido a la poca promoción de la zona tanto a nivel nacional como internacional.

El turismo es una buena fuente de ingreso para la economía y debería ser desarrollada en el país de una manera mas amplia ya que ayudaría a los ciudadanos de las zonas del oriente mediante la creación de empleos y la mejora de infraestructura sin descuidar el cuidado ambiental de las zonas para su preservación.

Además, a nivel nacional existe poco conocimiento e incentivo para que los mismos ciudadanos ecuatorianos conozcan todo su país y se pongan en contacto con su propia cultura, enriqueciéndose a nivel personal y se aumente el turismo interno, lo cual ayudaría a las zonas donde se desarrolla esta actividad.

## **1.2 Situación actual zona Guabo-Guayaquil**

### **1.2.1 Historia de la ciudad Guabo**

Según versiones de varias leyendas, se dice que durante los años 1700 a 1750, una vez conquistados nuestros indios por los españoles, varias familias procedentes de Balao y otros sitios se asentaron a la margen izquierda del río Jubones. En medio de la selva tropical construyeron sus casas con materiales propios del lugar formando sus ranchos y luego sus aldeas.

A orillas del río en mención, y a unos 23 kilómetros de su desembocadura había muchos árboles, pero sobresalían los llamados Guabos, que producían guabas muy ricas y grandes; llamadas actualmente como machetonas.

En aquella época el transporte era a loma mula y fluvial, sobre todo por el río Jubones que permitía salir hasta Bajo Alto y por el mar llegar hasta Guayaquil.

Siendo así, los Guabos servían para amarrar las canoas hasta desembocar algunos productos: café y cacao.

El ir y venir de la gente en el río permitían que se escucharan las conversaciones chabacanas de los montubios.

El diálogo muy común y cotidiano, permitió que de la entraña de la naturaleza surjan nombres de los pueblos hermanos como: El Guabo y Tendales.

El Guabo, después de un siglo de gestiones, consiguió su cantonización el 7 de Septiembre de 1978, mediante Decreto Supremo expedido por la Dictadura Militar que presidía el Almirante Alfredo Poveda Burbano.

Es el séptimo cantón de la Provincia de El Oro, en orden cronológico de constitución jurídica, ubicándose en la sucesión: Zaruma, Machala, Santa Rosa, Pasaje, Piñas, Arenillas, El Guabo, Portovelo, Huaquillas, Atahualpa, Marcabelí, Balsas, Chilla y Las Lajas.

El Guabo tiene un lugar preferido en la historia ecuatoriana porque hace más de cien años, en 1895, inspiró la insurgencia popular que al mando del coterráneo General Manuel Serrano, fue decisiva para el triunfo del liberalismo, forjador de libertades civiles para el país.

### **1.2.2 Ubicación geográfica y sus principales atractivos**

Un Cantón eminentemente agrícola, posee grandes extensiones de sembríos de banano, camaroneras, etc.

- Etimología: El nombre nace en memoria al árbol gigante de guaba, que identificaba a un pequeño puerto de embarque y desembarque para el comercio de la región a orillas del Río Jubones.
- Cantonización: 7 de Septiembre de 1878
- Superficie: 604.1 km<sup>2</sup>
- Altura: 9 m . SNM
- Temperatura: 24 a 29 grados
- Límites: Al Norte con la Provincia del Guayas y Azuay, al Sur con el Cantón Machala, al Este con el Cantón Pasaje y al Oeste con el Océano Pacífico.
- Distancia Machala-El Guabo: 20.4 Km.
- Actividad Económica: Agrícola, ganadera, camaronera, productos de ciclo corto.





Figura 1.1

- Turismo: (cultural, gastronómico, ecológico, aventura, etc.)
- Atractivos turísticos: Agroturismo (bananeras); Playa de Bajo Alto; Cascada de El Colorado; Bosque Subtropical de Mollopongo; Balnearios de agua dulce (Río Pagua, El Guayacán, río Bonito).

### **Topografía**

El suelo corresponde a tierras ferialíticas, en un 90% posee unos 60 centímetros de humus o capa arable que contiene micro y macro elementos como fósforo, nitrógeno, potasio, magnesio y otros que constituyen en un factor importante en la actividad agrícola.

## **Clima**

Su clima oscila de 18 a 25° C. Lo que favorece para que se de los más variados cultivos con excelente producción y calidad.

## **Producción**

La fábrica IMBORJA, ubicada en La Victoria, constituye una de las mejores del mundo en la producción de industrializados del banano y otras frutas tropicales.

Grandes zonas cacaoteras le conceden el distintivo de LA PEPA DE ORO, forjadora de sólidas fortunas que se invierten y funcionan allí mismos, en la jurisdicción cantonal o en el ámbito provincial, como inequívoca convicción de amor al suelo y a la naturaleza prodigiosa.

Es un cantón en ruta ascendente al progreso, vinculado a Guayaquil por una carretera asfaltada de 150 Km.; con fuentes hidrográficas que garantizan la fertilidad de un suelo apto para toda clase de cultivos; con manufactura floreciente; sin sombras de pesimismo; y sobre todo, con una población resuelta a triunfar.

Su economía se desenvuelve a través del cultivo de banano, agregándose la actividad camaronera.

Tiene plantaciones bananeras altamente tecnificadas obteniendo producciones de alta calidad y gran aceptación en los gustos y preferencias de los consumidores de Europa, Oceanía, Asia, Norteamérica y Sudamérica.

### **Lugares Turísticos**

Un lugar de gran atractivo turístico dentro del cantón es la reserva ecológica de Mollopongo, pues cuenta con una gran variedad de flora y fauna en peligro de extinción. El balneario de mar de Bajoalto, atrae a los bañistas que van en busca de sol y playa, así como de deliciosos platos típicos preparados basándose en mariscos.

#### **1.2.3 Historia del cantón Guayaquil**

La primera incursión española al Golfo de Guayaquil fue sin duda la de Pizarro y sus hombres a fines de 1531. Cuando Pizarro llega al Canal del Morro (el Yagual de ese entonces), viniendo de San Mateo (Esmeraldas), había pasado ya por Jipijapa, Salango, Coloche, y las tierras de Sumpa (Santa Elena). El primer vehículo aborigen con el que los galeones españoles se toparon fue la balsa. Fabricadas para realizar tanto largas como cortas travesías, dueñas del Pacífico antes de la incursión del galeón, las balsas tuvieron una estrecha relación con Guayaquil y con su historia, no sólo por

haber sido el principal medio de locomoción fluvial y marítimo de los pueblos antiguos, sino porque, a más de esto, ellas mantuvieron un vínculo extremadamente importante con los habitantes de la región por muchísimo tiempo, al punto que luego de trescientos años de fundarse la ciudad, todavía eran parte del paisaje fluvial que presentaba el río. Pruebas de este hecho son los grabados de la expedición en la que vino el sabio Humboldt, entre los que se incluyó uno de la famosa "balsa de Guayaquil". La colonización que hiciera Pizarro, originó el mestizaje que dio paso a la actual cultura, dándole carácter e identidad propia a un conglomerado humano protagonista de muchos de los principales cambios tempranos que la humanidad ha experimentado en esta región del planeta.

### **La Fundación de Guayaquil:**

Sebastián de Benalcázar, autorizado por Pizarro remontó el Guayas, y la asentó en un lugar cercano a la boca del río Yaguachi sobre el río Amay (Babahoyo), y se la conoció como Santiago de Amay (1535). Asaltada e incendiada por los bravíos Chonos se mudó a la culata del río con el nombre de Santiago de la Culata (1536).

Nuevamente asolada, esta vez por la alianza de Chonos y Punáes, escapó a otro lugar y fue reconocida como Santiago de la Nueva Castilla (1537). En recurrencia trágica se refugió entre los Huancavilcas, "gente de paz" (1542), pero nuevamente debieron huir, esta vez a la vera de un pueblo indígena

llamado "Guayaquile" (1543). Desde entonces es Santiago de Guayaquil y guayaquileños sus habitantes. A raíz de la muerte de Francisco Pizarro (1541), su hermano Gonzalo se rebeló contra la Corona. Los vecinos leales al rey dirigidos por el capitán Francisco de Olmos, el 6 de abril de 1547, ajusticiaron al pizarrista y teniente de gobernador Manuel de Estacio.

Temiendo retaliaciones construyeron grandes balsas, y, encabezados por los capitanes Olmos, Rodrigo Vargas de Guzmán y Toribio de Castro, 140 personas con su menaje cruzaron el río Amay. Y, el 25 de julio de 1547, día del apóstol Santiago patrono de la ciudad, atracaron en Las Peñas y asentaron la ciudad en la unión cimera de los cerros que hoy se conocen como Santa Ana y del Carmen.



A partir de entonces, luego de 13 años de trashumancia que parecía no tener final, cesan las luchas que un puñado de hombres sostuvo por aferrarse a su río como promesa de vida, movilidad y progreso. En el acta del cabildo celebrado el 24 de julio de 1781, el ayuntamiento dispone que el 25, día de la fiesta del Apóstol Santiago, también debía solemnizarse con el paseo del "Real Estandarte, en memoria de la conquista de la ciudad y su provincia".

Figura 1.2

Oficialización del 25 de julio de 1537 como la fecha de fundación de la ciudad.

Mucho tiempo antes de la enunciación de las hipótesis acerca de la fundación de Guayaquil y como consecuencia de la falta de documentación que permita aclarar la fecha de fundación de la ciudad, los historiadores preocupados por el tema realizaron investigaciones que no siempre coincidieron. Esta situación contribuyó a que la confusión fuera en aumento, por lo que el 24 de septiembre de 1929 el Concejo Municipal, motivado por una solicitud del director de la Biblioteca, Don Carlos Matamoros Jara, encargó a los más destacados historiadores de la época una investigación que permitiera definir la fecha en la que debía festejarse nuestra fundación.

El producto obtenido fue una declaratoria firmada por Carlos Matamoros Jara, José Antonio Campos, Eleodoro Avilés, Modesto Chávez Franco, José Gabriel Pino Roca y el Doctor Pedro José Huerta (actuando como secretario de Don Juan Antonio Alminate), en la que consignaban la fecha del 25 de julio de 1537 como la de nuestra fundación definitiva y el nombre de Francisco de Orellana como el de su responsable.

Desde ese entonces y hasta ahora, se ha mantenido invariablemente esta declaratoria como la postura oficial.

### **Origen del nombre de la Ciudad:**

Hay muchas historias muy simpáticas sobre el origen del nombre de la ciudad, pero ciertamente su significado proviene del quechua. Adoptado por el cacique Guayaquile, este nombre indica a quien es “propio de la región en que nace el anchuroso Guayas”.

Es Don Francisco Campos Coello quien en su extraordinario trabajo sobre la historia guayaquileña, redactado y publicado a fines del siglo XVIII, da a conocer con la extraordinaria solvencia científica y filológica que lo caracterizaba, su trabajo acerca de la etimología de la palabra Guayaquil.

#### **1.2.4 Ubicación geográfica y principales atractivos de la zona**

La ciudad de Santiago de Guayaquil se encuentra ubicada en el Golfo de Guayaquil, al Sur de la Provincia del Guayas, sus límites son al Norte con Lomas de Sargentillo, Nobol, Daule, y Samborondón. Al Sur con el Golfo de Guayaquil y la Provincia de El Oro. Al Este con Durán, Naranjal y Balao, y Al Oeste Santa Elena y Playas, es conocida como “La Perla del Pacífico” y tiene clima tropical. Por su estatus de puerto principal, representa el poder económico del país. Hace algunos años la ciudad inicio una transformación que le ha dado mejor imagen y la transformó en un destino turístico como nunca antes.

El golfo de Guayaquil, los monumentos, parques, museos, el río Guayas, su concepto moderno y su excitante vida nocturna son parte de los atractivos de esta ciudad.

El Malecón 2000 es un parque en el muelle donde usted encontrará entretenimiento, cultura, restaurantes, cines y mucha naturaleza a lo largo de sus 2.5Km de longitud, este parque es el mayor desarrollo arquitectónico en muchas décadas en la ciudad de Guayaquil. La caminata lo llevará a través de 3 secciones.

Atractivos: Malecón 2000, Parque Histórico, Cerro Santa Ana y “Las Peñas”, Bosque Cerro Blanco, Manglar Puerto Hondo, Jardín Botánico, clima: Las corrientes de Humboldt y la del Niño influyen el clima dándole un carácter cálido y tropical húmedo, temperatura promedio 25°C, altura 5m sobre el nivel del mar, ubicación: Guayaquil se encuentra a 420Km al Sureste de Quito.

El Parque Histórico, ubicado a solo 10 minutos de la ciudad, es el hábitat natural del mangle que recuerda el pasado de la ciudad. Aquí encontrará la fauna y flora salvaje de la región, y la historia, manifestaciones culturales y vida campesina de Guayaquil. En otra sección verá como fue el pasado de la ciudad, con gente vestida con trajes antiguos, música y comida típica de la región.



Cerro Santa Ana y Barrio “Las Peñas”. El Cerro de Santa Ana es un lugar muy bonito ubicado justo arriba del Malecón 2000, aquí hay más de 500 gradas que lo llevan a la cima del cerro donde disfrutará de una vista maravillosa de la ciudad. El Barrio Las Peñas ubicado en el cerro, es un barrio renovado con varias galerías, cafés, almacenes, que hace mucho tiempo fueron casas de grandes escritores y poetas.

Entre los parques, le sugerimos que visite el parque Centenario, para mirar la alta calidad de su estatura; el parque Forestal y por sobre todo el parque Bolívar o más conocido como el de las Iguanas, favorito de los turistas extranjeros por la abundante presencia de estos exóticos animales. Y no deje de ir al monumento del mirador del Corazón de Jesús, ubicado en el Cerro del Carmen. La avenida 9 de Octubre, principal arteria de la ciudad, a la que la recuperación urbana le ha dado una nueva atractiva imagen, y el Cementerio General con la excelente calidad de sus estaturas y la arquitectura civil de Guayaquil, son recorridos de sumo interés para los visitantes. En la actualidad Guayaquil dispone de una excelente red urbana que facilita el acceso desde cualquier punto de los puntos cardinales, entre ellas, tenemos los túneles que atraviesan los cerros que vieron nacer la ciudad. Ciento de miles de turistas visitan anualmente la ciudad que acuna a quien desea admirar su transformación ejemplarizadora y el orgullo de sus hijos guayaquileños, madera de guerrero.

El bosque protegido de Cerro Blanco es una de las pocas áreas de bosque tropical seco que quedan en Ecuador con una biodiversidad muy rica. Aquí podrá observar más de 200 especies de aves así como el Puma, Jaguar, el ciervo de cola blanca o el mapache cangrejero.

El manglar de Puerto Hondo es el resultado del esfuerzo de la comunidad creando un club ecológico que ofrece posibilidades de ecoturismo. Aquí la flora y fauna son únicas.

El Jardín Botánico tiene tres exhibiciones: orquídeas, minerales, rocas y piedras preciosas y plantas medicinales. También tiene más de 320 especies botánicas y usted puede observar 70 especies de aves y 60 especies de mariposas durante todo el año.

### **1.3 Análisis Situacional de las Cascadas Don Manuel**

La región de la costa ecuatoriana es más que hermosas playas de aguas cálidas todo el año; es la tierra de los manglares más altos del mundo, donde además se encuentra una de las bellezas del Ecuador las cascadas denominadas "Don Manuel"; ubicadas en el cantón El Guabo, es un bosque tropical húmedo y se forma en las estribaciones de la cordillera de Mollopongo, sector el Colorado, a una altura de 200 metros con una temperatura media estimada entre los 18° y 22°.

Entre las actividades que se pueden realizar al aire libre tenemos:

- Pesca
- Caminata Deportiva
- Deportes de Aventura
- Camping
- Observación de especies

A lo largo del sector podemos encontrar diversidad de vegetación y plantas silvestres, formando en algunos lugares microselvas, dentro de las especies de flora se pueden citar:

- Orquídeas, Bromélias, Helechos, Plátanos, Nogal, Guayacán, Palo Vaca, Pambil, Tillo.
- Plantas Medicinales como: Chancapiedra, Suelda, Ortiga, Guayura, Guando, Culantro de la montaña.

Por otro lado se observa dentro de las especies de fauna más comunes de la región:

- Aves: Tucán, Pavos, Guishos, Azulejos, Viudas, Pecho Rojo, Golondrinas, Babilla, Palomas, Toscana, Gallo de Monte, Pendir, Lechuza, Búho, Gavilán, Carpintero, Loro, Colibrí.

