



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO
DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERÍA COMERCIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO RECREATIVO EN EL CANTÓN
NARANJITO.”**

**AUTORES:
RUIZ RIERA SANDRA ARACELLY
PEREZ CERON MARIUXI VANESSA**

**MILAGRO, ABRIL DE 2013
ECUADOR**

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO RECREATIVO EN EL CANTÓN NARANJITO.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados

Ruiz Riera Sandra Aracely
C.I. 0916693252

Pérez Cerón Mariuxi Vanessa
C.I.0926582404

TUTOR

Msc. Karina Vargas

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egr. Ruiz Riera Sandra Aracelly y Pérez Cerón Mariuxi Vanessa, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO RECREATIVO EN EL CANTÓN NARANJITO.”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal de la Ing. Karina Vargas.

Milagro, Abril del 2013.

Ruiz Riera Sandra Aracelly
C.I. 0916693252

Pérez Cerón Mariuxi Vanessa
C.I.0926582404

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA COMERCIAL otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi tesis con mucho amor a Mi Dios por haberme dado salud para lograr mis objetivos, por llevarme a su lado a lo largo de esta vida.

A mis hijos Jean Carlo y Alberto quienes son mi inspiración y el motivo principal para culminar con éxito mis estudios ya que me han dado la fuerza necesaria para seguir adelante.

A mi familia quienes me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, por todo esto les agradezco de todo corazón que estén a mi lado.

RUIZ RIERA SANDRA ARACELLY

DEDICATORIA

A DIOS

Por haberme guiado por el camino del bien y me ha permitido llegar hasta esta instancia para poder lograr mi objetivo.

A MIS PADRES

Nelson y Luisa por haberme apoyado en todo momento, gracias por sus consejos por su inmenso amor y sacrificio ya que eso me ha motivado a culminar mis estudios profesionales.

A MIS HIJAS

Ailyn y Eilyn quienes son mi fuerza y mi inspiración para seguir adelante día a día y a quienes con todo mi amor les dedico mi triunfo.

A MIS FAMILIARES

A mis abuelas, mi hermana por ser ejemplo de una hermana mayor, a mis tías ya que con sus consejos siempre me han ayudado mucho en todo este tiempo. En especial a mi tía Janeth quien siempre fue mi apoyo desde el inicio de mi carrera hasta lograr mis objetivos.

Gracias a todos.

PEREZ CERON MARIUXI VANESSA

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a Dios por permitirme lograr esta meta propuesta, además de ser mi fortaleza para seguir adelante.

A mi tutor Msc. Karina Vargas por su tiempo, apoyo y conocimientos, quién me ha guiado en el transcurso del presente trabajo y a todos los maestros por brindarme sus sabias enseñanzas para el desarrollo de mi formación profesional.

A mi amiga y compañera de proyecto que me ayudó a la culminación de este trabajo y esperamos sea el primero de muchos triunfos.

Un sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Milagro, por permitirme desarrollar de forma éxitos a este proyecto, y ser parte de una generación productiva para el país.

RUIZ RIERA SANDRA ARACELLY

AGRADECIMIENTO

A DIOS ya que con su bendición se puede lograr todo lo que uno se propone.

A mi Tutor Msc. Karina Vargas quien con su orientación permitió superar las pequeñas dificultades que se presentaron en el transcurso de este proyecto, a todos los maestros por sus sabias enseñanzas brindándome la oportunidad de convertirme en una profesional.

A mi compañera de proyecto ya que ante toda dificultad estuvo ahí para apoyarme.

Mi gratitud sincera a la Universidad Estatal de Milagro por haberme acogido y formado profesionalmente por lo que garantizó el éxito en mi vida.

PEREZ CERON MARIUXI VANESSA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO RECREATIVO EN EL CANTÓN NARANJITO.”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Abril del 2013

Ruiz Riera Sandra Aracelly

C.I. 0916693252

Pérez Cerón Mariuxi Vanessa

C.I.0926582404

Contenido

INDICE GENERAL

1	EL PROBLEMA.....	3
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1	Problematización.....	3
1.1.2	Delimitación del problema.....	4
1.1.3	Formulación del problema.....	5
1.1.4	Determinación del tema.....	5
1.1.5	Sistematización del problema.....	5
1.2	OBJETIVOS.....	5
1.2.1	Objetivo General.....	5
1.2.2	Objetivos Específicos.....	6
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	6
1.3.1	Justificación de la investigación.....	6
2	MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1	MARCO TEORICO.....	8
2.1.1	Antecedentes Históricos.....	8
2.1.2	Antecedentes Referenciales.....	17
2.1.3	Fundamentación.....	19
2.2	MARCO LEGAL.....	22
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	39
2.4	HIPÒTESIS Y VARIABLES.....	42
2.4.1	Hipótesis General.....	42
2.4.2	Hipótesis Particulares.....	42
2.4.3	Declaración de las Variables.....	42
3	MARCO METODOLÓGICO.....	44
3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	44
3.2	LA POBLACION Y LA MUESTRA.....	44
3.2.1	Características de la población.....	44
3.2.2	Delimitación de la población.....	45
3.2.3	Tipo de muestra.....	45
3.2.4	Tamaño de muestra.....	45
3.2.5	Proceso de Selección.....	46
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	46
3.3.1	Métodos Teóricos.....	46
3.3.2	Métodos Empíricos.....	46

3.3.3	Técnicas e instrumentos	46
3.4	PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACIÓN	47
4	ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	48
4.1	Análisis de la Situación Actual.....	48
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVA	57
4.3	RESULTADOS.....	57
4.4	VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS.....	58
5	LA PROPUESTA	59
5.1	TEMA	59
5.2	JUSTIFICACION.....	59
5.3	FUNDAMENTACIÓN	60
5.4	OBJETIVOS.....	60
5.4.1	Objetivo General.....	60
5.4.2	Objetivos específicos.....	61
5.5	UBICACIÓN	61
5.6	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	62
5.7	DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	63
5.7.1	ACTIVIDADES.....	74
5.7.2	Recursos Análisis Financieros	80
5.7.3	Impacto	95
5.7.4	CRONOGRAMA	96
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta.....	97

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 2- RESULTADO DE LA ENCUESTA	49
FIGURA 3-RESULTADO DE LA ENCUESTA	50
FIGURA 4-RESULTADO DE LA ENCUESTA	51
FIGURA 5-RESULTADO DE LA ENCUESTA	52
FIGURA 6- RESULTADO DE LA ENCUESTA	53
FIGURA 7- RESULTADO DE LA ENCUESTA	54
FIGURA 8- RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	55
FIGURA 9- RESULTADO DE LA ENCUESTA	56
FIGURA 10-LOGO	63
FIGURA 11-MARKETING MIX.....	74
FIGURA 12- PLAZA.....	77

INDICE DE CUADROS

CUADRO 2-VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	42
CUADRO 3-OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	43
CUADRO 4 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	49
CUADRO 5-RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	50
CUADRO 6-RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	51
CUADRO 7-RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	52
CUADRO 8- RESULTADO DE LA ENCUESTA	53
CUADRO 9- RESULTADO DE LA ENCUESTA	54
CUADRO 10- RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	55
CUADRO 11-RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	56
CUADRO 12-VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	58
CUADRO 13DESCRIPCIÓN DEL LOGO	63
CUADRO 14-SIGNIFICADO DE LOS COLORES	64
CUADRO 15- MATRIZ FO-FA-DO-DA.....	70
CUADRO 16-PRESUPUESTO DE VENTAS	76
CUADRO 17-INVERSIÓN.....	80
CUADRO 18-DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.....	81
CUADRO 19-GASTOS OPERACIONALES	81
CUADRO 20-NÓMINA AÑO 1	82
CUADRO 21-NÓMINA AÑO 2	82
CUADRO 22- NÓMINA AÑO 3	83
CUADRO 23- NÓMINA AÑO 4	83
CUADRO 24-NÓMINA AÑO 5	84
CUADRO 25-DETALLE DE GASTOS.....	84
CUADRO 26-GASTOS GENERALES.....	85
CUADRO 27-OTROS GASTOS	85
CUADRO 28-GASTOS PARA FLUJO DE CAJA.....	86
CUADRO 29-COSTO DE VENTAS.....	86
CUADRO 30-PRESUPUESTO DE VENTAS	87
CUADRO 31-INVERSIÓN DEL PROYECTO	88
CUADRO 32-FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	88

CUADRO 33-TABLA DE AMORTIZACIÓN	88
CUADRO 34-ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	91
CUADRO 35-FLUJO DE CAJA	92
CUADRO 36-BALANCE GENERAL.....	93
CUADRO 37-ÍNDICES FINANCIEROS.....	94
CUADRO 38-RAZONES	94

RESUMEN

El cantón Naranjito es un lugar que poco se ha dado a conocer, dentro del desarrollo turístico, por lo que no ha sido explotado hasta la actualidad, es por ello, que existe pocos lugares de esparcimiento, dando de esta manera escasas alternativas para la sana distracción, con el objetivo de aportar al sistema turístico de esta localidad, razón principal para la realización del presente estudio investigativo que empieza con la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su respectiva justificación, se realizó también una breve reseña acerca de la historia sobre esta actividad comercial y de su mercado, así mismo se hallará la información necesaria, para una mejor comprensión del trabajo de investigación, a su vez su correspondiente hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. Dentro del marco metodológico se estableció el universo, esto es una parte de la población para el cálculo de la muestra donde se aplicó la encuesta dirigida a los habitantes naranjiteños, luego de obtener los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, lo que nos arrojó que no existe este tipo de prestación de servicios dentro de este terruño, por lo tanto se identificó la necesidad en este casco comercial, es por ello que se consideró muy viable la creación de un complejo turístico recreativo en esta zona, para lo cual se realizó una estructura organizacional, esto quiere decir, su filosofía corporativa, desde su misión, visión, valores corporativos, organigrama, manuales de funciones, entre otros, que identificará a la organización, seguido a esto se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos totales, donde se demostró la rentabilidad de esta opción de negocio, mediante los estados financieros con sus respectivos indicadores, los que se obtendrán a través de las estrategias de mercado propuestas.