Además en este sector se encuentra una escasa población debido a que no se cuenta con la adecuada infraestructura para ser un lugar habitable sin embargo esto no es desfavorable ya que si existiera un exceso de población se podría ocasionar daños irreversibles a las maravillas con las que está dotado este sector.

#### **1.4 Infraestructura Básica Actual**

##### **1.4.1 Infraestructura Básica Externa**

En cuanto a infraestructura de acceso a las cascadas “Don Manuel” cuenta con una sola vía terrestre la cual se encuentra en regular estado.

Cabe recalcar que por ser una zona ecoturística no es recomendable realizar trabajos de pavimentación ya que estos podrían conllevar a destruir este patrimonio natural de nuestro país ocasionando accidentes que provocarían la muerte de las especies animales debido al exceso de velocidad en cual podrían incurrir los visitantes.

#### **1.4.2 Infraestructura Básica Interna**

En la zona de estudio se puede contar con infraestructura básica; luz y agua. En las cascadas Don Manuel se necesita instalar una infraestructura para el alcantarillado, para la telefonía convencional y móvil; señalización de tránsito para los turistas, mejorar las condiciones de seguridad que se encuentran en el trayecto que hay en cascada y cascada.

#### **1.5 Factores de Contaminación Ambiental de la Zona**

La región Costera del Ecuador constituye una de las regiones ambientales más importantes y al mismo tiempo más amenazadas del país. La variedad de ecosistemas que han caracterizado al Ecuador se está deteriorando rápidamente. Tanto en el campo como en la ciudad los recursos naturales básicos para la vida del hombre son cada día más escasos y su calidad disminuye. En las zonas rurales suelos sobreexplotados dan paso a la erosión y esto a la vez produce sequía. Varias de nuestras ciudades están cubiertas por grises capas de smog que inciden en el deterioro de la salud de los ecuatorianos. Sin duda la escasez cada vez más notoria de los recursos naturales, su uso, abuso, y los síntomas de contaminación y deterioro del entorno, han determinado una crisis ecológica que afecta a todos y sobre

todo a los recursos naturales que nos ha dado la naturaleza en las cercanías del Cantón Guabo con tan maravillosas cascadas, flora y fauna de dicho sector.

Por otra parte, la Costa es la región del país que ha sufrido intensos y variados cambios. La problemática ambiental de esta región está dada, entre otras razones, por la deforestación de bosques húmedos y secos, por la expansión de monocultivos y de ganadería extensiva. A pesar de un marcado deterioro por múltiples causas, es importante señalar que en los últimos años una acelerada tala de manglar ha sido el problema que más se ha destacado; este ecosistema ha sido reemplazado por piscinas camaroneras.

A lo largo de los 850 kilómetros de costa ecuatoriana existían 203.695 hectáreas de bosque manglar, los que están desapareciendo aceleradamente, pues entre 1969 y 1991 se construyeron alrededor de 120.000 hectáreas de camaroneras, por lo que se comprueba que el desplazamiento de este importante ecosistema ha sido modificado. La tala del manglar ha traído serios impactos ambientales que se reflejan en el aumento de la erosión de las costas, cambios en la salinidad y temperatura del agua e incremento de la contaminación; todo esto con el consecuente impacto a las poblaciones costeras.

Otros factores de contaminación del sector puede darse posteriormente al incorporar sustancias tóxicas al aire, al agua, al suelo, pueden también incorporarse a los seres vivos (plantas, animales, el ser humano) causándonos molestias, enfermedades, daños a la salud pública. Debemos eliminar o minimizar estos contaminantes para gozar de ambientes sanos, saludables, que generen bienestar.

### **1.5.1 Impactos sociales, culturales y medioambientales del turismo**

El turismo internacional, al traer consigo sus tradiciones, valores y expectativas pueden crear un cambio en la estructura, valores y en las tradiciones de las sociedades anfitrionas. Ante esto la comunidad anfitriona puede o rechazar las visitas foráneas o puede adoptar los patrones de comportamiento de los extranjeros, lo que constituye un “efecto demostración” social.

La resistencia de la comunidad anfitriona a aceptar el turismo viene dada por numerosos parámetros: la estructura socio profesional de la poblacional local, su nivel de educación y conocimiento del turismo, su nivel de vida y la fuerza de su cultura e instituciones. La población local es parte del patrimonio

cultural y merece tanta protección como otros aspectos del destino turístico, como por ejemplo el medio ambiente.

Al existir un exceso en el número de turistas, la hospitalidad tradicional de muchos países puede transformarse anteponiendo los factores económicos a las relaciones personales.

Por otro lado, el turismo interno evita la mayoría de los problemas socioculturales que comporta el turismo internacional. Al ser normalmente el turista interno ciudadano del país, sus antecedentes culturales le permitirán integrarse en el entorno del destino visitado y el idioma o la religión no suponen barreras para el viaje o la comunicación.

El turismo puede generar graves problemas sociales, los cuales son difíciles de cuantificar. Una consecuencia es que las costumbres y tradiciones de un país o región pueden verse amenazadas. Por el contrario, el turismo también puede erigirse en el garante del mantenimiento de ciertas tradiciones locales que ataren a los visitantes, por lo que es importante proteger y mantener el patrimonio cultural y resolver los problemas que surgen alrededor de este. En lo social, el turismo bien organizado puede favorecer los contactos entre los visitantes y la población local, fomentar los intercambios culturales, provocar el disfrute amistoso y responsable y reforzar los vínculos entre los países.



Otros aspectos positivos del turismo son:

- Constituye un medio para el desarrollo y la promoción de ciertas regiones pobres o no industrializadas. Cuidar las comunidades para que la población se quede en ellas es la mejor manera de conservar las tradiciones y los estilos de vida.
- Acentúa los valores de la sociedad donde se desarrolla la actividad.
- Afianza la conservación a largo plazo de áreas de destacadas bellezas natural que poseen valores estéticos y culturales.
- Puede renovar las tradiciones de la arquitectura local y contribuye al renacimiento de las artes, artesanías locales y de actividades culturales tradicionales.

Los impactos sociales y culturales tardan mucho más en hacerse evidentes y al ser cambios cualitativos, pueden resultar sutiles y difíciles de medir. En algunos casos, se hace poco para controlar estas alteraciones hasta que un día explotan como expresión de descontento y tales estallidos disuaden a los turistas de visitar un país.

## **Impactos Ambientales**

La relación entre el medio ambiente y el turismo es muy estrecha ya que muchos elementos del medio ambiente son atracciones para los turistas. *“El impacto sobre el medio ambiente tiene una incidencia proporcional al número de visitantes de un lugar, y esto ha llevado a limitar el acceso de turistas en ciertos destinos y recintos. A partir de ahí surge la importancia de conocer la “capacidad de carga” de un destino”.*<sup>1</sup>

Las principales preocupaciones medioambientales son el impacto generado por el desarrollo turístico en sí y el mantenimiento y la mejora de la calidad global de la zona turística.

Entre los impactos negativos del turismo tenemos la contaminación del agua, del aire, acústica y visual, masificación y congestión, problemas de uso de terreno, trastornos ecológicos, peligros medioambientales, daños en recintos históricos y arqueológicos y evacuación inadecuada de residuos.

Entre los aspectos positivos encontramos que el turismo puede ayudar a la conservación de áreas naturales importantes, recintos arqueológicos e

---

<sup>1</sup> Tomado del libro INTRODUCCIÓN AL TURISMO, autores: Leonard J. Lickorish y Dr. Carson L. Jenkins (Capítulo 7)

históricos, mejora de la calidad medioambiental, realce del medioambiente y mejora de la infraestructura.

### **1.5.2 El Ecoturismo como alternativa**

“El Ecoturismo puede entenderse como el desplazamiento hacia áreas naturales con el propósito de entender la cultura y la historia natural del ambiente local, con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni de la cultura del sitio. A la par, pretende generar oportunidades económicas para que la conservación de las áreas naturales se vuelva beneficiosa para las poblaciones locales, con el compromiso concomitante de operadoras y visitantes”<sup>2</sup>

El Ecoturismo es un componente importante en la industria del turismo en el Ecuador pues en los últimos 7 años el 62% de los ingresos de la cuenta “viajes” del Banco Central son generados por el Ecoturismo y el turismo de naturaleza.<sup>3</sup>

Uno de los limitantes que la actividad ecoturística tiene en el país es la falta de un marco legal adecuado a las necesidades de su industria y sus actores.

---

<sup>2</sup> Marco Legal del Ecoturismo en el Ecuador por Diego Andrade Ubidia

<sup>3</sup> Estudio realizado por ASEC

Para esto se creó una organización privada sin fines de lucro, Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC), cuyo objetivo principal es generar un proceso sostenido que apoya al desarrollo del Ecoturismo en el Ecuador.

Sería importante impulsar esta actividad para el desarrollo del sector turístico en el país de manera en que no se perjudique al Ecosistema.

## **1.6 La importancia del Turismo en la economía y en el desarrollo como País Turístico**

El turismo es una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial y es uno de los factores indispensable para el desarrollo de muchos países.

Según datos del Banco Central del Ecuador el Turismo ocupa el cuarto puesto de importancia dentro de las actividades que se realizan en el país después del ingreso de divisas del petróleo transferencia de emigrantes producción de banano y plátano. A pesar de todo esto el turismo ha crecido cada año en menor proporción, por lo cual se cree importante la promoción adecuada de ciertas zonas del Ecuador para fomentar esta actividad.

Cuadro

Esta actividad genera oportunidad para el desarrollo local a través de la creación de empleo y el desarrollo de proyectos locales tanto financieros como económicos para la conservación de especies animales, vegetales o de la biodiversidad en general.

Otro aspecto positivo en el desarrollo de la actividad turística es la conservación de las manifestaciones culturales autóctonas y el esparcimiento de conocimiento sobre los factores que conforman la identidad cultural de los pueblos.

Además permite obtener beneficios mediante la participación de las comunidades locales al lograr su compromiso en la conservación de los recursos naturales y culturales que conforman la oferta turística, así también con su respectiva formación y capacitación del personal, mejorando así la calidad del servicio turístico.

El patrimonio el cual incluye elementos naturales como culturales, es un recurso estratégico para el desarrollo socioeconómico de las poblaciones, ya que en muchas ocasiones representa el componente primordial del turismo rural que intensifica y mantiene medianos y pequeños emprendimientos.

Por otro lado, la actividad turística puede estimular una mayor conciencia ambiental y un mayor sentido de orgullo por parte de los residentes cuando ven a los turistas disfrutar de su propio patrimonio. Por esto es elemental la revalorización de ciertas costumbres, tradiciones y modos de vida del

ambiente rural. Que de otro modo podrán perderse ante las fuerzas del desarrollo moderno.

Esta actividad es importante en el crecimiento de un país al generar el ingreso de divisas. En la Comunidad Andina el ingreso de divisas ha tenido un crecimiento, en el período comprendido entre 1995 hasta 2004, desde 2.244 millones de dólares hasta 3.130 millones. No obstante en los años 2002 y 2003 había experimentado una disminución en los ingresos debido a una caída de divisas en Colombia (20%) y Venezuela (31%) en el año 2002, mientras que en el 2003 hubo una caída de divisas en Colombia (15%), Ecuador (9%) y Venezuela (35%).

El ingreso de divisas por el sector turístico (desde 1995 al 2004) llegó a ser de 28.133 millones de dólares siendo Colombia el que generó el 34,80% del total, seguidamente están Perú con el 28,62% y Venezuela con 20,81%, Ecuador con 12,49% y Bolivia con 3,28%.

Tabla 1.2

Ingresos de Divisas por Turismo en la Comunidad Andina (millones de dólares)												
Países / Años	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	93 - 04	%
<b>Colombia</b>	657	1.120	1.043	928	927	1.030	1.217	967	869	1.032	9.791	34,80
<b>Perú</b>	428	670	816	845	890	837	733	814	940	1.078	8.051	28,62
<b>Ecuador</b>	255	281	290	291	343	402	430	447	406	367	3.513	12,49
<b>Bolivia</b>	55	61	64	69	87	68	76	101	166	177	924	3,28
<b>Venezuela</b>	849	884	558	703	581	423	615	434	331	477	5.855	20,81
<b>Total CAN</b>	2.244	3.016	2.772	2.836	2.828	2.761	3.071	2.763	2.713	3.130	28.133	100,00

Fuente: Comunidad Andina

Elaborado: Por los autores

Dentro de las exportaciones de bienes, durante el período 1995 – 2004, el turismo es el tercer producto más importante generador de divisas para la Comunidad Andina después de las ventas de aceite crudo de petróleo y de aceite de petróleo.

En el Ecuador la actividad turística representó en el 2003 el 4,3% del PIB mientras que el gasto de consumo turístico (interno, receptor y emisor) valorados a precios de 2000 representa el 9,8 % del PIB, lo que significa que por cada dólar que se genera en la economía, alrededor de 10 ctvs tiene relación con el turismo.

Tabla 1.3

<b>Consumo Turístico</b>			
<b>-miles de dólares-</b>			
	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Consumo Turístico Interno	1.153.407	1.257.004	1.401.551
Consumo Turístico Receptor	516.836	568.988	619.096
Consumo Turístico Emisor	453.694	526.302	589.213
<b>TOTAL</b>	<b>2.123.937</b>	<b>2.352.294</b>	<b>2.609.860</b>

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Los autores

### 1.6.1 Análisis del Flujo Turístico Mundial

En este apartado se enmarca el turismo de Ecuador en el contexto del mercado turístico mundial, en el del continente americano y en la región turística de Sudamérica:

**Tabla 1.4**

**El volumen turístico (en millones de turistas internacionales)**

	1990	1995	2001	Previsión 2001
MUNDO	457,2	565,4	692,6	1006,0
AMÉRICAS	92,8	108,9	120,8	190,0
SUDAMÉRICA	7,9	11,8	14,5	26,9
ECUADOR	0,36	0,44	0,64	n.d.

**Fuente: OMT**

Según la Organización Mundial de Turismo el volumen turístico internacional esta situado en unos 700 millones de turistas internacionales (personas que realizan un viaje turístico fuera de su país) y se prevé que continuará creciendo hasta superar en el año 2010 los 1.000 millones de turistas.

En este contexto mundial de incremento del turismo, el continente americano, que hoy recibe 120 millones de turistas extranjeros, crecerá algo más que el total hasta alcanzar los 190 millones en el 2010.



Ecuador ha mantenido en estos últimos 10 años su cuota de mercado y, por tanto, su limitado papel en el turismo sudamericano y mundial.

La introducción de las Cuentas Satélite del Turismo de Ecuador nos permite concretar algunos de los indicadores más significativos del turismo en la economía del país.

**Tabla 1.5**  
**La economía del turismo de Ecuador.**  
**Indicadores básicos 2002**

TURISTAS INTERNACIONALES	654.400
TURISTAS INTERNOS	903.695
GENERACION DE DIVISAS	596.000.000 US\$
P.I.B. TURÍSTICO	1.129.000.000 US\$
CONSUMO TURÍSTICO	2.021.000.000 US\$
CONSUMO TURÍSTICO / P.I.B.	9,8%
EMPLEO TURÍSTICO (asalariados)	52.000

**Fuente: Cuentas Satélite. Ministerio de Turismo de Ecuador**

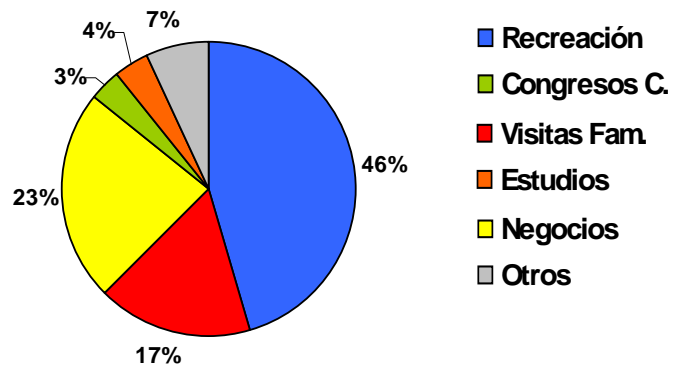
A partir de los estudios realizados, se ha efectuado una previsión del volumen del turismo interno, que se configura como un rubro importante en la actividad del sector al representar aproximadamente el 58% del total.

En lo que hace referencia al turismo internacional, el análisis de los motivos de visita nos muestra que Negocios (23%) y Visitas a Familiares/amigos (17%), que son actividades cuya captación no depende de la promoción turística, representan el 40% del total, lo que sitúa el volumen turístico de

ocio activo hoy en el 60% del total, es decir, en unos 400.000 turistas aproximadamente.

Figura 1.3

**Caracterización de la visita: Motivos**



Con el fin de contar con unas referencias importantes para la comparación del turismo de Ecuador con el de otros países, se han seleccionado como referentes los siguientes por los motivos que se explicitan:

- México, por su importante tradición turística.
- Brasil, por su potencial y sus planes actuales de crecimiento turístico.
- Costa Rica, por ser un modelo de pequeño país que ha hecho del turismo su principal política de estado.

- Perú, por su complementariedad con la oferta turística de Ecuador.

**Tabla 1.6**

**Evolución de su volumen e Ingresos Turísticos**

	1990		1995		2001		2001
	TURISTAS	M. US\$	TURISTAS	M. US\$	TURISTAS	M. US\$	
<b>MÉXICO</b>	17.180	5.470	20.240	6.180	19.810	8.400	424
<b>BRASIL</b>	1.090	1.440	2.000	2.100	4.770	3.700	775
<b>COSTA RICA</b>	430	280	790	660	1.130	1.280	1.132
<b>PERÚ</b>	320	210	540	430	1.010	870	861

<b>ECUADOR</b>	360	190	440	260	640	430	671
----------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente: OMT

México, si bien incrementa sus ingresos, está estacionado en los 20 millones de turistas extranjeros. Ello es debido a su enorme dependencia de USA, país vecino (90% de los turistas), y especialmente a las fluctuaciones del turismo internacional que se dan en este importante mercado emisor.

Brasil, aunque sigue doblando el número de turistas internacionales cada 5 años, está todavía en volúmenes muy bajos para el potencial de los recursos que posee. También en este caso su dependencia de los países vecinos, y muy especialmente de Argentina, hace que su dependencia sea

alta y el crecimiento de los ingresos no acompañe al crecimiento en el volumen de turistas.

Costa Rica es el país que muestra un mejor equilibrio entre el crecimiento en volumen y en ingresos, así como una diversificación por mercados emisores importante, aunque con una alta dependencia del mercado norteamericano (45% del total).

Perú presenta un importante crecimiento en el último quinquenio, que ha ido acompañado de una importante mejora de los ingresos. Su diversificación entre USA y Europa le da una baja dependencia de las fluctuaciones de estos grandes mercados emisores.

Ecuador presenta un crecimiento menor, más importante en ingresos que en volumen, y con una dependencia importante de los países vecinos, Colombia y Perú.

### **1.6.2 Análisis Del Flujo Turístico Nacional**

En el cuadro que se presenta a continuación, muestra que ciudades y cantones del país cuentan con un mayor visita de los turistas internos como se puede apreciar Guayaquil con un 10.85%, Quito con un 9,40% y salinas con 6,12% son las más concurridas. Las ciudades de estudio Guayaquil se

encuentran en un 1er lugar con un 10.85% y Machala 19avo se encuentra lugar con un 1.51%.

**Tabla 1.7**

<b>Turismo Interno: turistas mayores de 10 años por ciudad visitada (Período Julio 2002 - Marzo 2003)</b>		
<b>Ciudad Visitada</b>	<b>Total</b>	<b>Proporción</b>
<b>Guayaquil</b>	<b>374.015</b>	<b>10,85%</b>
Quito	323.957	9,40%
Salinas	211.090	6,12%
Ibarra	198.330	5,75%
Playas	160.460	4,66%
Latacunga	157.964	4,58%
Ambato	152.945	4,44%
Esmeraldas	138.408	4,02%
Manta	134.365	3,90%
Cuenca	112.926	3,28%
Santo Domingo de los Colorados	106.839	3,10%
Portoviejo	106.450	3,09%
Baños de Agua Santa	106.053	3,08%
Atacames	104.895	3,04%
Riobamba	100.906	2,93%
Vilcabamba	79.842	2,32%
Fuera del País	73.220	2,12%
Loja	59.272	1,72%
<b>Machala</b>	<b>51.882</b>	<b>1,51%</b>
Bahía de Caráquez	44.016	1,28%
Otavalo	42.392	1,23%
Santa Elena	37.703	1,09%
Cayambe	27.803	0,81%
Puyo	21.466	0,62%
Puerto López	11.383	0,33%
Tena	10.619	0,31%
Otros	497.747	14,44%
<b>Total</b>	<b>3.446.948</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Cámara de Turismo

Elaborado por: Los Autores

En el cuadro de TURISMO INTERNO REGION COSTA, información proporcionada por el Ministerio del Turismo del Ecuador, una gran proporción de turistas del Guayas (75%) tienen preferencias en visitar su propia región, uno de sus principales motivos es su cercanía y además que hasta el año 2003 las carreteras de unión Costa - Sierra - Oriente no se encontraban en buen estado.

**Tabla 1.8**

**Turismo Interno: Regiones Visitadas por habitantes de la Costa**

	Jul - Dic 2002			Ene - Mar 2003			Total 2002 - 2003
	Destino			Destino			
	Costa	Sierra y Oriente	Total	Costa	Sierra y Oriente	Total	
<b>Guayaquil</b>	568168	191793	759961	640219	155931	796150	1556111
<b>Resto de Costa</b>	324744	161717	486461	424623	260831	685454	1171915

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Elaborado por: Los Autores

## 1.7 Elaboración de Encuesta

Estrictamente refiriéndose a como se diseñara la encuesta se girara a base de una serie de pasos.

**Decisiones Previas.-** Previo al diseño del cuestionario se define el mercado objetivo, los alcances del proyecto y los objetivos a cumplir. En base a eso se diseño el cuestionario. El punto objetivo serán los turistas nacionales que estén dispuestos a visitar el sector de El Colorado donde se encuentran Las Cascadas De Manuel (ruta Guayaquil-Guabo) cuya edad este comprendida

entre los 18 – 42 años con un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto. Adicionalmente se entrevistara al Señor Manuel Cabrera Yáñez para obtener información referente al turista, expectativas de su negocio y costos por servicio.

Contenido De Las Preguntas.- Para determinar el contenido de las preguntas se basara en tres supuestos:

- a. Al encuestado no le gusta proporcionar datos y muchas veces no desean responder con exactitud es por ello que para el cuestionario no se pedirá identificación a la hora de responder la encuesta, ni tampoco se realizara ningún tipo de pregunta que pueda incomodar al encuestado e incentivarlo a no responder con exactitud.
- b. El grupo objetivo muchas veces no sabe de los atractivos y actividades que se ofrecen los lugares que visitan.
- c. Se tratara que las preguntas sean claras, sencillas y objetivas para así evitar cualquier tipo de confusión y ahorrar tiempo y disposición del turista encuestado.

**Formato de las respuestas.-** Para la formulación de la repuesta se toma a consideración los tres tipos posibles de pregunta: preguntas abiertas, de selección múltiple y de preguntas dicotómicas. Sin embrago cabe recalcar que se dará prioridad a las preguntas de selección múltiple y a las

dicotómicas ya que eliminan el sesgo por parte del entrevistador, además de que las preguntas abiertas son mucho más complicadas de tabular. Por lo tanto las preguntas de respuestas abiertas serán únicamente consideradas en el caso específico de selección múltiple en la opción otros, en que las personas tengan la posibilidad de escribir alguna alternativa que no conteste entre las mencionadas.

Cabe recalcar que es necesario si las preguntas dicótomas hay que añadirles una alternativa de respuesta neutral en la pregunta, porque se podría caer en un error de forzar al encuestado a responder algo que no desee contestar.

### **1.7.1 Diseño de la Encuesta**

En la encuesta se planean diferentes preguntas, para así poder segmentar mejor al mercado al cual se dirigirá el servicio.

Es de interés conocer el lugar de residencia del turista para establecer algún tipo de comportamiento colectivo que podría transformarse en una fortaleza para el proyecto.

Además sería bueno saber si los turistas viajan solo en grupos con el fin de determinar si su visita es solo por aventura o conocimiento cultural.



Otro punto a resaltar es la edad para poder establecer a quien se va a dirigir el servicio y así determinar si se podrán desarrollar todas las actividades establecidas en el servicio a brindarse.

También es importante conocer:

- ✓ La ocupación del turista para determinar si hay algún grupo referencial.
- ✓ Conocer los criterios en los que se basa para determinar su lugar de destino.

## Matriz de la Encuesta

**Buenos días, el motivo de la siguiente encuesta es conocer si le gustaría visitar un complejo turístico en el sector del Cantón El Guabo para poder brindar un excelente servicio a nuestros futuros clientes: Agradecemos su valiosa cooperación y les pedimos responder con la mayor sinceridad posible. Muchas Gracias.**

1. Ciudad de Residencia:

Guabo \_\_\_\_\_ Machala \_\_\_\_\_ Guayaquil \_\_\_\_\_

2. Edad:

18 – 24 años \_\_\_\_\_ 25 – 35 años \_\_\_\_\_ 36 – 50 años \_\_\_\_\_

Más de 50 años \_\_\_\_\_

3. Sexo:

Hombre \_\_\_\_\_ Mujer \_\_\_\_\_

4. Estado Civil:

Soltero \_\_\_\_\_ Casado \_\_\_\_\_ Viudo \_\_\_\_\_

Divorciado \_\_\_\_\_

Unión Libre \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántos miembros constituyen su familia? \_\_\_\_\_

6. ¿Cuándo decide visitar un lugar por distracción, con quién suele hacerlo?

Sólo\_\_\_\_\_ Familia\_\_\_\_\_ Pareja\_\_\_\_\_ Amigos\_\_\_\_\_

Grupos Organizados\_\_\_\_\_

7. ¿Acostumbra a visitar lugares turísticos los fines de semana o feriados?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

8. Dentro de la siguiente tipología turística, ordene los siguientes destinos siendo 1 la más preferida y así sucesivamente.

- Sol y playa \_\_\_\_\_
- Museos \_\_\_\_\_
- Aventura \_\_\_\_\_
- Crucero \_\_\_\_\_
- Invierno \_\_\_\_\_
- Naturaleza \_\_\_\_\_

9. ¿Usted encuentra paz espiritual al visitar lugares que lo ponen en contacto con la naturaleza?

- Totalmente desacuerdo \_\_\_\_\_
- Desacuerdo \_\_\_\_\_
- Indiferente \_\_\_\_\_
- De acuerdo \_\_\_\_\_
- Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_

10. ¿Qué es lo que usted espera encontrar en un complejo **ECOturístico**?

- Flora y Fauna \_\_\_\_\_
- Restaurantes \_\_\_\_\_
- Piscinas \_\_\_\_\_
- Caminos Sinuosos \_\_\_\_\_
- Canchas Deportivas \_\_\_\_\_

11. Asigne valores de importancia a cada uno de los siguientes factores de satisfacción que usted busca y prefiere. La sumatoria de los valores deben ser 100%. Se permite 0%.

- Tranquilidad \_\_\_\_\_
- Comodidad \_\_\_\_\_
- Aventura \_\_\_\_\_
- Conocer Culturas \_\_\_\_\_
- Otros \_\_\_\_\_

100%

12. Dentro de su presupuesto familiar ¿Cuánto destina en conocer o visitar lugares turísticos?

- Menos de \$ 25 \_\_\_\_\_
- \$ 26 a \$ 50 \_\_\_\_\_
- \$ 51 a \$ 75 \_\_\_\_\_
- \$ 76 a \$ 100 \_\_\_\_\_
- \$ 101 a \$ 125 \_\_\_\_\_
- Más de \$ 126 \_\_\_\_\_

13. ¿Dónde busca información para decidir el lugar de destino?

- Periódico \_\_\_\_\_
- Radio \_\_\_\_\_
- Afiches (pancartas) \_\_\_\_\_
- Conocidos \_\_\_\_\_
- Paquetes Turísticos \_\_\_\_\_

14. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre las Ecoturísticas “Cascadas de Manuel”?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si su respuesta es SI continúe con la pregunta 16**

15. En la ruta Guabo – Guayaquil existe diversidad de flora y fauna, además de contar con 8 maravillosas cascadas ecoturísticas dónde se pueden realizar diversas actividades como deportes de aventura, caminata, entre otros. ¿le gustaría conocerlas?

- Totalmente desacuerdo \_\_\_\_\_
- Desacuerdo \_\_\_\_\_
- Indiferente \_\_\_\_\_
- De acuerdo \_\_\_\_\_
- Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_

16. ¿Considera que en el mencionado sector se debe crear un complejo turístico que cuente con todas las comodidades y personal altamente capacitado?

- Totalmente desacuerdo \_\_\_\_\_
- Desacuerdo \_\_\_\_\_
- Indiferente \_\_\_\_\_
- De acuerdo \_\_\_\_\_
- Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_

17. ¿Conoce usted que exista algún otro complejo turístico ubicado en la ruta Guayaquil – El Guabo?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

18. Dado que anteriormente nos indicó el presupuesto familiar destinado para visitar lugares turísticos, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por un tour de 3 horas (guía turístico, lugares de descanso y recreativos, practica de deportes de aventura, paseos en caballo, entre otras) con refrigerio incluido en el complejo Ecoturístico?

10 usd \_\_\_\_\_ 15 usd \_\_\_\_\_ 20 usd \_\_\_\_\_ más de 20 usd \_\_\_\_\_

## **1.8 Recolección de Datos**

Una vez diseñada la encuesta se procedió al diseño de la muestra, es decir determinar a quién se incluirá en la muestra, además de determinar un método para seleccionar la muestra así por ultimo poder establecer el tamaño de la misma.

El elemento de estudio para el proyecto propuesto serian los turistas (hombres y mujeres) nacionales que estén dispuestos o que hayan visitado ya la zona del proyecto (Cascadas De Manuel) que se encuentren entre las edades de 18 a 42 años y de un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

El marco muestral debería ser todos los turistas nacionales que visitan la zona. Esto debido a que son estos los turistas que podrían dar una información más apropiada sobre su percepción de la zona y sus atractivos, además de que proporcionarían datos importantes para la definición del producto.

Tabla 1.9

<b>Turismo Interno: mayores de 10 años por ciudad visitada (Período Julio 2002 - marzo 2003)</b>	
<b>Ciudad Visitada</b>	<b># De Turistas</b>
Machala	51.882
Guayaquil	374.015
Total	425.897

Elaborado por : Los Autores

El total del mercado Objetivo sería el total de 425.897 turistas que visiten o hayan visitado las ciudades de Guayaquil y Machala, cabe recalcar que se toma como referencia a la ciudad de Machala debido viajeros por la ruta Guabo – Guayaquil tiene como destino final la ciudad de Machala, según información recolectada anteriormente.

Dado a los resultados obtenidos el tamaño de la muestra para un diseño de encuesta basado en una muestra aleatoria simple, puede calcularse mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times P(1 - P)}{e^2}$$

Donde las probabilidades de éxito y fracaso son de 50 % cada una y el error muestral considerado es el 5 %. Esto debido a que por falta de tiempo y recursos para realizar una encuesta piloto, se asume que la probabilidad de

que un turista que visite la ciudad de Machala o Guayaquil realice su viaje a la zona propuesta es del 50 %.

En base a eso la  $n$  obtenida será de:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2} = 384$$

Para determinar el número de turistas nacionales a encuestar se multiplico el número total de encuestas (459) por el porcentaje de turistas nacionales del total de turistas que visitan la región ( ) obtenido el número de turistas nacionales.

Una vez determinada la cantidad de encuestas a realizar a los distintos grupos ya era necesario el trabajo de campo. El tiempo estimado de recolección de datos fue de tres días, dado que era necesario movilizarse hasta la zona propuesta del proyecto para poder encuestar a los turistas nacionales que visitan la región para obtener así datos más exactos.



## 1.9 Análisis De Datos

Surgieron las hipótesis de investigación a las buscamos dar respuesta mediante esta investigación de mercados, las mismas que se detallan a continuación:

**HIPOTESIS 1:** El nicho de mercado preferente son los turistas nacionales dispuestos a visitar el sector de El Colorado donde se encuentran Las Cascadas De Manuel (ruta Guayaquil-Guabo) cuya edad esta comprendida entre los 18 – 42 años con un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

**HIPOTESIS 2:** El precio del servicio oscilará en un intervalo entre 15 Y 20 dólares, el mismo que constará de: caminata a través del bosque desde la primera hasta la octava cascada con el direccionamiento de un guía turístico (deporte de aventura), descanso en placenteras cabañas, práctica de deportes al aire libre, cabalgata Ecoturística y refrigerio.

**HIPOTESIS 3:** Caminata de 3 horas por la ruta de las Cascadas de Manuel a través del bosque para observar estas 8 maravillosas cascadas que poseen una flora, fauna y atractivos naturales que sólo en la Provincia del Oro se puede observar, dándole al cliente un status de exclusividad.