ABSTRATC

The canton Naranjito is a place that little has been disclosed within the tourism development so it has not been exploited until now, that is why, there are few places for recreation, thus giving the few healthy alternatives for distraction with the aim of contributing to the tourism system in this town, the main reason for conducting this research study begins with the issues raised, objectives, delineation, development and its respective justification was also a brief overview of the history about this business and its market, also will be found the necessary information for a better understanding of the research, in turn corresponding hypothesis which responds to the problem formulation and variables. Within the methodological framework established the universe, this is a part of the population for the calculation of the sample where the survey was addressed to the inhabitants naranjiteña after obtaining data from this tool proceeded to make the interpretation of results , which showed us that there is no such provision of services within this land, therefore the need identified in this commercial town, which is why it was considered very feasible the creation of a recreational resort in the area, for which we made an organizational structure, meaning, its corporate philosophy from its mission, vision, corporate values , organizational, operating manuals, among others, that will identify the organization, this was followed a projection of expenses , investment income and total assets, which showed the profitability of this business option by the financial statements and their respective indicators, which are obtained through the proposed marketing strategies.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Naranjito ha mostrado un crecimiento acelerado en diferentes aspectos, de igual manera un buen nivel en el movimiento comercial y productivo, caracterizándose por ser un sector netamente agrícola.

La presente investigación permitió conocer que en esta localidad existe un pobre desarrollo turístico, afectando inconscientemente en el nivel socioeconómico de la zona, por lo tanto la mayoría de la ciudadanía tiene que emigrará a otras ciudades en busca de un lugar que le brinde comodidad, placer y descanso, es decir un sitio donde esparcirse.

Es por ello que nació la idea de efectuar un estudio investigativo sobre el progreso del turismo en esta ciudad, sus causas y efectos, para ello ha sido necesario distribuir el contenido de este proyecto en cinco capítulos.

El capítulo uno se refiere específicamente en el planteamiento del problema, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite visualizar las causas que generan la poca actividad turística, para lo cual se ha establecido los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que se pretende alcanzar con el desarrollo del mismo. La justificación explica el porqué del presente proyecto la importancia y seriedad ya que esto a su vez ayuda al crecimiento socioeconómico de la zona.

El segundo capítulo están las investigación es relacionadas sobre el tema planteado, en su fomentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la importancia de este trabajo investigativo.

El tercer capítulo, aquí se refiere a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente, el mismo que nos da la pauta para el respectivo estudio e investigación de la muestra que estamos considerando para el desarrollo del presente tema. Además se aplicó la técnica conocida como la encuesta, dirigida a la ciudadanía naranjiteña.

En el cuarto capítulo tenemos las respectivas preguntas planteadas en la encuesta las mismas que se realizaron y aplicaron a la muestra de la población tomada como referencia para realizar el estudio de mercado, las cuales fueron aplicadas en su totalidad pudiendo obtener los resultados esperados y un correcto análisis a través de esta técnica investigativa.

En el quinto capítulo presenta la propuesta de este proyecto. Se proporciona información general sobre el complejo turístico. Se puede encontrar claramente establecida la misión, visión; objetivos generales y específicos que esperamos obtener con la creación e implementación del proyecto.

Se da a conocer el personal con el que se contará así como la capacidad y experiencia que debe tener cada uno para poder realizar eficiente y eficazmente su cargo dentro del complejo.

Aquí también tenemos el análisis de mercado con sus respectivos componentes. Este análisis permite conocer el segmento de mercado a dirigirse, la competencia, las barreras de entrada y el impacto que tendría sobre la empresa.

A través de este análisis se desarrolla el FODA de la organización el mismo queda a conocer los aspectos positivos y negativos del negocio que se pretende crear, de igual manera se da a conocer las actividades a realizarse mediante la herramienta marketing mix, ya que utilizando esta estrategia se logrará llegar a la meta propuesta identificado con los diferentes índices financieros, que también se encuentran detallados.

CAPITULO I

1 EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En la actualidad el cantón Naranjito, ha venido creciendo de forma constante, siendo una de las ciudades que representa un gran potencial de mercado económico para la provincia del Guayas, esto genera que personas de diferentes lugares del país la visiten con frecuencia y por consiguiente se genere la necesidad de buscar lugares de distracción sana en sus momentos de descanso, inclusive los mismos habitantes del cantón, los cuales al buscar un sitio confortable cercano que genere relax y entretenimiento no lo encuentran, haciendo que la estadía de los visitantes y hasta de los mismos naranjiteños sea poco agradable y estos factores generan molestias a los huéspedes, afectando por ende al desarrollo turístico del cantón.

El problema principal que genera esta situación son los bajos niveles económicos del cantón, por cuanto no existe el interés suficiente de las autoridades locales de invertir en turismo siendo esta una de las mayores fuentes de ingreso que tiene el país. En Naranjito no existe un complejo turístico recreativo que brinde las comodidades de un espacio de entretenimiento placentero a los habitantes y turistas que visitan el cantón. Como consecuencia, estas personas, tienen que acudir a otros lugares donde puedan descansar de una manera sana, divertida, relajante y sobretodo innovadora, que les permita realizar actividades recreativas que involucre a las personas en sus días libres ya sea con sus familias y amigos, que impliquen retos físicos, búsqueda de emociones significativas o simplemente donde puedan satisfacerse con un momento de relax y descanso mental.

Muchas familias que quieran disfrutar de una reunión netamente familiar o con sus amigos íntimos, rodeados de áreas recreacionales y confortables, libres de contaminación y aislada del estrés, en sus tiempos de descanso o sus vacaciones, optan por buscar lugares fuera de la zona ocasionando su viaje de placer mucho más largo, estresante y costoso que haberse quedado dentro de la ciudad.

Por esta razón Naranjito necesita contar con un lugar que tenga este tipo de características, que brinde las comodidades y diversiones en un alto nivel de modernidad y diversidad, es necesario que en estos tiempos de cambios se comience a invertir en complejos turísticos que ofrezcan un diseño diferente, actual e innovador, aunque muchos de los grandes inversionistas no lo vean desde ese punto de vista, ya que la rentabilidad que genera este tipo de negocio solo empieza a salir a flote después de un tiempo considerable, razón por la cual no existe interés de parte de ellos.

Sin embargo, para satisfacer a las personas que desean contar con un lugar acogedor como este, es necesario la creación de un complejo turístico recreacional dentro de este terruño, que tenga como idea principal promover el turismo a través de un lugar de esparcimiento que brinde todo lo necesario para el entretenimiento sano y divertido con instalaciones modernas, diferentes de lo común con innovaciones para que los turistas que visiten dicho complejo y los mismos naranjiteños se sientan satisfechos, que puedan sentir que no necesitan viajar para poder disfrutar de un buen complejo turístico recreativo y que los visitantes tanto nacionales como extranjeros sientan que Ecuador, también cuenta con complejos con la misma calidad que en otros lugares del mundo

1.1.2 Delimitación del problema

Área

Administrativa-Financiera

Lugar

Cantón Naranjito, Provincia del Guayas, República del Ecuador.

Tiempo

Año 2013

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera afecta el escaso desarrollo turístico en los niveles económicos del cantón Naranjito?

Variable Independiente: Escaso desarrollo turístico

Variable Dependiente: Niveles económicos

1.1.4 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico Recreativo en el cantón Naranjito.

1.1.5 Sistematización del problema

¿De qué manera influye la ausencia de un Complejo Turístico Recreativo en el placer y descanso de los habitantes del cantón Naranjito?

¿De qué manera afecta la rentabilidad a largo plazo para la inversión en el sector turístico?

¿De qué forma incide la carencia de un complejo turístico local en la migración de los habitantes a sectores aledaños?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado mediante técnicas e instrumentos que permita incrementar el desarrollo turístico y mejorar el nivel socioeconómico del cantón Naranjito.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar la influencia que tiene la ubicación geográfica de otros complejos turísticos recreativos en la comodidad de los habitantes y turistas del cantón Naranjito.
- Identificar los factores por los cuales los inversionistas y autoridades locales no invierten en proyectos turísticos.
- Establecer estrategias de marketing que ayuden a reducir los niveles de migración a otras localidades.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación.

El turismo es una de las mayores fuentes de ingresos que tiene el Ecuador, debido a nuestras bellas playas, magníficas montañas, espléndidas selvas y otros lugares de distracción y relajamiento familiar.

El Ecuador posee grandes reservas de recursos naturales renovables y no renovables y en ese escenario natural se encuentran los pueblos caracterizados por la diversidad cultural y étnica que también constituyen fuentes de riqueza. Ante esta realidad, el objetivo principal es incursionar en el campo de la explotación turística, para lo cual el Estado creó el Ministerio de Turismo cuando empezó el gobierno de Sixto Durán Ballén, quién estimó que el turismo es una actividad indispensable para el desarrollo económico y social de las ciudades.

El crecimiento comercial de Naranjito ha generado una gran afluencia de personas extrañas que la visitan, por eso hoy en día existen lugares que dan alojamiento a turistas, pero no existe un centro de distracción donde puedan descansar en sus horas o días libres. Por ello se considera importante determinar si las personas estarían interesadas en acudir a un lugar que brinde un servicio de recreación diferenciado, con una buena infraestructura y manteniendo siempre altos niveles de calidad en el servicio y atención al cliente.

Esta investigación está basada en las necesidades de fomentar el turismo local, por medio de un sistema innovador, diseñado y dotado con la máxima seguridad posible;

por otra parte este proyecto ayudará a crear oportunidades de trabajo para los habitantes de la localidad.

Con la implementación de este complejo turístico recreativo en el cantón Naranjito, se estará contribuyendo a fortalecer la actividad turística aportando así a su desarrollo socioeconómico, ocupando mano de obra local y elevando el nivel de vida de los habitantes.

CAPÍTULO II

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El turismo es muy antiguo, tanto así que nace justo cuando lo hace el hombre, cuando se estudia el origen de las razas desde la primaria se hablaba de indios nómadas y de indios sedentarios, en este contexto se estaba hablando inconscientemente de turistas y de receptores de turismo. Esto quiere decir que el turismo se viene dando a través de la historia desarrollándose lenta y espontáneamente, pero existen muchas causas que hacen que el turismo haya tomado mundialmente tal importancia, como por ejemplo en los países Europeos y en Estados Unidos el turismo como movimiento más o menos interesante de miles de personas se fortalece al establecerse el ferrocarril como medio de transporte, con ésta aparición en el siglo xx se marca también la verdadera aparición del turismo masivo.