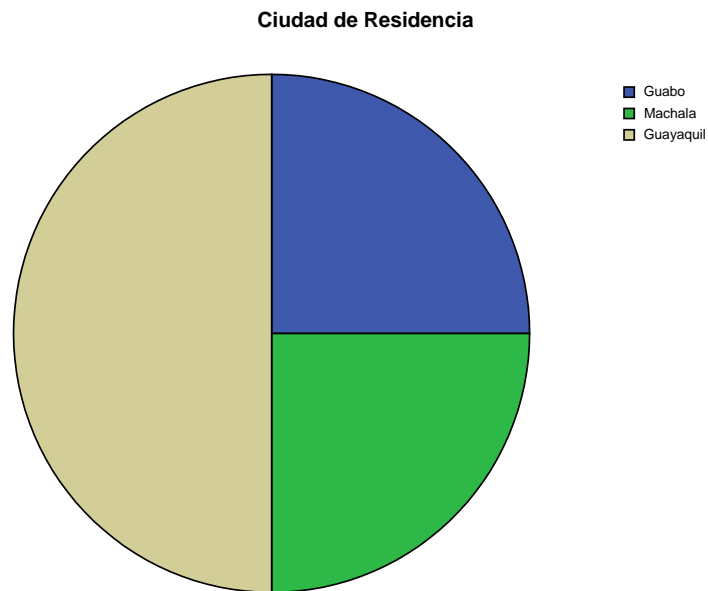
La investigación de campo se realizó el 29 de noviembre del 2008 en el Cantón el Guabo, Ciudades de Machala y Guayaquil.

Se realizaron 400 encuestas en los 3 cantones mencionados anteriormente, las mismas que se distribuyeron de la siguiente manera:

Tabla 1.10  
Ciudad de Residencia

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Guabo	100	25,0	25,0	25,0
Machala	100	25,0	25,0	50,0
Guayaquil	200	50,0	50,0	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Figura 1.4



De las cuales 185 fueron hombres y 215 mujeres lo que corresponde al 46,3% y al 53,8% respectivamente.

Para responder las hipótesis de investigación se utilizaron los procesos estadísticos con los que cuenta el programa SPSS, a continuación se detalla el análisis de los resultados obtenidos.

**HIPOTESIS 1:** Para determinar si el nicho de mercado dispuesto a visitar el mencionado sector son los turistas nacionales cuya edad esta comprendida entre los 18 – 42 años, se procedió a realizar una tabla de contingencia entre las variables: rango de edades (independiente) y le gustaría conocer las Ecoturísticas Cascadas de Manuel (dependiente), con el fin de determinar si existe independencia o no entre dichas variables.

La misma que nos indica que el mayor porcentaje de personas que están totalmente dispuestas a visitar el sector son las que oscilan entre los 36 y 50 años de edad con un 82,1% del 100% de los encuestados de este rango de edad.

De acuerdo al Test Chi-Cuadrado se determina que a un nivel de significancia del 5% se rechaza la Ho: Independencia debido a el valor crítico que se observa cae en la zona de rechazo.

Tabla 1.11

Chi-Square Tests Hipótesis 1

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.774(a)	9	.014
Likelihood Ratio	23.566	9	.005
Linear-by-Linear Association	.557	1	.455
N of Valid Cases	201		

a 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .94.

Con lo cual podemos concluir que su disponibilidad para visitar el sector dependerá de su edad, con lo que podemos establecer que se debe realizar una campaña publicitaria agresiva que incentive a los turistas jóvenes a visitar el sector.

**HIPÓTESIS 2:** Para determinar si el precio del servicio debe oscilar entre los 15 y 20 dólares se procedió a realizar un tabla de contingencia entre las variables: última visita a lugar turístico presupuesto familiar (independiente) y disponibilidad de pago (dependiente).

Según los resultados obtenidos se determina que los que en mayor medida están dispuestos a pagar 20 dólares por el servicio son los que viajan con un presupuesto familiar de \$101 a \$125.

De acuerdo al Test Chi-Cuadrado se determina que a un nivel de significancia del 5% se rechaza la  $H_0$ : Independencia debido a el valor crítico que se observa cae en la zona de rechazo.

Tabla 1.12

Chi-Square Tests Hipótesis 2

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	37,113(a)	15	,001
Likelihood Ratio	38,618	15	,001
Linear-by-Linear Association	2,873	1	,090
N of Valid Cases	400		

En conclusión se determina que su disponibilidad de pago si dependerá del presupuesto familiar que destinen para sus viajes los potenciales clientes.

Cabe recalcar que este presupuesto no dependerá del número de integrantes de la familia según los resultados arrojados por la prueba Chi-Cuadrado que nos indica que no hay suficiente evidencia estadística que indique que el presupuesto familiar depende del número de personas que integran la familia.

**HIPOTESIS 3:** Según los resultados obtenidos por medio de las encuestas se ha determinado que lo que los turistas esperan encontrar en el complejo Ecoturístico en primer lugar es Flora y Fauna opción escogida por un 66%

del total de encuestados, que corrobora las expectativas que se tenía al comenzar esta investigación, en segundo lugar esperan encontrar restaurantes escogida en un 35,5% del total de encuestados, a continuación se determina que en menor proporción esperan encontrar Caminos Sinuosos, Canchas Deportivas y Piscinas opciones escogidas en un 23,8%; 22% y 19,8% del total de encuestados respectivamente.

Con lo que podemos concluir que el servicio debe contar con un paseo de 3 horas por los caminos internos de las cascadas con un guía turístico que les pueda informar sobre las maravillas de especies que habitan en el sector, además de contar con un comedor que brinde el servicio de alimentación respectivo.

## **CAPITULO # 2 ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL**

### **2.1 Localización**

De acuerdo a la riqueza natural encontrada en el lugar de estudio se determinó que el complejo estará ubicado en el sector de las cascadas denominadas “De Manuel”; ubicadas en el cantón El Guabo, es un bosque tropical húmedo y se forma en las estribaciones de la cordillera de Mollopongo, sector el Colorado, a una altura de 200 metros con una temperatura media estimada entre los 18° y 22°.

Debido a las características del sector en el cual se pretende la implementación de infraestructura que permita brindar un servicio de alta



calidad y seguridad para los potenciales clientes, se debe tener en consideración los siguientes puntos:

1. La calidad (materia prima).
2. La seguridad requerida para los visitantes
  - i. Señalética
  - ii. Mantenimiento de los caminos internos (recorrido de las 8 cascadas).
  - iii. Dispensario médico.
3. Readecuación del acceso de entrada de segundo orden.
4. El tiempo requerido para la construcción de las instalaciones y acceso de segundo orden (el menor posible).
5. El costo adecuado (optimización económica).

Estos requerimientos son necesarios para poder lograr los objetivos de satisfacción del cliente que se plantearon en el capítulo anterior.

Dentro del estudio técnico se desarrollará un análisis completo de la materia prima necesaria, maquinarias y el personal adecuado para la construcción de las instalaciones desde la readecuación del camino de acceso (entrada) hasta el sector donde se encuentran las ocho cascadas ecoturísticas, con su respectivo control de calidad.



**Figura 2. 1**

## **2.2 Necesidades de Infraestructura**

En base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado se ha determinado que es necesaria la infraestructura que se detalla a continuación:

- **CABAÑAS:** se construirán cabañas que serán lugares de descanso e integración familiar para los potenciales turistas que visitarán el complejo ecoturístico. Las mismas que se encontrarán alrededor del

comedor. Buscando tener un complejo ecoturístico de calidad, los materiales a utilizarse serán los siguientes:

- Madera Chanul
- Madera Amarillo
- Madera Bálsamo
- Paja
- Hormigón
- Cemento
- Arena
- Piedra



**Figura 2.2**

- **COMEDOR:** en el que se dará el servicio de alimentación con comida típica de la Provincia de El Oro, cabe recalcar que este se encontrará en la parte céntrica del terreno a construirse.



**Figura 2.3**

- **BAÑOS Y VESTIDORES:** se construirá servicios higiénicos (tres sanitarios), junto a estos estarán las instalaciones de los vestidores para poder dar un buen servicio completo a nuestros futuros clientes.
  
- **PARQUEADERO:** Dado que actualmente existe un pequeño terreno donde se estaciona los vehículos, se ampliara dicho terreno donde se nivelará como primer paso y posteriormente se pasará el rodillo para aplanar y de esta manera hacer de nuestro sector un lugar confiable que permita a los clientes dejar sus vehículos con total tranquilidad.

La obra física se llevará acabo en un terreno con una extensión de 12000  $m^2$  , el mismo que se encuentra fuera del recorrido de las cascadas.

En el paquete turístico que ofrecemos para recorrer las ocho majestuosas “Cascadas De Manuel” se acondicionarán los caminos de acceso a las mismas ubicando sogas a lo largo del recorrido para garantizar la seguridad de nuestros clientes. Así mismo, se adecuarán las zonas mas fangosas sin restar la aventura que buscan nuestros clientes ya que nuestra prioridad es brindarle diversión con seguridad y responsabilidad.



**Figura 2.4**  
**Foto real del sitio**

### **2.2.1 Requerimientos Técnicos para la Construcción**

Previo a la construcción de las cabañas, el comedor, los baños, vestidores y la adecuación del parqueadero, es indispensable cumplir con ciertos

requerimientos técnicos, que proporcionarán una vida útil más larga para estos.

A continuación detallamos cada uno de los pasos que se deberá seguir para cumplir con estos requerimientos.

#### **2.2.1.1 Limpieza del Terreno**

Estas actividades se deben realizar debido a las condiciones montañosas que no es el adecuado para usar como base antes de la construcción de las cabañas. Una vez culminado el corte es necesario el desbroce del terreno, el cual deberá dejar limpio el terreno.

#### **2.2.1.2 Nivelación**

Una vez cortado y desbrozado el terreno se procede a nivelar el mismo para que tenga la consistencia necesaria y no vayan a haber hundimientos, además de que permita un ambiente adecuado para la implementación de la infraestructura.

A continuación se detalla la maquinaria a emplearse para realizar os trabajos descritos anteriormente:

- Tractor 6D
- Motoniveladora
- Rodillo
- Tanquero

### 2.3 Señaletica

Una vez culminada la implementación de la infraestructura se procederá con la instalación de los letreros que estarán ubicados en los siguientes sectores:

- **Acceso de segundo orden:** Dado que actualmente existe solamente un letrero que no es suficiente para indicar a las personas el camino a seguir debido a la extensión de este acceso.



Figura 2.5

Senderos Internos del Recorrido de las Cascadas.- Se debe implementar la respectiva señalización dentro del recorrido de las 8 cascadas, ya que no se cuenta con la necesaria y adecuada señalética. Los pocos letreros con los que se cuenta están deteriorados por las lluvias y por la falta de mantenimiento constante del sector.



**Figura 2.6**

- **Información:** Se ubicara letreros que indiquen donde se encuentran ubicadas las distintas instalaciones con las que se va a contar en el centro ecoturísticos, como tenemos, baños, comedor, cabañas, cascadas, estacionamiento, entre otras.





**Figura 2.7**

## **2.4 Necesidades de Mano de Obra**

Se contratará mano de obra necesaria para la implementación de la nueva infraestructura y las mejoras del centro ecoturístico que permitirán brindar un servicio de alta calidad a nuestros potenciales clientes.

## **2.5 Necesidades de Personal**

A continuación se establece los lineamientos que serán indispensables para la contratación del personal administrativo y de servicios:

**Administrador:** el mismo que contará con su respectivo asistente y tendrán las siguientes responsabilidades:

- Coordinar y organizar las actividades a realizar dentro del complejo.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones del personal.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para mantener el buen funcionamiento del complejo.

**Guías:** Se contratará a dos guías de ruta que serán los responsables del desarrollo del viaje turístico, respetando el programa previamente establecido, y quien facilitará la información de interés turístico general, este guía es el encargado de mostrar los recursos ecoturísticos de la localidad. Además, se encargará de cuidar la integridad física de nuestros futuros clientes dándole confiabilidad a nuestro complejo.



**Figura 2.8**

**Publicista:** Que se encargará de las siguientes actividades:

- Diseñar una agresiva campaña publicitaria que permita cumplir con el objetivo de posicionar al sector de El Colorado como uno de los puntos turísticos más importantes del país.

**Seguridad:** Será contratada a empresas especializadas. Por lo que se contará con servicio de guardianía permanente durante los 365 días del año, las 24 horas del día.

**Servicios Varios:** Se contratará dos personas que tendrán turnos rotativos y estarán a cargo de la limpieza del complejo y mantenimiento de las instalaciones, además se brindará el servicio de alimentación para los turistas por lo que se requiere de un cocinero, 2 asistentes de cocina, 2 meseros y un cajero; los cuales deben de regirse bajo las normas de calidad y sanidad reglamentarias para la manipulación de alimentos.

## **2.6 Aspectos Legales**

### **2.6.1. Creación de la Compañía.**

Para el desarrollo del negocio se constituirá una sociedad anónima, para lo cual se seguirá el siguiente procedimiento.

- Abrir una cuenta donde se depositará el capital de la compañía, este va a ser de USD \$1000.00.
- Inscribir la escritura pública de la compañía ante un notario.
- Inscribir la compañía en la Superintendencia de compañías.
- Inscribir la escritura pública y la resolución de la Superintendencia de Compañías en el Registro Mercantil.

- Inscribirse en el RUC (Registro Único de Contribuyentes) de la Compañía.

### **2.6.2 Obtención de Permisos**

Con los estudios requeridos del terreno, se iniciará la construcción del complejo Ecoturístico para lo cual es necesario obtener los permisos de construcción. Una vez concluida la obra, es necesario sacar el permiso de funcionamiento, el mismo que tiene como requisitos el permiso del cuerpo de bomberos y la patente municipal.

## **CAPÍTULO #3 ESTUDIO FINANCIERO**

### **3.1 Proyección de Ingresos**

Para determinar los posibles ingresos del proyecto se parte de la demanda potencial del mismo, cabe recalcar que debido a la falta de datos históricos que permitan proyectar la demanda que tendrá el Complejo ECOturístico, se tomará como base la experiencia obtenida por el Sr. Manuel Cabrera, quien en los actuales momentos es el dueño del terreno donde se encuentran las cascadas en el sector de El Colorado. Para esto se realizaron una serie de

entrevistas con la persona en cuestión que nos permitieron contar con un punto de partida y realizar la proyección.

Con la información obtenida se realizó la proyección de la demanda la misma que se puede observar en la Tabla No 3.1, donde se espera que exista un crecimiento de un 50% del primer al segundo año, a partir de este último se mantiene un 10% de crecimiento.

Tabla 3.1

<b>DEMANDA ANUAL</b>	
<b>AÑO</b>	<b>POTENCIALES CLIENTES</b>
2009	4300
2010	6450
2011	7740
2012	9288
2013	11146
2014	13375
2015	16050
2016	19260
2017	23112
2018	27734

Elaborado por: Los autores

Puesto que los turistas de la costa (habitantes oriundos de las ciudades de Guayaquil, Machala y El Guabo) llegan en su mayoría en la temporada de vacaciones, es decir entre los meses de marzo, abril y mayo; cabe recalcar que los meses de enero y febrero no se consideran con gran afluencia de

turistas debido a que estos son los meses que presentan mayores cantidades de lluvia lo que vuelve al terrero dificultoso de transitar.

Por otro lado, se considerará también una gran oleada de turistas en los meses de agosto hasta noviembre, debido a que esta es la época seca del año en el país lo que proporciona las condiciones adecuadas para explorar el sector. La distribución de los turistas en el primer año quedaría de esta forma:

Tabla 3.2

<b>DEMANDA MENSUAL AÑO 2009</b>	
<b>MES</b>	<b>DEMANDA MENSUAL</b>
Enero	300
Febrero	300
Marzo	400
Abril	400
Mayo	400
Junio	300
Julio	300
Agosto	400
Septiembre	400
Octubre	400
Noviembre	400
Diciembre	300
<b>TOTAL</b>	<b>4300</b>

Elaborado por: Los autores



Con estos datos se estimó que los ingresos potenciales para el primer año serán \$77.400,00 ya que el precio por persona establecido es de \$18,00. Además hay un ingreso adicional de \$800 cada tres años por concepto de la venta de los equipos de computación, los cuales serán vendidos a escuelas públicas para contribuir con el sistema educativo.