Existen muchos factores que han influido en el desarrollo del turismo, tales como el mejoramiento salarial del público en general, el desarrollo y crecimiento del nivel cultural de las grandes masas, el acercamiento de los pueblos mediante transporte moderno, las facilidades de financiamiento de los viajes además del crecimiento urbano que obliga a sus habitantes a buscar descanso y distracción en otros lugares con las condiciones naturales y comodidades que por lo general ofrecen estos sitios turísticos con ayuda del hombre. Todos estos factores entre otros han hecho que el turismo se haya desarrollado a través del tiempo y de la historia hasta llegar a ser hoy en día una fuente de primer orden como vía alterna de desarrollo económico.

En la historia, el turismo solo fue un privilegio de ciertas clases sociales, es decir, un tipo de clase social constituida por los grupos y estratos de gran poder económico, éstas personas practicaban viajes, es decir practicaban turismo, además del placer que de ello derivaba, lo hacían como un acto expreso de sobresalir notoriamente como personas importantes. Pero todo ha cambiado a través de la historia y el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer al que mayor número de personas y de diferentes clases sociales pueden acceder, por lo tanto, el turismo en su historia pasa de haber sido privilegio de pocos a ser disfrute de las mayorías y el correr del tiempo lo ha incrementado siendo hoy en día una gran actividad económica al alcance de grandes masas con derecho a participar del turismo que significa la recreación y el descanso. Lo importante en la historia del turismo no es precisamente la secuencia cronológica de su desarrollo sino el provecho que se pueda obtener, quienes ahora tratan de desarrollar dicha actividad y de la experiencia de los países ya desarrollados.¹

Desde su aparición en la Tierra, el hombre viaja por necesidad y es muy posible que las poblaciones nómadas hayan aparecido antes que las sedentarias, por lo tanto esto demuestra que la necesidad de moverse es una característica humana; en el caso de la población nómada la movilidad territorial es un aspecto indispensable de su identidad. Tal como se puede deducir de marineros y mercantes que tenían que viajar, y aún lo hacen por motivos de trabajo. De igual manera es parte fundamental en la historia del viaje la figura del peregrino, el peregrinaje, por su carácter de fenómeno de masas organizado, también ha sido considerado como antecedente del viaje moderno. El peregrino se mueve por rutas a establecidas y descansa en sitios adecuados para ello, así mismo lo hace el turista moderno que viaja en grupos y duerme en hoteles. Solo en tiempos más recientes se empieza a viajar por distracción, este turismo inicia con la experiencia del Grand Tour a partir del siglo XVIII, cuando los hijos de la nobleza inglesa hacían sus viajes durante algunos meses por las diferentes ciudades europeas lo que les servía para su formación. Durante este mismo periodo surgen los balnearios y se ponen de moda los lugares de veraneo en la montaña y el mar, así

¹ <http://tdturismojf.blogspot.com/2009/06/historia-y-precursores-del-turismo.html>

mismo se empezaron a vender pasajes de tren lo que se consideraba viajes turísticos ya que era un largo recorrido con todas las comodidades.

Aunque en aquella época el turismo era una experiencia solo para pocas personas, es en el tiempo entre las dos guerras mundiales, y específicamente después de la segunda, cuando empieza a desarrollarse el fenómeno del turismo en masas. Debido al cambio en la situación económica el turismo al extranjero toma grandes expectativas y los primeros participantes en este tipo de actividades fueron los norteamericanos y los europeos, poco después lo hicieron los canadienses, japoneses y australianos.

Uno de los centros turísticos más importante a nivel mundial es el Balboa Park, también conocido el "Parque Central" de la ciudad que contiene decenas de museos y hermosas áreas verdes, es visitado por millones de personas de todo el mundo, por el buen servicio y comodidad que se ofrecen al usuario, esto ha generado que se expandan a otras actividades con la finalidad de satisfacer las expectativas de los visitantes.

Así también tenemos a Little Italy o la pequeña Italia, es un sitio donde concurría mucho los pescadores italianos, hoy en día se ha convertido en un barrio con diversos escenarios constituido por restaurantes italianos, tiendas italianas, galerías de arte y tiendas para el hogar. Es uno de los lugares más activos turísticamente del centro de San Diego ya que además es muy frecuente la celebración de festivales y eventos lo que lo hace ser el más visitado. Se conoce también de parques como el Sea Word, es el parque marino más importante del mundo, donde se pueden apreciar las especies más hermosas que existen en el mar. El Mission Bay Park, otro de los parques acuáticos de renombre, éste ofrece gran variedad de actividades recreacionales, además incluye playas, motos acuáticas, veleros, entre otros.

El Belmont Park, otro de los reconocidos parques, a diferencia de los antes mencionados, éste es un parque histórico de diversiones localizado en el área de Mission Bay, allí los visitantes pueden disfrutar de juegos mecánicos tradicionales o contemporáneos, surfear, jugar mini golf, hacer compras y degustar de la variedad de

platos de comida dentro del parque y en restaurantes con una maravillosa vista al mar.²

El turismo en el Ecuador, se podría resumir que aunque el Ecuador es un país pequeño existe dentro de él, una biodiversidad única, razón fundamental para que entre los gobernantes y civiles hayan creado una conciencia de conservación que se ha proyectado en la creación de un Sistema Nacional de Parques Nacionales y Reservas y Refugios Naturales tanto públicas como privadas dentro de todo el territorio nacional, las cuales por su encanto y peculiaridad las han hecho centros ideales para el turismo ecológico, siendo visitadas frecuentemente por las grandes masas. En cuanto a las Reservas Ecológicas y los Parques Nacionales son áreas en las cuales prevalece la conservación inalterada de la flora y fauna, entre las Reservas biológicas, Refugios de Vida Silvestre y las Reservas de Producción de Fauna, sirven primordialmente para conservar la vida silvestre de sectores ya alterados por el ser humano pero que contienen importantes ejemplares para la investigación científica, recreación y turismo.

En la actualidad los parques nacionales están siendo amenazados por la ambición de ciertos grupos que poseen poder los cuales buscan utilizar los recursos naturales para acumular dinero y aumentar sus riquezas; además se suma la pobre educación ecológica que reciben los habitantes del Ecuador, y es muy lamentable que con los desastres naturales que han ocurrido durante las últimas décadas en sitios donde se ha destruido la naturaleza sin responsabilidad, han sido una escuela muy dura, por lo tanto es de vital importancia salvaguardar lo más maravilloso que tiene el país como son los recursos naturales.

Entre los principales parques que existen en el Ecuador y de los cuales tienen mayor acogida tenemos al Parque Nacional del Cajas, ubicado en la provincia del Azuay y en su mayoría se lo distingue por su ecosistema de páramo, compuesto por diversas fuentes de agua las que forman varias lagunas esparcidas por toda el área; éstas lagunas ofrecen a los turistas la posibilidad de realizar pesca deportiva, también es un

² <http://www.accesocapacitacion.com/preguntas-frecuentes/antes-de-tu-viaje/centros-recreacionales>

sitio ideal para disfrutar de caminatas, acampadas y paseos por los bosques de la región.

El Parque Nacional Galápagos, muy reconocido sector turístico que contiene plantas y animales únicos en el mundo, distribuidas entre las islas. La Reserva Marina del Parque Nacional Galápagos es fundamental por la corriente de Humboldt que permitió el desarrollo de nuevas especies, es un área rica en recursos para la alimentación de las diversas especies marinas.

También el muy importante y reconocido Parque Nacional Machalilla, que se encuentra ubicado en la provincia de Manabí, allí existe una diversidad de flora, fauna y lugares arqueológicos de culturas que datan hace miles de años atrás como la Machalilla y Manteña.³

En el Ecuador existen innumerables lugares con gran acogida turística que se destacan por su variada cultura y biodiversidad, entre estas tenemos la Costa, Sierra, Amazonía y Las Islas Galápagos, cada una de estas zonas presentan una gran riqueza dentro del ámbito turístico. A partir del año 2009, el turismo ocupa uno de los primeros lugares de divisas del país, con montos de millones de dólares, después de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y lo producido por el área bananera. Durante el período 2010 al 2011 se ha producido un crecimiento del turismo receptor del 14%, la mayor parte de turistas vienen desde Estados Unidos, Europa y América Latina.

Además existe el turismo interno, donde se viaja por vacaciones o por negocios (trabajo). Tomando en cuenta al ecoturismo, en el Ecuador se ofrece muchas opciones ya que cuenta con gran variedad de condiciones ambientales, lo que viene a crear diversidades de hábitats y diferentes tipos de vegetación. Aproximadamente existen más de 920 atractivos turísticos, de los cuales unos 520 son naturales en los que se destacan los parques nacionales, los ríos y lagos, las montañas, entre otros.

La mayor parte de la vegetación natural es de gramíneas, adaptadas al frío, con suelos que por su composición retienen una gran cantidad de agua, razón por la cual se

³ <http://www.goecuador.com/espanol/informacion-general/parque-nacionales-ecuador3.html>

considera a la Reserva como una verdadera esponja la cual abastece de líquido vital a toda la provincia del Carchi. Además son el lugar de nacimiento de algunos ríos que por lo general depositan sus aguas en los importantes ríos Mira y El Ángel, por lo que se los considera los páramos más húmedos del Ecuador.

El Turismo en la provincia del Guayas, se puede recalcar los más importantes y principales lugares de distracción de la provincia están dispersados a lo largo de su territorio. En la ciudad de Guayaquil, su capital, se destacan el Malecón 2000 y el Malecón del Salado, además está el cerro Santa Ana, totalmente regenerado para fines turísticos. Al recorrer la avenida Nueve de Octubre se puede notar el provecho para el sector turístico, ya que fue parte de la denominada Regeneración Urbana, en ella se puede apreciar edificios altos, iglesias, varios parques (incluyendo al Parque Centenario), entre otros. Cuenta además con atractivas edificaciones con su estructura arquitectónica como el Palacio Municipal de Guayaquil, la Gobernación, el barrio Las Peñas.

En el año 2007, luego de la creación de la provincia de Santa Elena, el balneario principal de la provincia del Guayas pasó a ser General Villamil, mejor conocido como Playas, es un importante atractivo turístico donde se destacan la playa Rosada y la punta El Pelado, además donde se puede apreciar en Santuario de la Virgen de la Roca y el Espigón. Es importante resaltar también la variedad de platos típicos que se pueden degustar en este sitio turístico, de los cuales los que cuentan con mayor demanda son: el arroz marinero, el encebollado de albacora, el cebiche mixto, ostra asada, entre otros.

La segunda ciudad más poblada de la provincia del Guayas y oficialmente llamada Eloy Alfaro, Durán, donde se ofrecen varios puntos turísticos como su malecón, clubes, muelles, entre otros. Tradicionalmente se lo reconoce a este cantón por celebrar anualmente una serie de festivales entre los cuales se destaca la Feria Internacional del Ecuador o mejor conocida como la Feria de Durán. Además cuenta con las casas en la Isla Santay, como destino turístico; por lo que en los últimos años la Fundación Malecón 2000 de Guayaquil patrocina un proyecto de desarrollo que significa el impulso de la comunidad y la conservación de la flora y de la fauna de la

Isla Santay, además del desarrollo turístico. En el resto de la costa del Ecuador se puede visualizar la Ruta del Spondylus, que armoniza muchos de los elementos que comprenden la cultura del país, un recorrido por esta Ruta del Spondylus muestra la historia y la arqueología de las culturas precolombinas de Ecuador. Viajar por la Ruta del Spondylus, es la manera propicia para experimentar la diversa cultura de la costa de Ecuador.

Los turistas tienen la opción de incursionar en un tour ya establecido o escoger sus destinos favoritos y hacerlo hacia el sur por sus propios medios ya que esta región ofrece diversas formas de transportación, alojamiento, alimentación y paseos.⁴

La casa de la Cultura de Guayaquil exhibe una valiosa colección de oro prehistórico además de piezas arqueológicas como tocados y mucha pedrería, de las cuales la mayor parte provienen de las culturas nativas de la costa del Ecuador. Se considera entonces como una de las mejores atracciones por la arquitectura preservada y la historia que representa, ésta región conserva y está llena de museos que muestran la excepcional época precolombina suramericana. También la ciudad de Guayaquil cuenta con el Museo Municipal, el cual posee grandes colecciones en cada una de sus secciones.

Se puede deducir según las respectivas investigaciones hace cuatro años atrás que 228 mil turistas visitaron la provincia del Guayas, el turista gasta alrededor de \$804 para un total de \$186.6 millones en divisas de turismo, esto a su vez implica un impacto total del turismo en la economía de \$381 millones y que además el turismo generó más de 25,000 empleos. Todas estas cifras representan un aliciente para el desarrollo turístico dentro de la provincia del Guayas y se espera que a futuro siga creciendo tanto en el desarrollo turístico como en el impacto económico. Por lo tanto, se estima que para el año 2018 dentro de este contexto, si se ejecutan las recomendaciones del plan maestro de desarrollo turístico de la provincia del Guayas, el impacto total del turismo será de \$912 millones y además se crearán 36,000 nuevos empleos para una suma total de 61,000 empleos; esto significa que afectaría

⁴<http://ecuador.travel/es/ecuador-guia-de-viaje/costa-sur/costa-sur-destinos-y-atracciones/rutadel-spondylus.html>

positivamente a toda su población.

Es por ello que la visión para el desarrollo turístico en la Provincia del Guayas está sustentada en la premisa de que el turismo tiene que convertirse en un conductor capaz de la transformación social y económica, ésta premisa se deriva del deseo de fortalecer y profundizar en la economía de la Provincia, al mismo tiempo que se crean oportunidades para todos en el desempeño individual, familiar y colectivo.

Por lo tanto la visión es convertir al Guayas en el destino preferido de Sur América, creando oportunidades para todos en la Provincia a través del turismo, convirtiéndose de esa forma en la mejor estrategia para el desarrollo y el nivel socioeconómico.

Para obtener todos estos objetivos se crean estrategias como por ejemplo ofrecer adiestramiento y programas educativos de calidad de acuerdo a las necesidades de la industria, mejoramiento en los niveles de destrezas y tener conciencia sobre los beneficios del turismo. También establecer una relación estrecha entre la industria y las instituciones académicas. Realizar una encuesta continua sobre el sistema turístico, de esa forma vigilar y medir el empleo y la necesidad de tipos de empleo en el sector. Dar capacitación a las entidades existentes para llevar a cabo pequeños cursos de administración de empresas, operaciones, mercadeo y finanzas, indispensables para la industria turística así como sostenible para los proyectos turísticos de la comunidad.

Además para lograr esos objetivos la estrategia es inducir la inversión en productos turísticos nuevos y en los ya existentes que vayan a la par con las necesidades del mercado, incrementando la competitividad del sector y la rentabilidad. Diálogo y acercamiento continuo con el gobierno central para obtener la simplificación de las regulaciones para la introducción de una empresa. Entregar información verídica y actualizada sobre la demanda del mercado y las nuevas tendencias en este sector. También se debe proveer de manera fácil el acceso al adiestramiento y apoyo a los negocios pequeños, para que logren aprovechar del mercadeo y la comunicación a través del internet.

Con respecto al **Turismo Local**, el que se da en el Cantón Naranjito, lugar donde se realizó la presente investigación, el cual está ubicado a 60 km de Guayaquil, y también formando parte de la provincia del Guayas, a una altura de 36 metros sobre el nivel del mar. Esta ciudad tiene una gran variedad de producción ya que es una zona agrícola que se encuentra en la subregión cálida, ardiente y húmeda de la región litoral o costa ecuatoriana, lo que le ha servido tanto para la exportación así como para el consumo interno. Además en este lugar se puede encontrar una diversidad en fauna, que se las logra ubicar tanto en sus montañas como en las haciendas que hacen que cada día se desarrolle este cantón con su producción.

Entre los lugares de distracción que cuenta el cantón Naranjito encontramos las piscinas convencionales como El Chifón ubicado en la ciudadela Assad Bucaram, ésta ofrece una represa para los bañistas con canchas deportivas. En la vía Naranjito – Bucay se puede apreciar ciertas lagunas artificiales y también ríos que son otra opción para visitar. También tenemos la Hacienda “La Danesa”, la cual ofrece alternativas de agroturismo para aquellas personas que estén interesadas en experimentar y ser parte de la cadena productiva agropecuaria.⁵

Es considerado como un atractivo natural importante en el cantón Naranjito al Balneario de agua dulce llamado La Unión, tanto por su cercanía, ya que se encuentra en uno de los recintos pertenecientes al cantón, así como por su uso recreativo para la realización de campeonatos de fútbol inter cantonales. Es un lugar muy tranquilo en donde se puede disfrutar de un ambiente agradable, además que ofrece un clima propicio para descansar en compañía de familiares y amigos que también deseen compartir momentos de relajamiento al pie de la ribera del Río Milagro. Así este balneario surge como un lugar favorable para la realización de esta evaluación por sus características naturales, las bondades del río de agua dulce y además de obtener una experiencia de vida que invita a conocer su naturaleza y sin dejar fuera el toque del maravilloso calor humano que caracteriza a la gente de la costa ecuatoriana.

El Balneario de agua dulce La Unión es un sitio que invita a gozar de sus apacibles aguas dentro de un entorno natural al pie de la rivera del Río Milagro, por lo tanto es

⁵<http://extra.ec/ediciones/2012/11/02/provincias/cantones-ofrecen-opciones-turisticas/>

así que este entorno es un punto ideal para todas las personas que busquen y deseen disfrutar de un ambiente agradable pero sobre todo tranquilo. Este lugar es visitado con mucha frecuencia por personas del mismo cantón y también por los bañistas de diferentes lugares de la provincia del Guayas y con más afluencia en los feriados, convirtiéndose en un atractivo turístico en el cantón; por ello es posible observar las personas que disfrutan del atractivo que posee condiciones naturales como para convertirse en un centro turístico, sus apacibles aguas, el aire puro, la vegetación y la hospitalidad de su gente contribuye a ser sus fortalezas.⁶

Cabe resaltar el uso recreativo que el Balneario “La Unión” brinda a los visitantes y en temporadas especiales como carnaval o Semana Santa son de mayor afluencia, éste lugar presta las facilidades para la realización de actividades deportivas como los campeonatos inter cantonales de fútbol, bailes, uso de la playa en un sector del Río Milagro y además el disfrute del paisaje que ofrece en sí este balneario natural. A más de esto también ofrece exquisita comida y platos típicos de la zona como por ejemplo arroz con menestra carne o pollo, salchipapas, maduro lampreado, chuzos y alitas. Existe una cancha de fútbol donde se realiza el campeonato inter recinto, los que se dividen en dos torneos: torneo de invierno y torneo de verano. Todo esto con la comodidad que brinda esta cancha de césped natural ya que además cuenta con pequeños juegos infantiles para que también los más pequeños se diviertan en sus áreas verdes.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Una Teoría Dinámica del Sistema Turístico

El artículo procede de la Tesis de Doctorado “Modelización del Sector Turístico y Simulación de Estrategias, mediante Dinámicas de Sistemas: aplicación al Algarve Portugués” y se encuadra en la línea de investigación de Economía Sectorial, Turismo y Desarrollo.

La actividad económica comprende muchos componentes, motivo por el cual varios de

⁶<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20809/1/RESUMEN%20CICYT%20TESIS%20BALNEARIO%20LA%20UNION.pdf>

<http://www.ppelverdadero.com.ec/especial/item/naranjito-pintoresco-canton-del-guayas.html>

los estudios realizados dentro de este contexto son trabajos parciales que revelan propuestas proporcionales. Existe la ausencia de estudios multidisciplinarios ya que en la actualidad hay una fuerte motivación para la realización de este tipo de estudios que muestren implicaciones globales de los conocimientos parciales disponibles que va desde la literatura y de la experiencia existente.

Los estudios y las investigaciones que proponen un marco integrado para el estudio dinámico del sistema turístico aún son escasos, pero se han encontrado trabajos que manifiestan la relevancia del turismo y el medio ambiente, el desarrollo de la actividad y los efectos del turismo sobre la rentabilidad de la población local. Así mismo esta falta de investigación multidisciplinaria no aporta a que potenciales destinos turísticos promocionen sus productos de forma sostenible al igual que los ya existentes, y por explotar productos maduros se encuentra límites a su crecimiento. Con todos los argumentos expuestos tenemos que el fin de esta investigación ha sido desarrollar y probar un modelo integrado del sistema turístico que a su vez proporcionará una teoría capaz de generar supuestos para los posibles cambios en dicho sistema, por lo que se ha establecido una interacción dinámica.