Tabla 3.3

<b>PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS AÑO 2009</b>			
<b>MES</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>PRECIO PAQUETE</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>
Enero	300	\$ 18,00	\$ 5.400,00
Febrero	300	\$ 18,00	\$ 5.400,00
Marzo	400	\$ 18,00	\$ 7.200,00
Abril	400	\$ 18,00	\$ 7.200,00
Mayo	400	\$ 18,00	\$ 7.200,00
Junio	300	\$ 18,00	\$ 5.400,00
Julio	300	\$ 18,00	\$ 5.400,00
Agosto	400	\$ 18,00	\$ 7.200,00
Septiembre	400	\$ 18,00	\$ 7.200,00
Octubre	400	\$ 18,00	\$ 7.200,00
Noviembre	400	\$ 18,00	\$ 7.200,00
Diciembre	300	\$ 18,00	\$ 5.400,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>\$ 77.400,00</b>

Elaborado por: Los autores

## 3.2 Estimación de Egresos

### 3.2.1 Inversiones del Proyecto

Para la realización de este proyecto es necesario realizar una inversión aproximada de \$ \$136.073 en los siguientes rubros:

Tabla 3.4

INVERSIÓN INICIAL	
RUBRO	VALOR
Obra Física	100.000,00
Señalética	680,00
Equipos	1.160,00
Comedor	3.500,00
Publicidad	30.000,00
Gastos de Instalación	733,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 136.073,00</b>

Elaborado por: Los autores

Cada uno de estos rubros se detalla a continuación:

#### 3.2.1.1 Obra Física

La inversión en obra física que asciende a \$100.000 comprende la adecuación del terreno y la preparación del mismo para la instalación de la

infraestructura, la cual contará con cabañas, baños y vestidores, comedor y parqueadero. Para la determinación del costo total se contó con el asesoramiento del Ing. Carlos Palacios, quien elaboro una proforma que nos permitió estimar el costo con la mayor precisión posible.

Tabla 3.5

<b>OBRA FISICA</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
Obra Física	100.000,00
<b>TOTAL OBRA FISICA</b>	<b>\$ 100.000,00</b>

Elaborado por: Los autores

### 3.2.1.2 Señalética

El valor ha cancelar por concepto de señalética es de \$680 el mismo que incluye señales internas (cascadas), señales de ingreso (acceso de 2do. Orden) y señales de información.

Tabla 3.6

<b>SENALETICA</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
Señales Internas (Cascadas)	270,00
Señales de Ingresos (Acceso de 2do. Orden)	360,00
Señales de Información	50,00
<b>TOTAL SENALETICA</b>	<b>\$ 680,00</b>

Elaborado por: Los autores

### 3.2.1.3 Equipos

Para un normal funcionamiento del Complejo ECOturístico es necesario dotar al área administrativa de una laptop y una maquina registradora. Esta dotación asciende a un valor de \$ 1.160 y se detalla a continuación:

Tabla 3.7

EQUIPOS	
RUBRO	VALOR
Laptop	800,00
Maquina Registradora	360,00
TOTAL EQUIPOS	\$ 1.160,00

Elaborado por: Los autores

### 3.2.1.4 Comedor

Se adquirirán las unidades e implementos necesarios para el equipamiento de la cocina y el acondicionamiento del comedor rubro que asciende a un monto de \$3.500,00

Tabla 3.8

<b>COMEDOR</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
Equipamiento de Cocina	2.500,00
Acondicionamiento de Comedor	1.000,00
<b>TOTAL COMEDOR</b>	<b>\$ 3.500,00</b>

Elaborado por: Los autores

### 3.2.1.5 Publicidad

Se incurrirá en una fuerte inversión para el lanzamiento del paquete al mercado de \$30.000, la cual tiene como finalidad lograr que se cumpla el objetivo propuesto al inicio de este capítulo de aumentar en un 50% la demanda del primer al segundo año.

Tabla 3.9

<b>PUBLICIDAD</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
Publicidad	30.000,00
<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>	<b>\$ 30.000,00</b>

Elaborado por: Los autores

### 3.2.1.6 Costos de Instalación

Los costos de instalación lo componen todos aquellos gastos en los que haya que incurrir, como impuestos, tasas, permisos, instalaciones de servicios básicos, para poder construir el complejo y posteriormente poder funcionar.

Tabla 3.10

COSTO DE INSTALACION	
RUBRO	VALOR
Imp. Prediales	18,00
Aprobación Planos Estructurales	55,00
Aprobación Planos Electricos	25,00
Aprobación Planos Arquitectónicos	45,00
Querpo De bomberos	58,00
Permisos Municipales	300,00
Ministerio De Salud	55,00
Medidor empresa Eléctrica	58,00
Plan Tip Hogar (Porta) Línea Telefónica	84,00
Medidor Agua Potable	35,00
TOTAL GASTO DE INSTALACION	\$ 733,00

Elaborado por: Los autores

### 3.2.2 Capital de Trabajo

Para determinar el valor a invertir en Capital de Trabajo se utilizó el método de suma constante donde se consideran los ingresos y gastos del primer año del proyecto y se escoge al mayor déficit como cantidad referencia.

El monto total a invertir en Capital de Trabajo es de \$750,30. En el siguiente cuadro se detallan los rubros a los cuales hacíamos referencia:

Tabla 3.11

<b>SALDO DE CAJA MENSUAL Y ACUMULADO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>
Ingresos (\$)	5400,00	5400,00	7200,00	7200,00	7200,00
Egresos (\$)	5775,15	5775,15	6125,15	6125,15	6125,15
Saldo Mensual	-375,15	-375,15	1074,85	1074,85	1074,85
<b>Saldo Acumulado</b>	-375,15	<b>-750,30</b>	324,55	1399,40	2474,25

<b>SALDO DE CAJA MENSUAL Y ACUMULADO</b>						
<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
5400,00	5400,00	7200,00	7200,00	7200,00	7200,00	5400,00
5775,15	5775,15	6125,15	6125,15	6125,15	6125,15	5775,15
-375,15	-375,15	1074,85	1074,85	1074,85	1074,85	-375,15
2099,10	1723,95	2798,80	3873,65	4948,50	6023,35	5648,20

Elaborado por: Los autores

### 3.2.3 Costos y Gastos Fijos

#### 3.2.3.1 Sueldos y Salarios

El costo por concepto de sueldos de todo el personal necesario para el control y manejo del complejo asciende a \$36000 y se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 3.12

<b>PRESUPUESTO DE PERSONAL</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>No. DE PERSONAS</b>	<b>GASTO MENSUAL</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
Administrador	800,00	1	800,00	9600,00
Guías	300,00	2	600,00	7200,00
Cocinero	250,00	1	250,00	3000,00
Ayudantes de Cocina	200,00	2	400,00	4800,00
Meseros	200,00	2	400,00	4800,00
Cajeros	250,00	1	250,00	3000,00
Personal de Limpieza	150,00	2	300,00	3600,00
<b>TOTAL GASTO PERSONAL</b>			3000,00	36000,00

Elaborado por: Los autores

### 3.2.3.2 Gasto por Servicio de Guardianía

La seguridad del complejo estará a cargo de MAC Security, compañía especializada en este servicio. El complejo contará con seguridad armada durante las 24 horas del día lo cual brinda un valor agregado al servicio que se brindará. Los costos por este servicio se detallan en la Tabla No 3.11

Tabla 3.13

<b>GASTO POR SERVICIO DE GUARDIANÍA</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>GASTO MENSUAL</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
Guardianía 24 horas	\$ 350,00	\$ 4.200,00

Elaborado por: Los autores



#### 3.2.3.4 Publicidad

Se han destinado \$10.000 anuales que serán distribuidos de acuerdo a las estrategias de promoción y publicidad que se utilicen para dar a conocer el complejo.

**Tabla No 3.14**

<b>GASTO POR PUBLICIDAD</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
Publicidad Anual	\$ 10.000,00
<b>TOTAL GASTO PUBLICIDAD</b>	<b>\$ 10.000,00</b>

Elaborado por: Los autores

Este monto destinado para gastos por publicidad disminuirá anualmente un 10% en relación a lo presupuestado para el primer año.

#### 3.2.3.5 Gastos Generales

Los Gastos Generales corresponden al gasto por servicios básicos que se tendrá que pagar por el funcionamiento del complejo independientemente de la afluencia de visitantes que se tenga, así como los suministros de comedor,

materiales de limpieza y los permisos que haya que sacar anualmente para poder ajustarnos a la parte legal.

El monto total anual por gastos generales asciende a \$6.501,80 y se detalla en la tabla No 3.13 presentada a continuación.

Tabla 3.15

<b>GASTO GENERALES</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>GASTO MENSUAL</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
Servicios Básicos	117,4	1408,8
Suministros Restaurante	240	2880
Material de Limpieza	150	1800
Permisos		413
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>		<b>\$ 6.501,80</b>

Elaborado por: Los autores

### **3.2.3.6 Gastos de Depreciación y Amortización**

Los gastos de depreciación corresponden a los activos fijos del Complejo ECOturístico, los cuales son equipo de computación (laptop) y equipo de ofician (máquina registradora).

La vida útil de los activos fijos es de diez años para el equipo de oficina y de tres años para el equipo de computación, por lo que se hará la reposición de estos equipos en el 3er, 6to y 9no año respectivamente. Estos rubros serán depreciados por el método de línea recta por lo que anualmente se depreciará un monto de \$302,67.

En cuanto al gasto de amortización, este corresponde al rubro de publicidad prepagada necesaria para la puesta en marcha del proyecto, el cual se amortizará en un lapso de 5 años.

Tabla 3.16

CUADRO DE AMORTIZACIÓN ANUAL						
DESCRIPCIÓN	VALOR	2009	2010	2011	2012	2013
Gasto de Publicidad	\$ 30.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00

Elaborado por: Los autores

### 3.3 Financiamiento

Para poder llevar a cabo el proyecto, la fuente de financiamiento será la institución financiera ecuatoriana Banco del Pichincha.

La administración y control será manejado por nosotros quienes realizaremos todos los convenios y reservaciones del Complejo ECOturístico.

### 3.3.1 Gastos de Financiamiento

Para financiar el proyecto se optará por hacer un préstamo al Banco del Pichincha por el monto de \$82.093,98 cantidad que se encuentra en el intervalo de valores que otorgan como préstamos para este tipo de negocios. Este sería un préstamo a un período de 5 años con una tasa de interés del 14% anual.

A continuación se detalla la tabla de amortización del préstamo:

Tabla 3.17

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	CAPITAL VIVO
0	0	0	0	\$ 82.093,98
1	\$ 23.912,63	\$ 11.493,16	\$ 12.419,47	\$ 69.674,51
2	\$ 23.912,63	\$ 9.754,43	\$ 14.158,19	\$ 55.516,32
3	\$ 23.912,63	\$ 7.772,28	\$ 16.140,34	\$ 39.375,98
4	\$ 23.912,63	\$ 5.512,64	\$ 18.399,99	\$ 20.975,99
5	\$ 23.912,63	\$ 2.936,64	\$ 20.975,99	0,00

Elaborado por: Los autores

### **3.4 Estados Financieros**

#### **3.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Al realizar el Estado de Pérdidas y Ganancias del proyecto y, al proyectarlo a diez años (vida del proyecto), se obtiene que genera utilidades positivas a partir del segundo año de vida del mismo. Los ingresos del Complejo ECOturístico proviene del precio del servicio por persona que se cobrará a los visitantes de la Cascadas de Manuel, los cuales variarán de acuerdo al volumen de turistas que visiten la zona. Además existirán ingresos adicionales de \$800,00 por la venta de los equipos de computación en los años 3, 6 y 9. Luego de debitar todos los gastos y demás obligaciones se obtiene que, en el primer año, la pérdida del proyecto asciende a \$15.513,62. Los ingresos obtenidos, gastos incurridos y las utilidades generadas para los 10 años del proyecto están desglosados en la siguiente tabla:

Tabla 3.18

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>(+)INGRESOS</b>										
Ventas Netas	\$ 77.400,00	\$ 116.100,00	\$ 139.320,00	\$ 167.184,00	\$ 200.620,80	\$ 240.744,96	\$ 288.893,95	\$ 346.672,74	\$ 416.007,29	\$ 499.208,75
<b>(-)COSTOS Y GASTOS</b>										
Sueldos y Salarios	\$ 36.000,00	\$ 36.900,00	\$ 37.822,50	\$ 38.768,06	\$ 39.737,26	\$ 40.730,70	\$ 41.748,96	\$ 42.792,69	\$ 43.862,50	\$ 44.959,07
Aporte al IESS	\$ 3.366,00	\$ 3.450,15	\$ 3.536,40	\$ 3.624,81	\$ 3.715,43	\$ 3.808,32	\$ 3.903,53	\$ 4.001,12	\$ 4.101,14	\$ 4.203,67
Gasto por Servicio de Guardianía	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
Gastos Generales	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80	\$ 6.501,80
Gasto de Publicidad	\$ 10.000,00	\$ 9.000,00	\$ 8.100,00	\$ 7.290,00	\$ 6.561,00	\$ 5.904,90	\$ 5.314,41	\$ 4.782,97	\$ 4.304,67	\$ 3.874,20
Gasto de Depreciación	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67	\$ 302,67
Laptop	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67
Máquina Registradora	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
Costo de Alimentación	\$ 15.050,00	\$ 22.575,00	\$ 27.090,00	\$ 32.508,00	\$ 39.009,60	\$ 46.811,52	\$ 56.173,82	\$ 67.408,59	\$ 80.890,31	\$ 97.068,37
Gasto de Amortización	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>-\$ 4.020,47</b>	<b>\$ 27.170,38</b>	<b>\$ 45.766,63</b>	<b>\$ 67.988,66</b>	<b>\$ 94.593,04</b>	<b>\$ 132.485,06</b>	<b>\$ 170.748,76</b>	<b>\$ 216.682,91</b>	<b>\$ 271.844,20</b>	<b>\$ 338.098,97</b>
<b>(-)GASTOS FINANCIEROS</b>										
Intereses Pagados	\$ 11.493,16	\$ 9.754,43	\$ 7.772,28	\$ 5.512,64	\$ 2.936,64	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(+)OTROS INGRESOS</b>										
Venta de Activo			\$ 160,00			\$ 160,00			\$ 160,00	
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$ 15.513,62</b>	<b>\$ 17.415,95</b>	<b>\$ 38.154,35</b>	<b>\$ 62.476,02</b>	<b>\$ 91.656,40</b>	<b>\$ 132.645,06</b>	<b>\$ 170.748,76</b>	<b>\$ 216.682,91</b>	<b>\$ 272.004,20</b>	<b>\$ 338.098,97</b>
15% Participación de Trabajadores	\$ 0,00	\$ 2.612,39	\$ 5.723,15	\$ 9.371,40	\$ 13.748,46	\$ 19.896,76	\$ 25.612,31	\$ 32.502,44	\$ 40.800,63	\$ 50.714,85
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$ 15.513,62</b>	<b>\$ 14.803,56</b>	<b>\$ 32.431,19</b>	<b>\$ 53.104,62</b>	<b>\$ 77.907,94</b>	<b>\$ 112.748,30</b>	<b>\$ 145.136,45</b>	<b>\$ 184.180,48</b>	<b>\$ 231.203,57</b>	<b>\$ 287.384,12</b>
25% Impuesto a la Renta	\$ 0,00	\$ 3.700,89	\$ 8.107,80	\$ 13.276,15	\$ 19.476,98	\$ 28.187,07	\$ 36.284,11	\$ 46.045,12	\$ 57.800,89	\$ 71.846,03
<b>(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>-\$ 15.513,62</b>	<b>\$ 11.102,67</b>	<b>\$ 24.323,40</b>	<b>\$ 39.828,46</b>	<b>\$ 58.430,95</b>	<b>\$ 84.561,22</b>	<b>\$ 108.852,33</b>	<b>\$ 138.135,36</b>	<b>\$ 173.402,68</b>	<b>\$ 215.538,09</b>

Elaborado por: Los autores

### **3.5 Flujo de Caja**

En el Flujo de Caja que se muestra a continuación se refleja el flujo de efectivo real del proyecto durante los 10 años de vida de este. Este flujo es el resultado de los ingresos, actividades operacionales y de inversión del proyecto, el cual genera valores positivos a partir del segundo año de vida del proyecto. Estas proyecciones para cada año servirán para poder determinar el VAN y el TIR del proyecto.

Tabla 3.19

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>(+)INGRESOS</b>										
Ventas Netas	77400,00	116100,00	139320,00	167184,00	200620,80	240744,96	288893,95	346672,74	416007,29	499208,75
<b>(-)COSTOS Y GASTOS</b>										
Sueldos y Salarios	36000,00	36900,00	37822,50	38768,06	39737,26	40730,70	41748,96	42792,69	43862,50	44959,07
Aporte al IESS	3366,00	3450,15	3536,40	3624,81	3715,43	3808,32	3903,53	4001,12	4101,14	4203,67
Gasto por Servicio de Guardianía	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00
Gastos Generales	6501,80	6501,80	6501,80	6501,80	6501,80	6501,80	6501,80	6501,80	6501,80	6501,80
Gasto de Publicidad	10000,00	9000,00	8100,00	7290,00	6561,00	5904,90	5314,41	4782,97	4304,67	3874,20
Gasto de Depreciación	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67
Laptop	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67
Máquina Registradora	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Costo de Alimentación	15050,00	22575,00	27090,00	32508,00	39009,60	46811,52	56173,82	67408,59	80890,31	97068,37
Gasto de Amortización	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>-4020,47</b>	<b>27170,38</b>	<b>45766,63</b>	<b>67988,66</b>	<b>94593,04</b>	<b>132485,06</b>	<b>170748,76</b>	<b>216682,91</b>	<b>271844,20</b>	<b>338098,97</b>
<b>(-)GASTOS FINANCIEROS</b>										
Intereses Pagados	11493,16	9754,43	7772,28	5512,64	2936,64	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(+)OTROS INGRESOS</b>										
Venta de Activo			160,00			160,00			160,00	
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-15513,62</b>	<b>17415,95</b>	<b>38154,35</b>	<b>62476,02</b>	<b>91656,40</b>	<b>132645,06</b>	<b>170748,76</b>	<b>216682,91</b>	<b>272004,20</b>	<b>338098,97</b>
15% Participación de Trabajadores	0,00	2612,39	5723,15	9371,40	13748,46	19896,76	25612,31	32502,44	40800,63	50714,85
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-15513,62</b>	<b>14803,56</b>	<b>32431,19</b>	<b>53104,62</b>	<b>77907,94</b>	<b>112748,30</b>	<b>145136,45</b>	<b>184180,48</b>	<b>231203,57</b>	<b>287384,12</b>
25% Impuesto a la Renta	0,00	3700,89	8107,80	13276,15	19476,98	28187,07	36284,11	46045,12	57800,89	71846,03
<b>(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>-15513,62</b>	<b>11102,67</b>	<b>24323,40</b>	<b>39828,46</b>	<b>58430,95</b>	<b>84561,22</b>	<b>108852,33</b>	<b>138135,36</b>	<b>173402,68</b>	<b>215538,09</b>
(+)Gasto de Depreciación	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67	302,67
Laptop	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67	266,67
Máquina Registradora	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
(-)Reemplazo de Laptop			800,00			800			800	
(+)Valor en Libros Laptop			0,00			0,00			0,00	266,67
(+)Valor en Libros Máquina Registradora										0,00
(+)Gasto de Amortización	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo	82093,98									
(-)Amortización del Capital	12419,47	14158,19	16140,34	18399,99	20975,99	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión Inicial	136823,30									
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-54729,32</b>	<b>-21630,43</b>	<b>3247,14</b>	<b>13685,72</b>	<b>27731,14</b>	<b>43757,63</b>	<b>84063,89</b>	<b>109155,00</b>	<b>138438,02</b>	<b>172905,34</b>

Elaborado por: Los autores



## **3.6 Evaluación Económica**

### **3.6.1 Valor Actual Neto (VAN)**

Para poder hallar el VAN del proyecto hay que obtener primero la tasa de descuento la cual se la encuentra por el método del costo ponderado de capital (WACC), pero debido a la inestabilidad política que enfrenta actualmente nuestra nación el Riesgo País se ha visto alterado aumentando en proporciones abrumantes y al ser uno de los factores importantes para el cálculo de la tasa de descuento estaríamos estimando erróneamente la misma, por lo que se ha decidido tomar como referencia la tasa de interés del préstamo que en este caso sería el costo de la deuda y haciendo una investigación exhaustiva de la industria del turismo se ha determinado que el margen de ganancia que esperan obtener los inversionistas será de un 20%. Al determinar la tasa de descuento, la cual se usa para traer todos los flujos de efectivo que genera el proyecto a valores presentes, se procede a calcular el VAN del proyecto el cual es de \$127.603,92. Puesto que el VAN es mayor a cero podemos concluir que el proyecto es rentable.

### **3.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

A partir de los valores netos obtenidos en el flujo de caja proyectado a 10 años se calcula la Tasa Interna de Retorno del Proyecto (TIR) la cual es de 40%.

Al comparar la TIR del 40% con la tasa de descuento del proyecto de 20%, la cual es la mínima atractiva de retorno (TMAR) para el inversionista (es decir, es lo que obtendría por invertir en un proyecto de características similares), podemos observar que el proyecto no sólo es rentable, sino que es más atractivo para el inversionista potencial en comparación con otros proyectos similares.

Tabla 3.20

CALCULO DEL VAN Y TIR											
Flujo de Caja	-54729,32	-21630,43	3247,14	13685,72	27731,14	43757,63	84063,89	109155,00	138438,02	172905,34	216107,43
Tasa de Descuento	20%										
VAN	\$ 127.603,92										
TIR	40%										

Elaborado por: Los autores

### 3.6.3 Payback

El Payback es una herramienta financiera que permite estimar en qué tiempo se recupera la inversión inicial y el capital de trabajo, considerando que se realizó un préstamo.

La tabla que se presenta a continuación muestra el payback del presente proyecto. De acuerdo a los resultados, el año en el que se recupera la inversión inicial es el año 9.

Tabla 3.21

PAYBACK				
Período	Saldo de inversión (\$)	Flujo de Caja (\$)	Rentabilidad exigida (\$)	Recuperación Inversión (\$)
1	54729.32	-21630.43	21891.73	-43522.15
2	98251.47	3247.14	39300.59	-36053.45
3	134304.92	13685.72	53721.97	-40036.25
4	174341.17	27731.14	69736.47	-42005.33
5	216346.50	43757.63	86538.60	-42780.97
6	259127.46	84063.89	103650.99	-19587.09
7	278714.56	109155.00	111485.82	-2330.82
8	281045.38	138438.02	112418.15	26019.87
9	255025.50	172905.34	102010.20	70895.14
10	184130.36	216107.43	73652.15	142455.28

Elaborado por: Los autores

### 3.6.4 Análisis de Sensibilidad

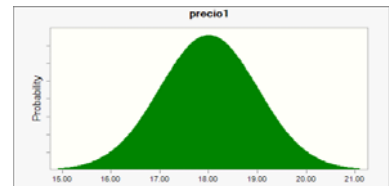
El análisis de sensibilidad se realizó con el programa denominado Crystall Ball, en el se consideraron como variables a analizar la tasa de descuento, el volumen de ventas, y el precio del servicio.

**Assumption: precio1**

**Cell: B6**

Normal distribution with parameters:

Mean	18,00
Std. Dev.	1,00

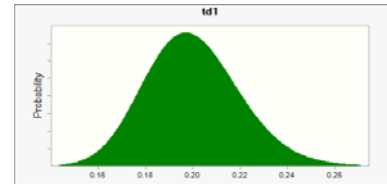


Como se puede observar la máxima variación del precio que soporta el proyecto (es de \$1,00 de acuerdo a los resultados arrojados por la simulación).

**Assumption: td1**

Cell: B4

Lognormal distribution with parameters:

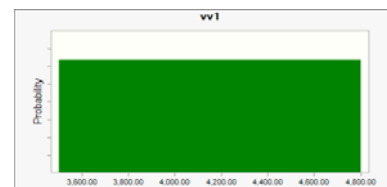
Mean 0,20  
Std. Dev. 0,02

Por su parte, siguiendo con el mismo procedimiento de realizar el análisis de sensibilizada de las variables de decisión podemos observar que la variación máxima que puede tener la tasa de descuento es de un 2%.

**Assumption: vv1**

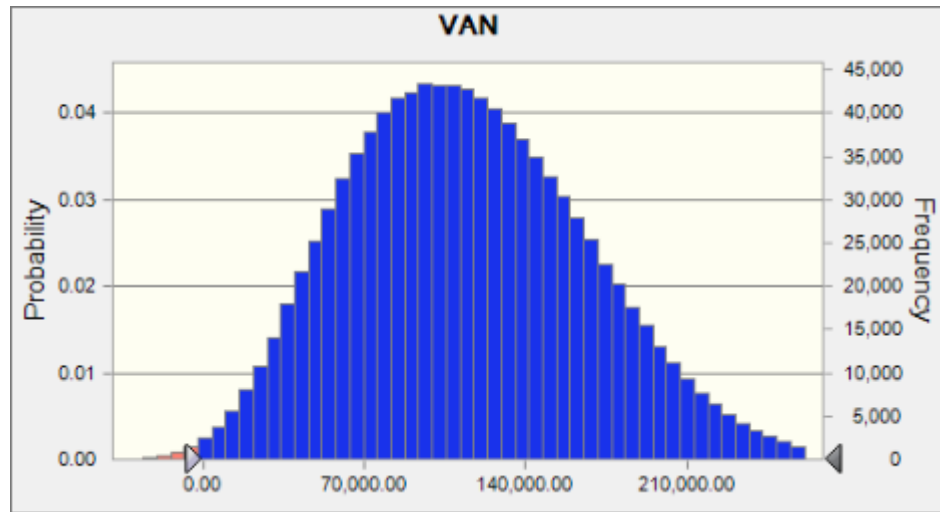
Cell: B5

Uniform distribution with parameters:

Minimum 3.500,00  
Maximum 4.800,00

Por otro lado, se puede concluir que la máxima variación que soporte el volumen de ventas son un mínimo de 3500 visitantes a un máximo de 4800 visitantes.

Para finalizar se puede concluir que de acuerdo a las simulaciones realizadas por el programa que mencionamos anterior mente la probabilidad de que el VAN sea mayor a cero es del 99.6289%



### 3.7 Evaluación Ambiental

#### 3.7.1 Impactos Ambientales

Junto con el surgimiento de un proyecto turístico surge también la interrogante en cuanto a su impacto ambiental en la zona que va a ser promocionada y visitada por lo turistas.

En el caso del Complejo ECOturístico, y luego de consultas con expertos se pudo concluir que el implemento de este proyecto no causará daños en el medio ambiente de la zona, puesto que se recorrerían senderos ya establecidos sin incursionar en áreas vírgenes de la selva profunda por lo

que no se corre el riesgo de contaminar el medio ambiente. Además se cuenta con guías especializados los cuales capacitaran debidamente a los turistas y les darán instrucciones para que no contamine ni dañen el medio ambiente del lugar que están visitando.



## CONCLUSIONES

El Ecuador es reconocido internacionalmente por sus hermosos e incomparables paisajes, es por eso que como proyecto se centró en el desarrollo turístico de las Cascadas de Manuel ubicadas en el sector de El Colorado, llegando a las siguientes conclusiones:

- Dado que la TIR del proyecto del Complejo ECOturístico es del 40% y el VAN de \$127.603,92 el inversionista pudo determinar que el proyecto es rentable.
- Se determinó que los meses de mayor concurrencia por parte de los turistas de la región costa (habitantes oriundos de las ciudades de Machala Guayaquil y el Guabo) son los meses de marzo, abril y mayo, y de agosto a noviembre por ser los meses de temporada seca en nuestro país.
- El proyecto si es rentable y cumple con las expectativas de establecer un precio estándar de \$18 por un recorrido de tres horas por los caminos internos de las cascadas con un guía turístico,

aéreas de descanso como lo son las cabañas y el servicio de alimentación incluido.

## RECOMENDACIONES

En el proceso de estudio del proyecto se concluyó que a pesar que el país goza del atractivo natural necesario para desarrollar el turismo ecológico, existen ciertas circunstancias que podrían ser mejoradas para el beneficio del país y la posible implementación de proyectos similares que impulsen el desarrollo del turismo y del Ecuador.

Por esto es necesario hacer las siguientes recomendaciones:

- Hacer convenios con agencias de turismo corto que permitan promocionar el paquete a nivel nacional e internacional, el cual traería consigo el contacto directo con el grupo objetivo y sería un apoyo para la difusión de información e incremento del turismo receptor del país generando un mayor ingreso nacional.
- El apoyo de las entidades gubernamentales es fundamental para este tipo de proyectos, puesto que no sólo se enriquece el promotor en sí sino que beneficia al país. Por otro lado, el turismo tiene que ser desarrollado más a fondo puesto que es un importante recurso para el Ecuador. Para esto el gobierno debería seguir las políticas de

desarrollo sostenible del turismo que sugiere la OMT y apoyar a los habitantes del sector para que ellos mismos den a conocer la belleza natural del lugar que habitan.

- Expandir el alcance del proyecto y promocionar el sector en las provincias de la Sierra y Oriente, lo cual traerían mayores ingresos.
- Realizar periódicamente estudios de impacto ambiental para determinar si la implementación del proyecto ha cumplido con la expectativa de no dañar el medio ambiente, además de proporcionar de esta información que es muy limitada y escasa.

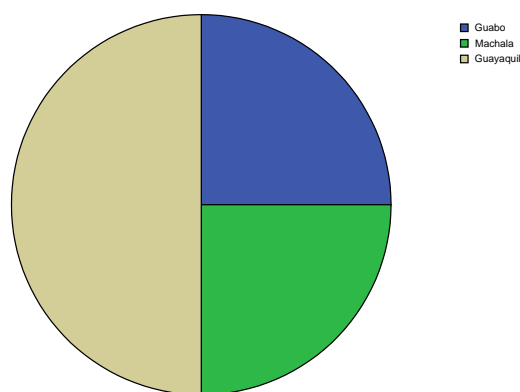
## Anexo 1: Resultados de las Encuestas

### 1. Ciudad de Residencia:

Ciudad de Residencia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guabo	100	25.0	25.0	25.0
	Machala	100	25.0	25.0	50.0
	Guayaquil	200	50.0	50.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Ciudad de Residencia

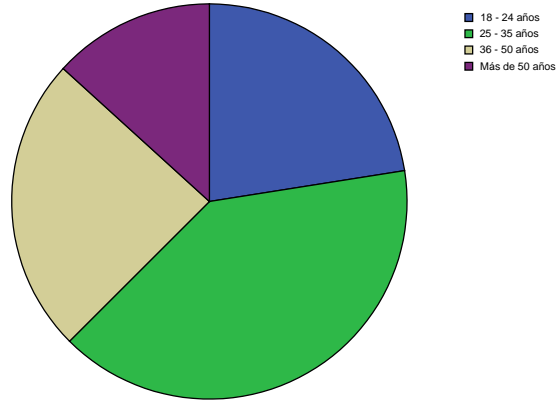


### 2. Edad:

Rango de Edades

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 24 años	90	22.5	22.5	22.5
	25 - 35 años	160	40.0	40.0	62.5
	36 - 50 años	97	24.3	24.3	86.8
	Más de 50 años	53	13.3	13.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

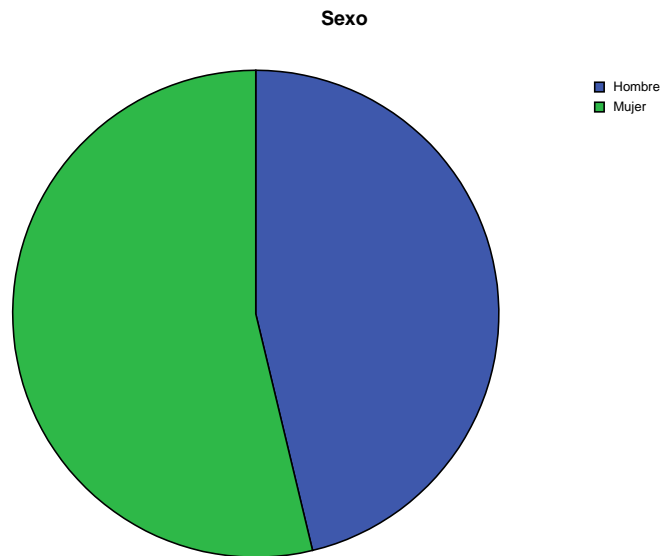
Rango de Edades



**3. Sexo:**

Sexo

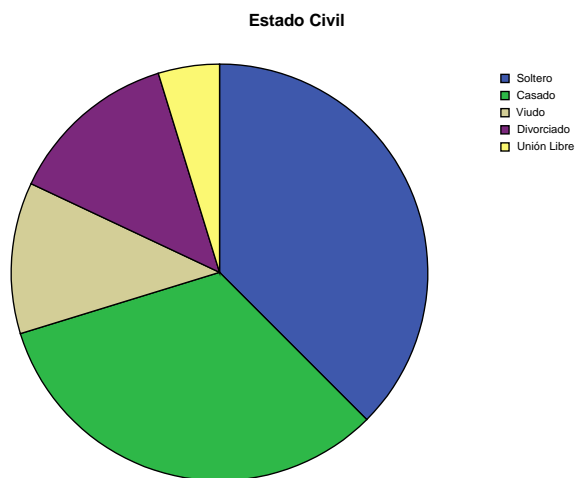
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hombre	185	46.3	46.3	46.3
	Mujer	215	53.8	53.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