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de estructurales y los demás participantes en las amplias dimensiones del sistema turístico, generan explicaciones acerca del comportamiento y de los conflictos que se producen por la estructura del sistema, para una explicación endógena, el argumento se fundamenta en que las variables son internas al destino turístico y que éstas a su vez están bajo el control de los empresarios, de la administración o de la misma sociedad. El estudio de las dinámicas de los destinos turísticos ha hecho posible la creación de un modelo que puede ser utilizado por los directivos y decisores públicos para realizar la exploración de estrategias alternativas, además es fácil de transferir, adaptando los supuestos a las características de los destinos concretos. Así mismo se ha desarrollado un modelo dinámico que contiene las diferentes dimensiones del sistema turístico con otras que guardan relación con el mencionado sistema, éste modelo creado incorpora una descripción más formal de la teoría dinámica del sistema turístico, un trabajo orientado a proporcionar evidencia empírica de las relaciones causales y los fundamentos teóricos para su formulación, también se han introducido series estadísticas mediante

funciones gráficas además de hacer énfasis en los procesos de retroalimentación que caracterizan este sistema y que identifica el grado de influencia bajo el control de la administración del turismo.⁷

2.1.3 Fundamentación

La actividad turística

El turismo se caracteriza como una actividad singular la cual se resume como: Un fenómeno complejo, por lo tanto contiene un extenso número de variables culturales, económicas, medioambientales, políticas, sociales y tecnológicas. Desde el punto de vista económico, contiene cuantiosos subsectores y oferentes implicados. La inmovilidad de los recursos en los destinos turísticos, retrasa su desplazamiento, de tal forma, se necesita recurrir hasta donde se encuentra el producto y emplear tiempo y dinero para comprarlo. Como no existe la posibilidad de probar el producto antes de su compra, requiere buena información para evitar fallas en el mercado.

El turismo es relacionado con la evolución cualitativa hacia una mayor calidad de vida conforme progresa un país y sus habitantes se transfieren al mercado actividades que antes realizaba la familia o la comunidad. Aquello explica la progresión rápida en su implantación en las sociedades desarrolladas, y se revela como una alternativa de desarrollo a las sociedades en vías de conseguirlo. Se puede decir que el turismo es un producto con un alto contenido de servicios y pocos bienes. Por ser un servicio la satisfacción del cliente es una parte muy fundamental. Sin embargo, adolece de las debilidades del sector terciario: poca conformidad frente a los bienes manufacturados y una gran dificultad de estandarización a lo largo de la cadena de valor.

El turismo se desarrolla en un marco cambiante, en el cual fluctúan los escenarios internacionales, cada vez hay nuevas demandas, nuevas modas y nuevos comportamientos. Contexto en el que factor distancia (coste distancia/tiempo) se torna relativo, se pierde la ventaja de la proximidad en relación con los espacios de destino y

⁷<http://www.cienciarred.com.ar/ra/revista.php?wid=9&articulo=718&tipo=A&eid=7&sid=152&NombreSeccion=Articulos&Accion=Ver>

de origen de épocas anteriores. La dimensión industrial del turismo muestra capacidad de adaptación e innovación a las nuevas tecnologías, las modas y los hábitos sociales. Las diversas actividades exigen a los directivos estar innovándose constantemente para adoptar nuevas formas y tendencias empresariales, propiciadas por recientes planteamientos de organización industrial.

La mayor parte de esta actividad se concreta en un destino turístico que suele ofrecer: recursos de atractivo turístico (naturaleza, parques, playas), oferta de servicios básicos como (hoteles y restaurantes), infraestructura y accesibilidad (aeropuertos, saneamiento, etc.) y la cultura y patrimonio locales.

La interacción de estas variables con el entorno del destino turístico, origina una serie de impactos, tanto socio culturales, como de transformación del territorio y el paisaje, produciéndose un conjunto de transformaciones (impacto medioambiental), si dicho impacto afecta las condiciones medioambientales a esto se denominan deterioro, pero si el impacto es favorable, se conoce como restauración; El cambio de actitud hacia el desarrollo que se verifica actualmente (desarrollo sostenible) genera nuevas oportunidad de negocios.

Éste no se opone a la obtención de beneficios económicos, pero demanda que se reinvierta en la preservación, conservación y protección del medioambiente. Su oportuna planificación y gestión puede permitir enmendar algunos de los problemas que son causados por el turismo de masas, aunque no lo pueda solucionar (Khan, 1997).

Dentro de la **Situación Socioeconómica y Calidad de Vida de la Población**, se dice que la situación socioeconómica es la consecuencia de varios factores, muchos de ellos sin relación directa con el fenómeno turístico, como acontece con la especial responsabilidad que cabe a la acción gubernamental. En lo que respecta más directamente al turismo, se produce:

- a) Una tendencia dirigida a mejorar el nivel de la situación socioeconómica de la población, una característica que sea compatible con la evolución del fenómeno turístico en cualquiera de los escenarios desarrollados, una vez que no está

prevista una recesión continuada del nivel de actividad turista.

- b) Una variación significativa del nivel de la calidad de vida de la población, según la estrategia que se adopte.

La explicación para el comportamiento de esta última variable está en que existe una alta similitud entre ella y la evolución del estado de la calidad medioambiental y del nivel de las capacidades de carga. De esta forma su comportamiento ayuda a explicar porque la actitud de la población hacia el turismo, y porque se comporta de la manera que hemos observado anteriormente.

La **Importancia del Turismo en la Humanidad**, como ya es conocido por todos, la primera insinuación al turismo se descubre en la Biblia, ya que con la palabra hebrea **tör** hace referencia viajes de exploración, reconocimiento y vanguardia, lo cual indica el nacimiento de manera unida del hombre y la necesidad por desplazarse.

Conocer nuevas costumbres, lenguas, tradiciones, culturas, etc., fueron a partir de ese momento consecuencias de lo que hoy en día conocemos como Turismo. Con el simple hecho de ir a un área ajena a nuestro estado, sin obtener ningún tipo de remuneración económica y en un tiempo menor a 12 meses, estamos practicando turismo.

El sujeto que no viaja es porque no quiere o porque no puede, puede ser por falta de información falta de iniciativa o recurso económico, pues nunca faltan las razones para salir de nuestro hogar (entorno habitual), diversión, salud, deporte, intercambio cultural, etc.

Visitar los diferentes lugares que integran el planeta Tierra origina un fenómeno social, ya que provoca de manera indirecta para el destino turístico un cambio en sus costumbres, sociedades y, por supuesto, en su economía.

Valene Smith, fue uno de los primeros en describir la evolución de los destinos desde la perspectiva del turismo y sus impactos de la antropología norteamericana.

Se puede decir que el turismo es un producto con un alto contenido de servicios y pocos bienes. Por ser un servicio la satisfacción del cliente es una parte muy fundamental. Sin embargo, adolece de las debilidades del sector terciario: poca conformidad frente a los bienes manufacturados y una gran dificultad de estandarización a lo largo de la cadena de valor.

2.2 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO IX

SUPREMACÍA DE LA CONSTITUCIÓN

Capítulo primero

Principios

Art. 424.- La Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica.

La Constitución y los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado que reconozcan derechos más favorables a los contenidos en la Constitución, prevalecerán sobre cualquier otra norma jurídica o acto del poder público.

Capítulo noveno

Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.
2. Ama killa, ama llulla, ama shwa. No ser ocioso, no mentir, no robar.
3. Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
4. Colaborar en el mantenimiento de la paz y de la seguridad.
5. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.
9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.
10. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.
12. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.
13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.
14. Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual.
15. Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.
16. Asistir, alimentar, educar y cuidar a las hijas e hijos. Este deber es corresponsabilidad de madres y padres en igual proporción, y corresponderá también a las hijas e hijos cuando las madres y padres lo necesiten.
17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

Título VII

RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Sección sexta

Cultura física y tiempo libre

Art. 381.- El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán al control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa.

Art. 382.- Se reconoce la autonomía de las organizaciones deportivas y de la administración de los escenarios deportivos y demás instalaciones destinadas a la práctica del deporte, de acuerdo con la ley.

Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Capítulo sexto

Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

3. El derecho a la integridad personal, que incluye:

- a) La integridad física, psíquica, moral y sexual.
- b) Una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas mayores, personas con discapacidad y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad; idénticas medidas se tomarán contra la violencia, la esclavitud y la explotación sexual.
- c) La prohibición de la tortura, la desaparición forzada y los tratos y penas crueles, inhumanos o degradantes.
- d) La prohibición del uso de material genético y la experimentación científica que atenten contra los derechos humanos.

4. Derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación.

5. El derecho al libre desarrollo de la personalidad, sin más limitaciones que los derechos de los demás.

13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

24. El derecho a participar en la vida cultural de la comunidad.

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Sección cuarta

Democratización de los factores de producción

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

Sección séptima

Política comercial

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Sección octava

Sistema financiero

Art. 308.- Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable.

El Estado fomentará el acceso a los servicios financieros y a la democratización del crédito. Se prohíben las prácticas colusorias, el anatocismo y la usura.

La regulación y el control del sector financiero privado no trasladarán la responsabilidad de la solvencia bancaria ni supondrán garantía alguna del Estado. Las administradoras y administradores de las instituciones financieras y quienes controlen su capital serán responsables de su solvencia.

Se prohíbe el congelamiento o la retención arbitraria o generalizada de los fondos o depósitos en las instituciones financieras públicas o privadas.

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

LEY DEL DEPORTE, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN

CAPÍTULO I

LAS Y LOS CIUDADANOS

Art. 11.- De la práctica del deporte, educación física y recreación.- Es derecho de las y los ciudadanos practicar deporte, realizar educación física y acceder a la recreación, sin discrimen alguno de acuerdo a la Constitución de la República y a la presente Ley.

TÍTULO VI

DE LA RECREACIÓN

Sección 1

GENERALIDADES

Art. 89.- De la recreación.- La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural.

Art. 90.- Obligaciones.- Es obligación de todos los niveles del Estado programar, planificar, ejecutar e incentivar las prácticas deportivas y recreativas, incluyendo a los grupos de atención prioritaria, impulsar y estimular a las instituciones públicas y privadas en el cumplimiento de este objetivo.

Art. 91.- Grupos de atención prioritaria.- El Gobierno Central y los gobiernos autónomos descentralizados programarán, planificarán, desarrollarán y ejecutarán actividades deportivas y recreativas que incluyan a los grupos de atención prioritaria, motivando al sector privado para el apoyo de estas actividades.