#### 4. Estado Civil:

**Estado Civil**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Soltero	150	37.5	37.5	37.5
	Casado	131	32.8	32.8	70.3
	Viudo	47	11.8	11.8	82.0
	Divorciado	53	13.3	13.3	95.3
	Unión Libre	19	4.8	4.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



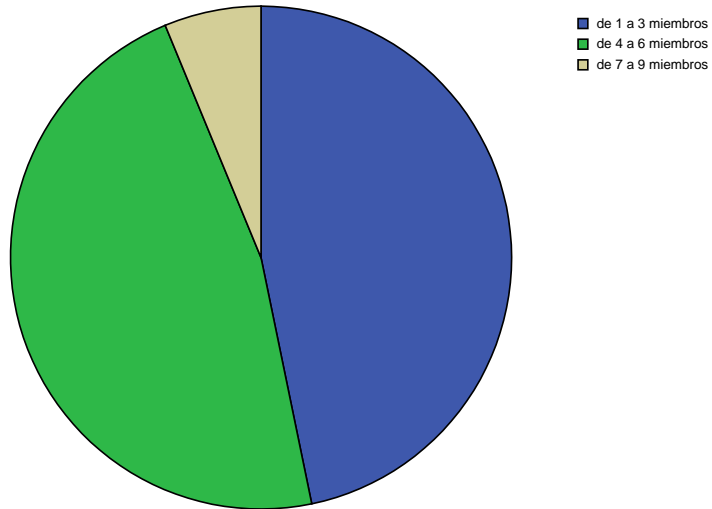
**5. ¿Cuántos miembros constituyen su familia?**

**Miembros de familia ordenados por rango**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid de 1 a 3 miembros	187	46.8	46.8	46.8
de 4 a 6 miembros	188	47.0	47.0	93.8
de 7 a 9 miembros	25	6.3	6.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	



**Miembros de familia ordenados por rango**



**6. ¿Cuándo decide visitar un lugar por distracción, con quién suele hacerlo?**

**Acompañante de visita a lugares turísticos fines de semana o feriados**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No Escogida	345	86.3	86.3	86.3
Escogida	55	13.8	13.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Acompañante de visita a lugares turísticos fines de semana o feriados**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No Escogida	187	46.8	46.8	46.8
Escogida	213	53.3	53.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Acompañante de visita a lugares turísticos fines de semana o feriados**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	328	82.0	82.0	82.0
	Escogida	72	18.0	18.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Acompañante de visita a lugares turísticos fines de semana o feriados**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogido	277	69.3	69.3	69.3
	Escogido	123	30.8	30.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Acompañante de visita a lugares turísticos fines de semana o feriados**

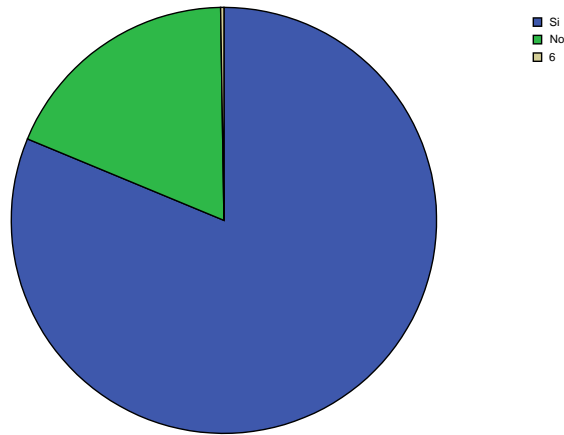
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogido	393	98.3	98.3	98.3
	Escogido	7	1.8	1.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**7. ¿Acostumbra a visitar lugares turísticos los fines de semana o feriados?**

**Acostumbra visitar lugares turísticos los fines de semana o feriados**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	325	81.3	81.3	81.3
	No	74	18.5	18.5	99.8
	6	1	.3	.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Acostumbra visitar lugares turísticos los fines de semana o feriados**



**8. Dentro de la siguiente tipología turística, ordene los siguientes destinos siendo 1 la más preferida y así sucesivamente.**

**Nivel de Preferencia 1 Destinos Turísticos**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sol y Playa	183	45.8	45.8	45.8
Museos	7	1.8	1.8	47.5
Aventura	23	5.8	5.8	53.3
Crucero	12	3.0	3.0	56.3
Invierno	3	.8	.8	57.0
Naturaleza	172	43.0	43.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Nivel de Preferencia 2 Destinos Turísticos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sol y Playa	129	32.3	32.3	32.3
	Museos	12	3.0	3.0	35.3
	Aventura	103	25.8	25.8	61.0
	Crucero	15	3.8	3.8	64.8
	Invierno	25	6.3	6.3	71.0
	Naturaleza	116	29.0	29.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Nivel de Preferencia 3 Destinos Turísticos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sol y Playa	68	17.0	17.0	17.0
	Museos	75	18.8	18.8	35.8
	Aventura	71	17.8	17.8	53.5
	Crucero	72	18.0	18.0	71.5
	Invierno	61	15.3	15.3	86.8
	Naturaleza	53	13.3	13.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Nivel de Preferencia 4 Destinos Turísticos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sol y Playa	24	6.0	6.0	6.0
	Museos	118	29.5	29.5	35.5
	Aventura	93	23.3	23.3	58.8
	Crucero	45	11.3	11.3	70.0
	Invierno	85	21.3	21.3	91.3
	Naturaleza	35	8.8	8.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Nivel de Preferencia 5 Destinos Turísticos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sol y Playa	7	1.8	1.8	1.8
	Museos	69	17.3	17.3	19.0
	Aventura	87	21.8	21.8	40.8
	Crucero	119	29.8	29.8	70.5
	Invierno	95	23.8	23.8	94.3
	Naturaleza	23	5.8	5.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Nivel de Preferencia 6 Destinos Turísticos**

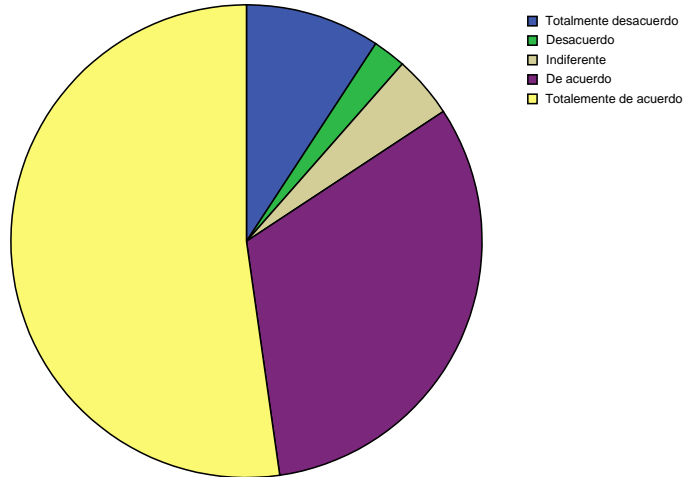
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sol y Playa	7	1.8	1.8	1.8
	Museos	110	27.5	27.5	29.3
	Aventura	26	6.5	6.5	35.8
	Crucero	118	29.5	29.5	65.3
	Invierno	112	28.0	28.0	93.3
	Naturaleza	27	6.8	6.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**9. ¿Usted encuentra paz espiritual al visitar lugares que lo ponen en contacto con la naturaleza?**

**Encuentra paz espiritual al visitar lugares que lo ponen en contacto con la naturaleza**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente desacuerdo	37	9.3	9.3	9.3
	Desacuerdo	9	2.3	2.3	11.5
	Indiferente	17	4.3	4.3	15.8
	De acuerdo	128	32.0	32.0	47.8
	Totalemente de acuerdo	209	52.3	52.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Encuentra paz espiritual al visitar lugares que lo ponen en contacto con la naturaleza**



**10. ¿Qué es lo que usted espera encontrar en un complejo ECoturístico?**

**Qué es lo que espera encontrar en un Complejo Ecoturístico Flora y Fauna**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No Escogida	136	34.0	34.0	34.0
Escogida	264	66.0	66.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Qué es lo que espera encontrar en un Complejo Ecoturístico Restaurantes**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No Escogida	258	64.5	64.5	64.5
Escogida	142	35.5	35.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Qué es lo que espera encontrar en un Complejo Ecoturístico Piscinas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	321	80.3	80.3	80.3
	Escogida	79	19.8	19.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Qué es lo que espera encontrar en un Complejo Ecoturístico Caminos Sinuosos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	305	76.3	76.3	76.3
	Escogida	95	23.8	23.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Qué es lo que espera encontrar en un Complejo Ecoturístico Canchas Deportivas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	312	78.0	78.0	78.0
	Escogida	88	22.0	22.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**11. Asigne valores de importancia a cada uno de los siguientes factores de satisfacción que usted busca y prefiere. La sumatoria de los valores deben ser 100%. Se permite 0%.**

## TRANQUILIDAD

**Valoración Porcentual Factores de Satisfacción**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	6	1.5	1.5	1.5
	15	7	1.8	1.8	3.3
	20	17	4.3	4.3	7.7
	25	11	2.8	2.8	10.5
	30	36	9.0	9.2	19.7
	35	10	2.5	2.6	22.3
	40	15	3.8	3.8	26.1
	50	140	35.0	35.8	61.9
	60	25	6.3	6.4	68.3
	70	5	1.3	1.3	69.6
	75	8	2.0	2.0	71.6
	100	111	27.8	28.4	100.0
	Total	391	97.8	100.0	
Missing	0	9	2.3		
Total		400	100.0		

## COMODIDAD

**Valoración Porcentual Factores de Satisfacción**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	2	.5	.9	.9
	10	4	1.0	1.7	2.6
	15	5	1.3	2.2	4.8
	20	40	10.0	17.3	22.1
	25	21	5.3	9.1	31.2
	30	40	10.0	17.3	48.5
	35	10	2.5	4.3	52.8
	40	38	9.5	16.5	69.3
	50	71	17.8	30.7	100.0
	Total	231	57.8	100.0	
Missing	0	169	42.3		
Total		400	100.0		



## AVENTURA

### Valoración Porcentual Factores de Satisfacción

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	3	.8	1.9	1.9
	10	17	4.3	10.6	12.5
	15	5	1.3	3.1	15.6
	20	44	11.0	27.5	43.1
	25	19	4.8	11.9	55.0
	30	26	6.5	16.3	71.3
	40	8	2.0	5.0	76.3
	50	22	5.5	13.8	90.0
	60	7	1.8	4.4	94.4
	70	2	.5	1.3	95.6
	75	1	.3	.6	96.3
	80	2	.5	1.3	97.5
	100	4	1.0	2.5	100.0
	Total	160	40.0	100.0	
Missing	0	240	60.0		
Total		400	100.0		

## CONOCER CULTURAS

### Valoración Porcentual Factores de Satisfacción

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	7	1.8	6.4	6.4
	10	21	5.3	19.1	25.5
	20	17	4.3	15.5	40.9
	25	17	4.3	15.5	56.4
	29	4	1.0	3.6	60.0
	30	3	.8	2.7	62.7
	40	3	.8	2.7	65.5
	50	37	9.3	33.6	99.1
	60	1	.3	.9	100.0
	Total	110	27.5	100.0	
Missing	0	290	72.5		
Total		400	100.0		

## OTROS

### Valoración Porcentual Factores de Satisfacción

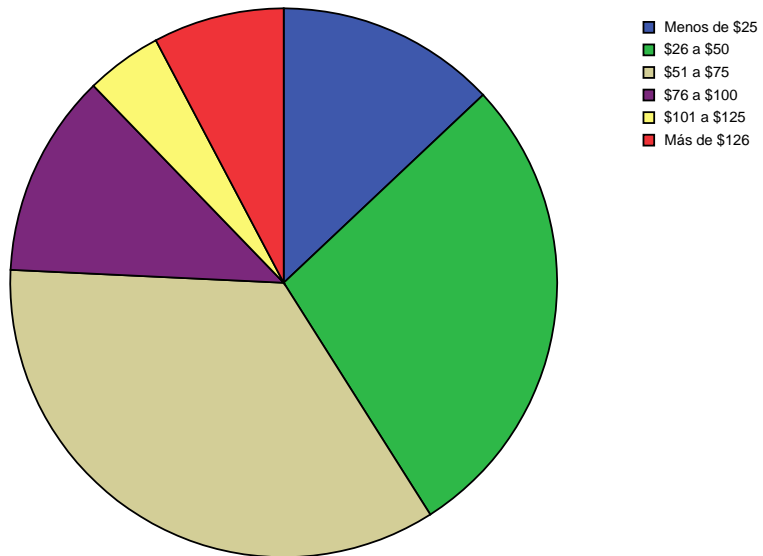
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	11	2.8	39.3	39.3
	10	9	2.3	32.1	71.4
	20	3	.8	10.7	82.1
	25	5	1.3	17.9	100.0
	Total	28	7.0	100.0	
Missing	0	372	93.0		
Total		400	100.0		

### 12. Dentro de su presupuesto familiar ¿Cuánto destina en conocer o visitar lugares turísticos?

#### Ultima visita a lugar turístico presupuesto familiar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de \$25	52	13.0	13.0	13.0
	\$26 a \$50	112	28.0	28.0	41.0
	\$51 a \$75	139	34.8	34.8	75.8
	\$76 a \$100	48	12.0	12.0	87.8
	\$101 a \$125	18	4.5	4.5	92.3
	Más de \$126	31	7.8	7.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Ultima visita a lugar turístico presupuesto familiar**



**13.¿Dónde busca información para decidir el lugar de destino?**

**PERIÓDICO**

**Dónde busca información para decidir su lugar de destino**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	227	56.8	56.8	56.8
	Escodiga	173	43.3	43.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**RADIO**

**Dónde busca información para decidir su lugar de destino**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	341	85.3	85.3	85.3
	Escogida	59	14.8	14.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**AFICHES**

**Dónde busca información para decidir su lugar de destino**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	353	88.3	88.3	88.3
	Escogida	47	11.8	11.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**CONOCIDOS**

**Dónde busca información para decidir su lugar de destino**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	222	55.5	55.5	55.5
	Escogida	178	44.5	44.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**PAQUETES TURÍSTICOS**

**Dónde busca información para decidir su lugar de destino**

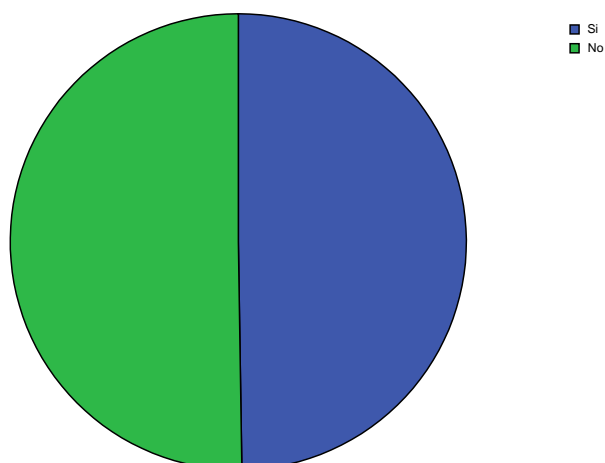
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No Escogida	302	75.5	75.5	75.5
	Escogida	98	24.5	24.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**14. Conoce usted o ha escuchado sobre las Ecoturísticas “Cascadas de Manuel”?**

**Conoce usted o ha escuchado sobre las Ecoturísticas Cascadas de Manuel**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	199	49.8	49.8	49.8
No	201	50.3	50.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Conoce usted o ha escuchado sobre las Ecoturísticas Cascadas de Manuel**