Art. 92.- Regulación de actividades deportivas.- El Estado garantizará:

- a) Planificar y promover la igualdad de oportunidades a toda la población sin distinción de edad, género, capacidades diferentes, condición socio económica o intercultural a la práctica cotidiana y regular de actividades recreativas y deportivas;

- b) Impulsar programas para actividades recreativas deportivas para un sano esparcimiento, convivencia familiar, integración social, así como para recuperar valores culturales deportivos, ancestrales, interculturales y tradicionales;
- c) Fomentar programas con actividades de deporte, educación física y recreación desde edades tempranas hasta el adulto mayor y grupos vulnerables en general para fortalecer el nivel de salud, mejorar y elevar su rendimiento físico y sensorial;
- d) Garantizar, promover y fomentar en la Administración Pública, la práctica de actividades deportivas, físicas y recreativas; y,
- e) Garantizar y promover el uso de parques, plazas y demás espacios públicos para la práctica de las actividades deportivas, físicas y recreativas.

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

CAPÍTULO VI

ÁREAS TURÍSTICAS PROTEGIDAS

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se registrarán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

CAPÍTULO VII

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Unica de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de noventa días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Unica de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar la exoneración contemplada en el presente artículo;
2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, asimismo, por el Ministerio de Turismo;
3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

CAPÍTULO X

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

(Decreto No. 430)

Capítulo I

DE LOS COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a. Facturas;
- b. Notas de venta - RISE;
- c. Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d. Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e. Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f. Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

Art. 2.- Documentos complementarios.- Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a. Notas de crédito;
- b. Notas de débito; y,
- c. Guías de remisión.

Art. 8.- Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención.- Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere.

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aún cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado.

La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado.

El Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, establecerá el monto sobre el cual las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y aquellas inscritas en el Régimen Impositivo Simplificado, deberán emitir comprobantes de venta.

De igual manera, se establecerá la periodicidad de la emisión de un comprobante de venta resumen por las transacciones efectuadas correspondientes a valores inferiores a los establecidos en la mencionada resolución.

No obstante lo señalado en el inciso anterior, a petición del adquirente del bien o servicio, se deberá emitir y entregar comprobantes de venta, por cualquier monto.

En las transferencias de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos y gas licuado de petróleo se deberá emitir comprobantes de venta por cualquier valor.

Los sujetos pasivos inscritos en el régimen simplificado deberán sujetarse a las normas particulares de dicho régimen.

Las sociedades y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deberán emitir comprobantes de venta de manera obligatoria en todas las transacciones que realicen, independientemente del monto de las mismas.

En los casos en que se efectúen transacciones al exterior gravadas con Impuesto a la Salida de Divisas, el agente de percepción emitirá el comprobante de venta por el servicio prestado en el que además de los requisitos establecidos en este reglamento se deberá detallar el valor transferido y el monto del Impuesto a la Salida de Divisas percibido.

Los trabajadores en relación de dependencia no están obligados a emitir comprobantes de venta por sus remuneraciones.

Los agentes de retención en forma obligatoria emitirán el comprobante de retención en el momento que se realice el pago o se acredite en cuenta, lo que ocurra primero y estará disponible para la entrega al proveedor dentro de los cinco días hábiles siguientes al de presentación del comprobante de venta.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, las instituciones del sistema financiero nacional, podrán emitir un solo comprobante de retención a sus clientes y proveedores, individualmente considerados, cuando realicen más de una transacción por mes. El comprobante de retención así emitido deberá estar disponible para la entrega dentro de los cinco primeros días del mes siguiente.

Los agentes de retención del impuesto a la salida de divisas, cuando realicen la transferencia de valores gravados con el impuesto, emitirán el respectivo comprobante de retención al momento en que se realice la retención del impuesto, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador y en su reglamento de aplicación. Los comprobantes de retención deberán estar a disposición de los contribuyentes del impuesto a la salida de divisas, dentro de los dos días hábiles siguientes a la fecha de retención.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO I

Principios Generales

Art. 2.- Definiciones.- Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

Anunciante: Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor: Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

Contrato de Adhesión: Es aquel cuya cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios, sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Derecho de Devolución: Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente sino por correo, catálogo, teléfono, u otros medios similares.

Especulación: Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial: Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta: Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor: Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad: La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Publicidad Abusiva: Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considera también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

Publicidad Engañosa: Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes o servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

Servicios Públicos Domiciliarios: Se entiende por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como el servicio de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable, u otros similares.

Distribuidores o Comerciantes: Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores.

Importadores: Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

Prestadores: Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual prestan servicios a los consumidores.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos de los Consumidores.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa de los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás condiciones relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido en las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios cuyo criterio será consultado en el momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

CAPITULO V

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 17.- Obligaciones del proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes y servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda hacer una elección adecuada y razonable.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Servicio: Institución y personal dirigido a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad pública o privada.

Turismo: Desplazamiento y permanencia temporal de personas hacia un lugares diferentes al de su domicilio habitual que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo, los mismos que son intercambiados por dinero, bienes y servicios.

Turismo Cultural: Aquel que se desarrolla por medio de fundamento en bienes culturales tangibles e intangibles de un país, o localidad, que comporta la interacción entre el sujeto turista ávido de contacto con culturas materiales e inmateriales distintas a la propia y la comunidad receptora como comunicante de sus valores culturales y tradiciones.

Turismo de Aventura: Tipo de turismo que comprende actividades controladas con cierto nivel de riesgo, o por el hecho de incursionar en una actividad o sitio desconocido por el turista.

Turismo Emisor: Es el realizado por los residentes del propio país que viajan a otro país.

Turismo Internacional: Aquel conformado por el turismo receptor y el turismo emisor.

Turismo Interno: Es realizado por los habitantes del propio país que viajan únicamente dentro del mismo.

Niveles Económicos: Medida total económica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo.

Desarrollo Turístico: Son actividades turísticas que respetan el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, permitiendo disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad son de forma equitativa.

Rentabilidad: Es la capacidad que tiene algo para producir suficiente utilidad o beneficio.

Inversionista: Persona que invierte un capital en una empresa con el fin de obtener utilidades.

Ubicación Geográfica: Lugar en el cual se encuentra algo indicado como coordenadas de longitud y latitud.

Centro Turístico: Son lugares que por sus atractivos particulares y equipamiento son objeto de demanda turística.

Innovación: Es la creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado.

Atención al cliente: Gestión que realiza cada individuo que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción.

Inversión: Aplicación de los recursos económicos en una actividad determinada con el fin de obtener lucros en el futuro.

Negocio: Todo lo que es objeto de ocupación lucrativa o de interés en este caso lo que es la venta de servicios relacionados a la recreación turística.

Recursos Turísticos: Todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El desarrollo turístico ayudaría al mejoramiento de los niveles económicos del cantón Naranjito.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- La presencia de un complejo turístico recreativo permitirá placer y descanso en los habitantes del cantón Naranjito.
- La rentabilidad a largo plazo influye en la inversión del sector turístico.
- La creación de un complejo turístico recreativo mitigará la migración local.

2.4.3 Declaración de las Variables

Cuadro 1-Variables de investigación

HIPOTESIS	Variable Independiente	Variable Dependiente
General	Niveles económicos.	Desarrollo turístico.
Particular 1	Presencia de un complejo turístico recreativo	Placer y descanso de las personas.
Particular 2	Rentabilidad a largo plazo.	Motivación de los inversionistas.
Particular 3	Creación de un complejo turístico recreativo.	Migración local.

Fuente: Análisis de las variables de investigación

Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 2-Operacionalización de las Variables

Variables	Definición	Indicadores
Bajos niveles económicos	Posición económica de un determinado sector.	Presupuesto de inversión del cantón. Rentabilidad del negocio.
Escaso desarrollo turístico	Bajo emprendimiento de actividades turísticas en un determinado sector.	Lugares recreacionales existentes. Inversión anual de la municipalidad en el turismo.
Ausencia de un centro turístico.	Poca iniciativa de inversionistas para crear este tipo de negocios.	Referencias de las personas sobre otros complejos turísticos recreativos.
Satisfacción de estadía de personas	Comodidad, seguridad y placer que puedan sentir los clientes en un determinado lugar.	Tipo de gustos y preferencias de los clientes. Intervalos de tiempo que las personas visitan un complejo turístico. Tipos de servicios que les gustaría tener.
La rentabilidad a largo plazo	Utilidades que se verán reflejadas luego de un determinado periodo de tiempo.	Número de clientes que tenga el complejo. Valor de los servicios.
Motivación de los inversionistas	Decisión tomada de acuerdo a las utilidades que se llegase a percibir en un negocio.	Razones por las que no se invierte.
La comodidad de los habitantes y turistas	Placer que puedan sentir los clientes de acuerdo al servicio recibido.	Tipo de preferencias de los clientes. Diferentes aspectos que generan comodidad.
Migración local	Salida de personas hacia otros sectores.	Búsqueda de lugares o sitios de entretenimiento. Mejores oportunidades.

Fuente: Análisis de las variables de investigación

Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

CAPITULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Este proyecto está orientado hacia una investigación de:

Campo, porque se recogerán datos reales de nuestro mercado objetivo y el comportamiento del sector comercial en que se va a desarrollar el complejo turístico recreativo que se propone, sumado a eso el comportamiento de los gustos y preferencias de quienes serán clientes, además de esto se complementará con una investigación de

Tipo bibliográfica, permitirá enriquecer la investigación científica del proyecto a través de consultas a libros y/o textos que ayudarán para el presente estudio.

Explicativa y descriptiva, porque tiene que determinar cuáles son las variables o factores causantes del problema en mención y como estas causas han afectado al grupo objetivo en mención, pudiendo así elaborar un diagnóstico que permita establecer alternativas de solución a dichos problemas.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Se trabajará con la población en lo que corresponde a las personas que habitan en el cantón Naranjito, siendo en total de 37.186, según los últimos datos del INEC y que además están entre el gusto y preferencias por los servicios que brindará el Complejo Turístico Recreativo.

3.2.2 Delimitación de la población

Conforme a la investigación y a sus objetivos, la unidad a la cual se dirige este estudio estará representada por el número de la población del cantón Naranjito que corresponde a 37.186 habitantes según los últimos datos del INEC.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que vamos a utilizar será por medio del muestreo probabilístico estratificado que es aquella donde se selecciona y todos los individuos u objetos tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

3.2.4 Tamaño de muestra

Tomando el tamaño de la población que ya lo conocemos, se tomará como referencia a personas que están en el rango de edades comprendidas entre 18 hasta 65 años; aplicando la siguiente fórmula para encontrar el tamaño de la muestra:

Dónde:

n=Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio. Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2 + pq}{Z^2}}$$

$$n = \frac{37186 \times 0,5 \times 0,5}{\frac{(37186 - 1)0,05^2 + 0,5 \times 0,5}{1,96^2}}$$

n = 384 personas.

3.2.5 Proceso de Selección

El proceso de selección que se llevará a efecto será de forma sistemática por cuanto todos mantienen el mismo tipo de características y son aptos para ser parte de la muestra.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Son diversos los tipos de investigaciones existentes pero de acuerdo a la investigación aplicaremos dos tipos de métodos teóricos: Analítico-Sintético e Hipotético-Deductivo.

Método Hipotético-Deductivo.- Se la utiliza para estudiar más a fondo las hipótesis establecidas, que impulsará a la verificación de las mismas.

Método Analítico-Sintético.- Se lo aplicará para definir el efecto de las variables en cuanto a las hipótesis planteadas, para así establecer una propuesta del proyecto diferente, de acuerdo a las posibles soluciones que se aplique para su creación ya que este método ayuda a revisar de forma detallada si las causas expuestas en este tema implicarán en la demanda de este negocio.

3.3.2 Métodos Empíricos

Otro de los métodos que se emplea será el método empírico, el cual ayuda a obtener información de forma complementaria, se lo aplicará con el fin de conocer la experiencia de las personas con los servicios obtenidos en otros complejos turísticos recreativos.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las herramientas o técnicas de investigación a utilizar son:

Encuesta.- La encuesta es un estudio hecho mediante la observación en el cual el investigador no modifica el entorno ni los procesos del mismo, obteniendo los datos respectivos por medio de un conjunto de preguntas dirigidas a una población específica, con el fin de conocer sus opiniones, características o algún hecho en particular.

Se utiliza la técnica de la encuesta en la presente investigación, ya que por medio de preguntas cerradas se tiene un panorama más claro de la demanda que podría tener la creación de un complejo turístico recreativo dentro de la localidad.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACIÓN

Luego de recaudar los cuestionarios a aplicar se procede al análisis y la interpretación de los resultados mediante la tabulación de los datos que estarán representados por medio de gráficos estadísticos, utilizando el gráfico de columnas.

CAPITULO IV

4 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La ciudad de Naranjito actualmente no cuenta con un complejo turístico recreativo y que a su vez cumpla con las exigencias de los habitantes y visitantes o turistas que tienen un distinto estilo de vida, donde encuentren verdadera recreación física y psicológica, que su funcionalidad sea propicia para generar autentico relax y que además fusione el entretenimiento con la unidad familiar.

Por lo tanto se realiza la presente investigación para estudiar la factibilidad para la creación de un complejo turístico recreativo con el propósito de promover el desarrollo turístico y brindar un espacio adecuado para una estadía confortable motivando así la relajación y recreación necesarios para el bienestar integral del ser humano en especial de las familias naranjiteñas, aprovechando los recursos que la naturaleza nos brinda y bajo las normas de calidad para la prestación de servicios, así como áreas verdes para actividades al aire libre, entretenimiento y deportes al cual tengan acceso personas de todas las edades.

Una de las técnicas que se ha aplicado para desarrollar esta investigación es la encuesta, las mismas que se expresan a continuación:

Pregunta 1.

¿Ha asistido a un complejo turístico recreativo en el cantón Naranjito?

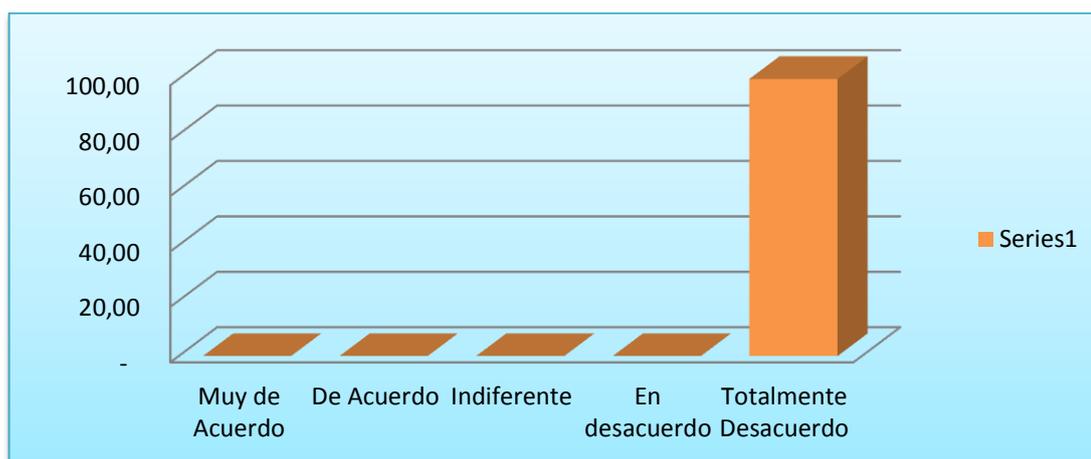
Cuadro 3Resultados de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	0	-
4	De Acuerdo	0	-
3	Indiferente	0	-
2	En desacuerdo	0	-
1	Totalmente Desacuerdo	384	100,00
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Ha asistido a un complejo turístico recreativo en el cantón Naranjito?

Figura 1- Resultado de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.- En esta pregunta nos podemos dar cuenta que el 100% de la población no ha asistido a ningún complejo turístico en el cantón Naranjito ya que no existe ninguno, por lo que contestaron estar totalmente en desacuerdo.

Por lo tanto dentro de este análisis logramos notar la necesidad de los habitantes por un lugar que brinde este tipo de servicios de recreación dentro de la localidad, demostrando así que es factible la realización del presente proyecto, ya que a más de enfocarse en el desarrollo turístico y mejorar el nivel socioeconómico de la zona, también es de vital importancia el bienestar familiar.

Pregunta 2.

¿Asiste con frecuencia a un complejo turístico recreativo?

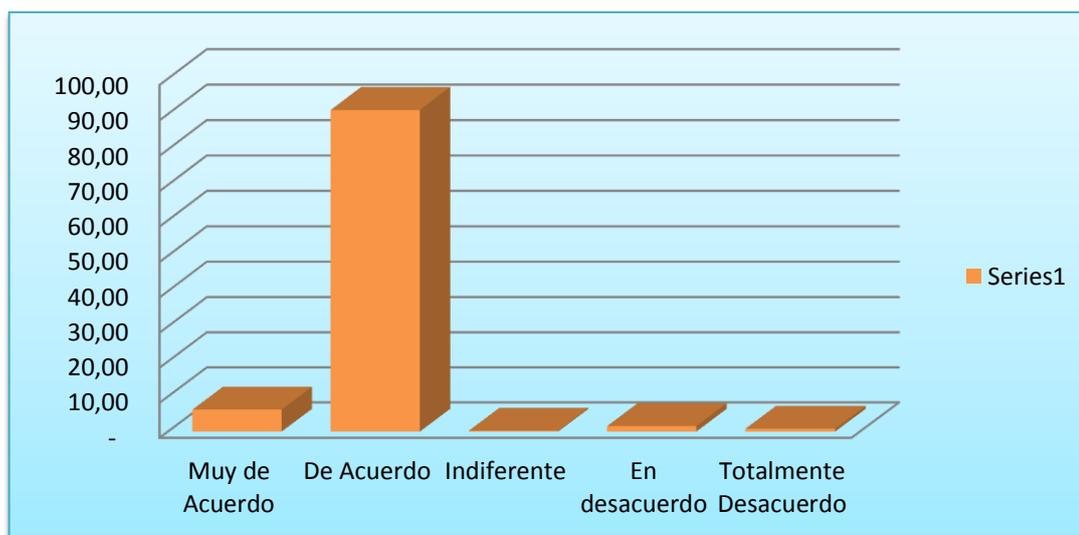
Cuadro 4-Resultados de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	24	6,25
4	De Acuerdo	350	91,15
3	Indiferente	1	0,26
2	En desacuerdo	6	1,56
1	Totalmente Desacuerdo	3	0,78
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Asiste con frecuencia a un complejo turístico recreativo?

Figura 2-Resultado de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.- En el análisis de esta pregunta podemos notar que el 91.15% contesto en que está de acuerdo en que si asiste con frecuencia a complejos turísticos, y tan solo el 1.56% está en desacuerdo, por lo tanto esto nos demuestra que si existe demanda para la creación de un complejo turístico dentro del cantón Naranjito, pero como se pudo establecer que dentro del cantón no existe un complejo, esto nos indica que a pesar de la demanda que existe por estos complejos aún no se logra introducir el desarrollo turístico en esta localidad haciendo viable la presente investigación.

Pregunta 3.

¿Considera cómodos los precios de los Complejos Turísticos que ha visitado?

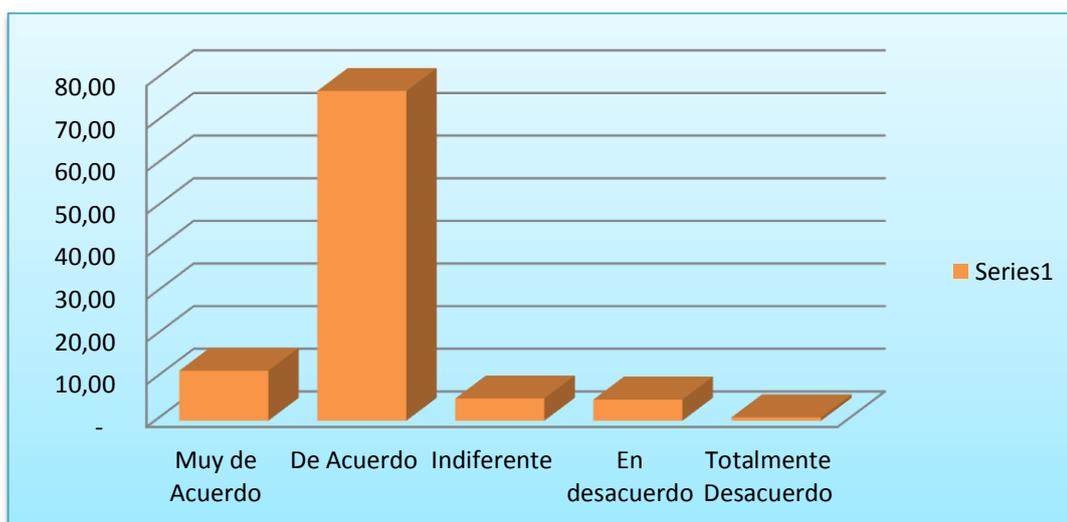
Cuadro 5-Resultados de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	45	11,72
4	De Acuerdo	297	77,34
3	Indiferente	20	5,21
2	En desacuerdo	19	4,95
1	Totalmente Desacuerdo	3	0,78
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Considera cómodos los precios de los Complejos Turísticos que ha visitado?