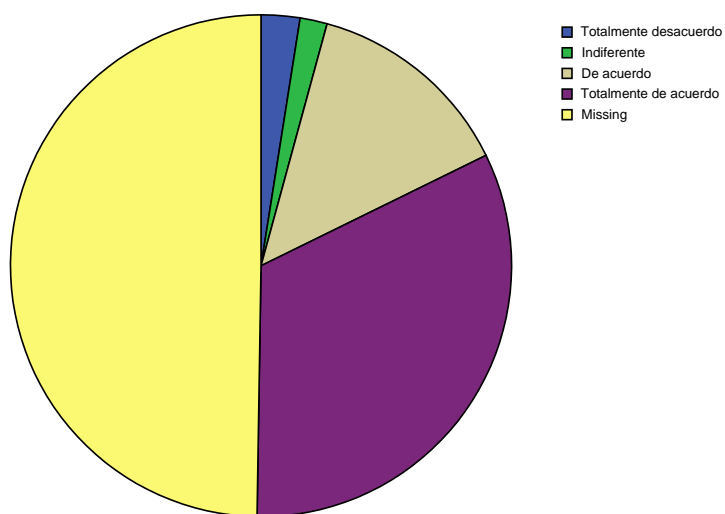


**15. En la ruta Guabo – Guayaquil existe diversidad de flora y fauna, además de contar con 8 maravillosas cascadas ecoturísticas dónde se pueden realizar diversas actividades como deportes de aventura, caminata, entre otros. ¿le gustaría conocerlas?**

**Le gustaría conocer las Ecoturísticas Cascadas de Manuel**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente desacuerdo	10	2.5	5.0	5.0
	Indiferente	7	1.8	3.5	8.5
	De acuerdo	54	13.5	26.9	35.3
	Totalmente de acuerdo	130	32.5	64.7	100.0
	Total	201	50.3	100.0	
Missing	No Aplica	199	49.8		
Total		400	100.0		

**Le gustaría conocer las Ecoturísticas Cascadas de Manuel**

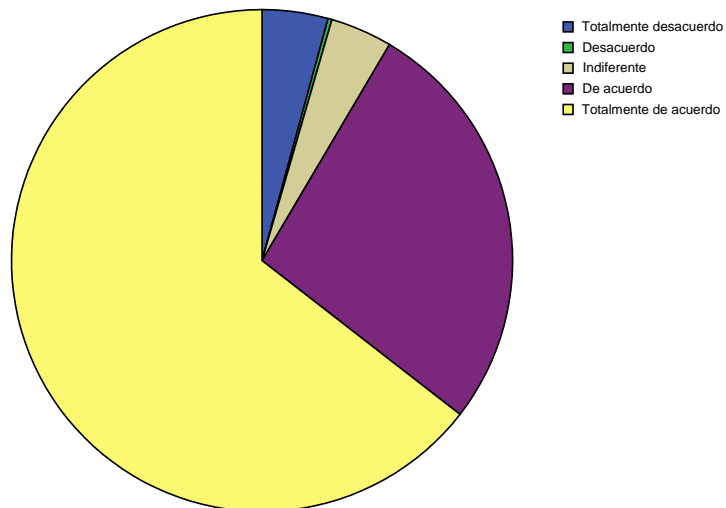


**16.¿Considera que en el mencionado sector se debe crear un complejo turístico que cuente con todas las comodidades y personal altamente capacitado?**

**Creación de Complejo Ecoturístico con todas las comodidades y personal altamente capacitado**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Totalmente desacuerdo	17	4.3	4.3	4.3
Desacuerdo	1	.3	.3	4.5
Indiferente	16	4.0	4.0	8.5
De acuerdo	108	27.0	27.0	35.5
Totalmente de acuerdo	258	64.5	64.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Creación de Complejo Ecoturístico con todas las comodidades y personal altamente capacitado**

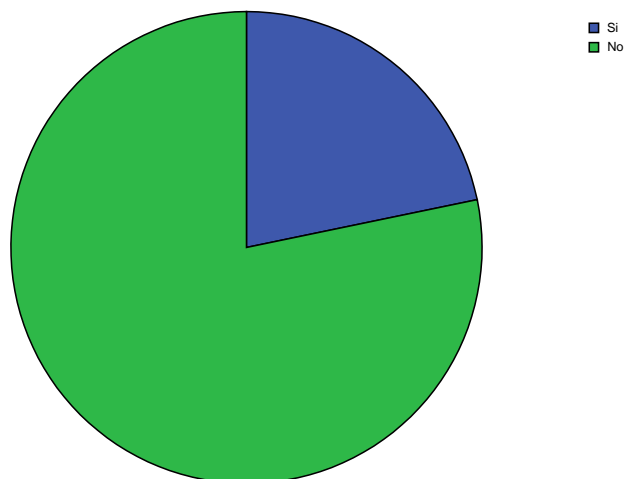


**17. ¿Conoce usted que exista algún otro complejo turístico ubicado en la ruta Guayaquil – El Guabo?**

**Conocimiento acerca de otro complejo turístico en la ruta Guabo - Guayaquil**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	87	21.8	21.8	21.8
No	313	78.3	78.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Conocimiento acerca de otro complejo turístico en la ruta Guabo - Guayaquil



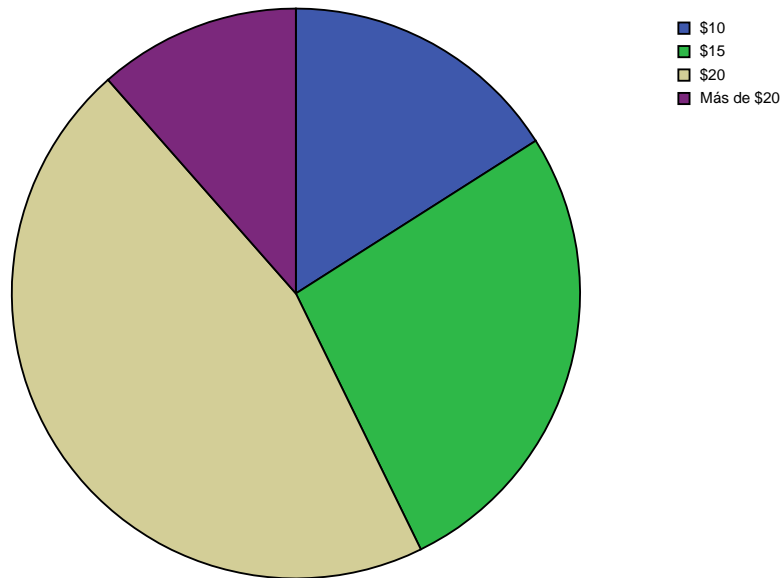
18. Dado que anteriormente nos indicó el presupuesto familiar destinado para visitar lugares turísticos, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por un tour de 3 horas (guía turístico, lugares de descanso y recreativos, practica de deportes de aventura, paseos en caballo, entre otras) con refrigerio incluido en el Complejo Ecoturístico?

En base al presupuesto familiar de su última visita a lugares turísticos disponibilidad de pago

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid \$10	64	16.0	16.0	16.0
\$15	107	26.8	26.8	42.8
\$20	183	45.8	45.8	88.5
Más de \$20	46	11.5	11.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	



En base al presupuesto familiar de su última visita a lugares turísticos  
disponibilidad de pago



### Anexo2: Proyección Mensual de Ingresos Año 2009

PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS AÑO 2009			
MES	DEMANDA	PRECIO PAQUETE	INGRESO MENSUAL
Enero	300	\$ 18.00	\$ 5,400.00
Febrero	300	\$ 18.00	\$ 5,400.00
Marzo	400	\$ 18.00	\$ 7,200.00
Abril	400	\$ 18.00	\$ 7,200.00
Mayo	400	\$ 18.00	\$ 7,200.00
Junio	300	\$ 18.00	\$ 5,400.00
Julio	300	\$ 18.00	\$ 5,400.00
Agosto	400	\$ 18.00	\$ 7,200.00
Septiembre	400	\$ 18.00	\$ 7,200.00
Octubre	400	\$ 18.00	\$ 7,200.00
Noviembre	400	\$ 18.00	\$ 7,200.00
Diciembre	300	\$ 18.00	\$ 5,400.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>\$ 77,400.00</b>

### Anexo 3: Presupuesto de Personal Anual

PRESUPUESTO DE PERSONAL				
DESCRIPCION	2009	2010	2011	2012
Sueldo	\$36,000.00	\$36,900.00	\$37,822.50	\$38,768.06
Aporte Patronal (9,35%)	\$3,366.00	\$3,450.15	\$3,536.40	\$3,624.81
<b>Ingreso Neto Disponible</b>	<b>\$32,634.00</b>	<b>\$33,449.85</b>	<b>\$34,286.10</b>	<b>\$35,143.25</b>

PRESUPUESTO DE PERSONAL					
2013	2014	2015	2016	2017	2018
\$39,737.26	\$40,730.70	\$41,748.96	\$42,792.69	\$43,862.50	\$44,959.07
\$3,715.43	\$3,808.32	\$3,903.53	\$4,001.12	\$4,101.14	\$4,203.67
\$36,021.83	\$36,922.38	\$37,845.44	\$38,791.57	\$39,761.36	\$40,755.39

### Anexo 4: Costos Fijos Mensuales Año 2009

COSTOS FIJOS MENSUALES AÑO 2009						
DESCRIPCIÓN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Sueldos y Salarios	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Servicio de Guardianía	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Gastos Generales	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82
Gasto por Publicidad	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 4,725.15</b>	<b>\$ 4,725.15</b>	<b>\$ 4,725.15</b>	<b>\$ 4,725.15</b>	<b>\$ 4,725.15</b>	<b>\$ 4,725.15</b>

COSTOS FIJOS MENSUALES AÑO 2009						
JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 4,200.00
\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 541.82	\$ 6,501.80
\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 833.33	\$ 10,000.00
\$ 4,725.15	\$ 4,725.15	\$ 4,725.15	\$ 4,725.15	\$ 4,725.15	\$ 4,725.15	\$ 56,701.80

## Anexo 5: Costos Fijos Totales Anuales

COSTOS FIJOS TOTALES ANUALES					
DESCRIPCION	2009	2010	2011	2012	2013
Sueldos y Salarios	\$ 36,000.00	\$ 36,900.00	\$ 37,822.50	\$ 38,768.06	\$ 39,737.26
Servicio de Gurdianía	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
Gastos Generales	\$ 6,501.80	\$ 6,501.80	\$ 6,501.80	\$ 6,501.80	\$ 6,501.80
Gasto por Publicidad	\$ 10,000.00	\$ 9,000.00	\$ 8,100.00	\$ 7,290.00	\$ 6,561.00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 56,701.80</b>	<b>\$ 56,601.80</b>	<b>\$ 56,624.30</b>	<b>\$ 56,759.86</b>	<b>\$ 57,000.06</b>

COSTOS FIJOS TOTALES ANUALES				
2014	2015	2016	2017	2018
\$ 40,730.70	\$ 41,748.96	\$ 42,792.69	\$ 43,862.50	\$ 44,959.07
\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
\$ 6,501.80	\$ 6,501.80	\$ 6,501.80	\$ 6,501.80	\$ 6,501.80
\$ 5,904.90	\$ 5,314.41	\$ 4,782.97	\$ 4,304.67	\$ 3,874.20
<b>\$ 57,337.40</b>	<b>\$ 57,765.17</b>	<b>\$ 58,277.46</b>	<b>\$ 58,868.98</b>	<b>\$ 59,535.07</b>

## Anexo 6: Costo de Alimentación Mensual Año 2009

COSTO DE ALIMENTACIÓN MENSUAL AÑO 2009			
MES	DEMANDA	COSTO X PERSONA	COSTO MENSUAL
Enero	300	\$ 3.50	\$ 1,050.00
Febrero	300	\$ 3.50	\$ 1,050.00
Marzo	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00
Abril	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00
Mayo	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00
Junio	300	\$ 3.50	\$ 1,050.00
Julio	300	\$ 3.50	\$ 1,050.00
Agosto	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00
Septiembre	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00
Octubre	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00
Noviembre	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00
Diciembre	300	\$ 3.50	\$ 1,050.00
<b>TOTAL COSTO DE ALIMENTACIÓN</b>			<b>\$ 15,050.00</b>

## Anexo 7: Costo de Alimentación Anual

<b>COSTO DE ALIMENTACIÓN ANUAL</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>COSTO XPERSONA</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
2009	4300	\$ 3.50	\$ 15,050.00
2010	6450	\$ 3.50	\$ 22,575.00
2011	7740	\$ 3.50	\$ 27,090.00
2012	9288	\$ 3.50	\$ 32,508.00
2013	11146	\$ 3.50	\$ 39,009.60
2014	13375	\$ 3.50	\$ 46,811.52
2015	16050	\$ 3.50	\$ 56,173.82
2016	19260	\$ 3.50	\$ 67,408.59
2017	23112	\$ 3.50	\$ 80,890.31
2018	27734	\$ 3.50	\$ 97,068.37

## Anexo 8: Costos Totales Mensuales Año 2009

<b>COSTOS TOTALES MENSUALES AÑO 2009</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>
Costos Fijos	\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15
Costos Variables	\$1,050.00	\$1,050.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,400.00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$5,775.15</b>	<b>\$5,775.15</b>	<b>\$6,125.15</b>	<b>\$6,125.15</b>	<b>\$6,125.15</b>

<b>COSTOS TOTALES MENSUALES AÑO 2009</b>						
<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15	\$4,725.15
\$1,050.00	\$1,050.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,050.00
\$5,775.15	\$5,775.15	\$6,125.15	\$6,125.15	\$6,125.15	\$6,125.15	\$5,775.15

**Anexo 9: Costos Totales Anuales**

<b>COSTOS TOTALES ANUALES</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
COSTOS FIJOS	\$56,701.80	\$56,601.80	\$56,624.30	\$56,759.86
COSTOS VARIABLES	\$15,050.00	\$22,575.00	\$27,090.00	\$32,508.00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$71,751.80</b>	<b>\$79,176.80</b>	<b>\$83,714.30</b>	<b>\$89,267.86</b>

<b>COSTOS TOTALES ANUALES</b>					
<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
\$57,000.06	\$57,337.40	\$57,765.17	\$58,277.46	\$58,868.98	\$59,535.07
\$39,009.60	\$46,811.52	\$56,173.82	\$67,408.59	\$80,890.31	\$97,068.37
\$96,009.66	\$104,148.92	\$113,939.00	\$125,686.04	\$139,759.28	\$156,603.44

**Anexo 10: Cuadro de Depreciación Anual Laptop**

<b>CUADRO DE DEPRECIACIÓN ANUAL LAPTOP</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
0			800
1	266.67	266.67	533.33
2	266.67	533.33	266.67
3	266.67	800.00	0.00

**Anexo 11: Cuadros de Depreciación Anual de Laptops de reemplazo**

<b>CUADRO DE DEPRECIACIÓN ANUAL LAPTOP REEMPLAZO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
0			800
1	266.67	266.67	533.33
2	266.67	533.33	266.67
3	266.67	800.00	0.00

<b>CUADRO DE DEPRECIACIÓN ANUAL LAPTOP REEMPLAZO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
0			800
1	266.67	266.67	533.33
2	266.67	533.33	266.67
3	266.67	800.00	0.00

<b>CUADRO DE DEPRECIACIÓN ANUAL LAPTOP REEMPLAZO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
0			800
1	266.67	266.67	533.33
2	266.67	533.33	266.67
3	266.67	800.00	0.00

**Anexo 12: Cuadro de Depreciación Anual de Máquina Registradora.**

<b>CUADRO DE DEPRECIACIÓN ANUAL MÁQUINA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
0			360
1	36	36	324
2	36	72	288
3	36	108	252
4	36	144	216
5	36	180	180
6	36	216	144
7	36	252	108
8	36	288	72
9	36	324	36
10	36	360	0

**Anexo 13: Inversiones en Año 0**

<b>INVERSIONES AÑO 0</b>	
Inversión Inicial	\$136,073.00
Inversión en Capital de Trabajo	\$750.30
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$136,823.30</b>

## BIBLIOGRAFÍA

1. GABRIEL BACA URVINA, “Evaluación de Proyectos”, México 2004, McGraw – Hill, Cuarta Edición.
2. ING. GUSTAVO GUERRERO MACÍAS, “Proyectos de Inversión”, Ecuador 2007, Centro de difusión y Publicaciones ESPOL, Primera Edición.
3. RICHARD A. BREALEY, STEWART C. MYERS, “Principios de Finanzas Cooperativas”, España 1998, McGraw – Hill, Quinta Edición.
4. LEONARD J. LICKORISH Y DR. CARSON L. JENKINS, “Introducción al Turismo”, Capítulo 7.
5. DIEGO ANDRADE UBIDIA, “Marco Legal del Ecoturismo en el Ecuador”.
6. FinanceYahoo, [www.yahoofinance.com](http://www.yahoofinance.com)
7. Banco Central del Ecuador, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
8. Centro de Información Bibliotecario.