Figura 3-Resultado de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.- Al efectuar el análisis nos podemos observar que el 77.34% de la población contestó estar de acuerdo con los precios que actualmente tienen otros complejos turísticos, mientras que solamente el 4.95% contestó estar en desacuerdo, por lo tanto esto significa que el factor económico no es de gran importancia al momento de buscar lugares recreativos, sino más bien el ambiente acogedor y placentero que ofrecen estos lugares de recreación y la necesidad de satisfacción que actualmente tienen los habitantes, lo que hace deducir que este proyecto tendrá la acogida suficiente para llevarlo a cabo.

Pregunta 4.

¿Estaría dispuesto a pagar por los servicios que preste un complejo turístico recreativo que esté ubicado en esta localidad?

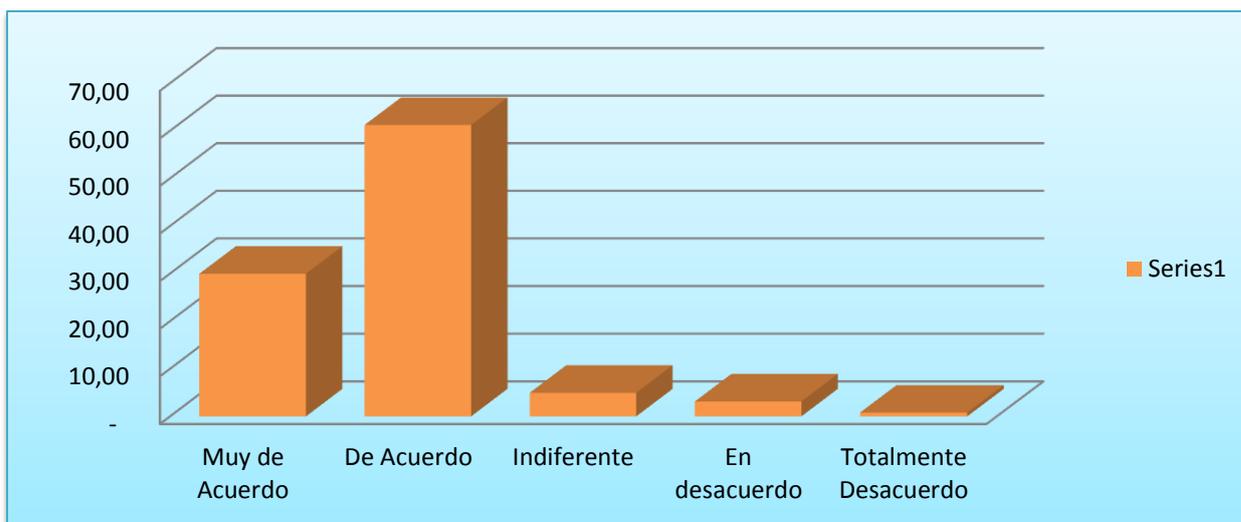
Cuadro 6-Resultados de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	115	29,95
4	De Acuerdo	235	61,20
3	Indiferente	19	4,95
2	En desacuerdo	12	3,13
1	Totalmente Desacuerdo	3	0,78
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Estaría dispuesto a pagar por los servicios que preste un complejo turístico recreativo que esté ubicado en esta localidad?

Figura 4-Resultado de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.-Como podemos observar el 61.20% de los encuestados estarían dispuestos en pagar por los servicios que brinde un complejo turístico dentro del cantón Naranjito, mientras que el 4.95% y el 3.13% contestaron indiferente y en desacuerdo respectivamente, esto quiere decir que si es viable la ejecución de este tipo de proyectos en esta localidad ya que los habitantes en su mayoría están de acuerdo a pagar por este tipo de servicios siendo lo más relevante para ellos la necesidad de distracción en un entorno que brinde placer y descanso en sus momentos o días libres.

Pregunta 5.

¿Considera factible la creación de un complejo turístico recreativo en el cantón Naranjito?

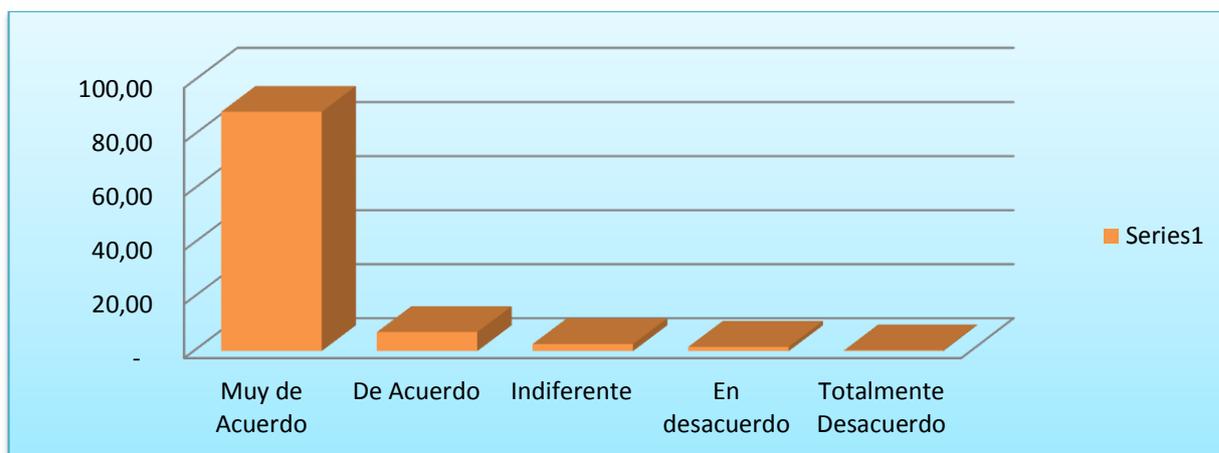
Cuadro 7- Resultado de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	340	88,54
4	De Acuerdo	27	7,03
3	Indiferente	10	2,60
2	En desacuerdo	6	1,56
1	Totalmente Desacuerdo	1	0,26
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Considera factible la creación de un complejo turístico recreativo en el cantón Naranjito?

Figura 5- Resultado de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.- En esta pregunta podemos darnos cuenta que el 88.54% y el 7.03% de los encuestados consideran estar muy de acuerdo y de acuerdo respectivamente, en cambio tan solo con el 2.60% y 1.56% contestaron indiferente y en desacuerdo respectivamente, esto significa que la mayoría está de acuerdo con la creación de este tipo de complejos turísticos en el cantón ya que no existe ninguno en la actualidad para satisfacer las exigencias y necesidades de los habitantes quienes buscan recrearse en otros lugares fuera de su terruño, por lo cual se considera factible realizar este tipo de proyecto.

Pregunta 6.

¿Piensa que piscinas, restaurantes, canchas deportivas, salón de eventos, entre otros, son los servicios más importantes en un Complejo Turístico recreativo?

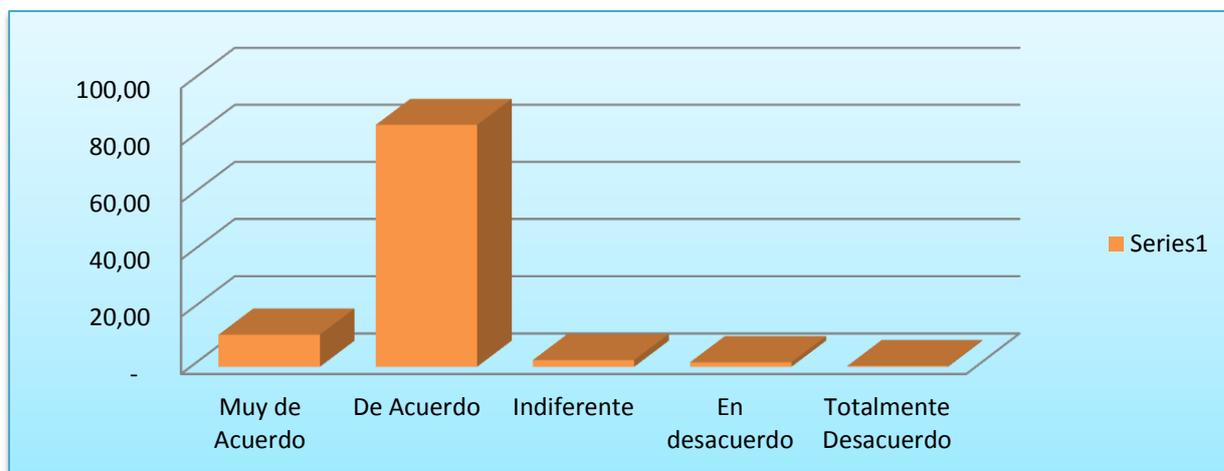
Cuadro 8- Resultado de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	43	11,20
4	De Acuerdo	325	84,64
3	Indiferente	9	2,34
2	En desacuerdo	6	1,56
1	Totalmente Desacuerdo	1	0,26
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Piensa que piscinas, restaurantes, canchas deportivas, salón de eventos, entre otros, son los servicios más importantes en un Complejo Turístico recreativo?

Figura 6- Resultado de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.- Como podemos notar el 84.64% y el 11.20% de los encuestados contestaron estar de acuerdo y muy de acuerdo con los principales servicios que debe de brindar un complejo turístico, aunque el 2.34% respondieron indiferente, podemos concluir que la mayoría de la población se sentirían satisfechos si tuvieran a su disposición todos estos servicios que brinde un complejo turístico dentro de la ciudad y no tengan que salir a buscar en sectores aledaños la comodidad de placer y descanso que brindan estos sitios.

Pregunta 7.

¿Cree que con la creación de un centro turístico recreativo dentro del cantón Naranjito tendrá más tiempo para disfrutar en familia?

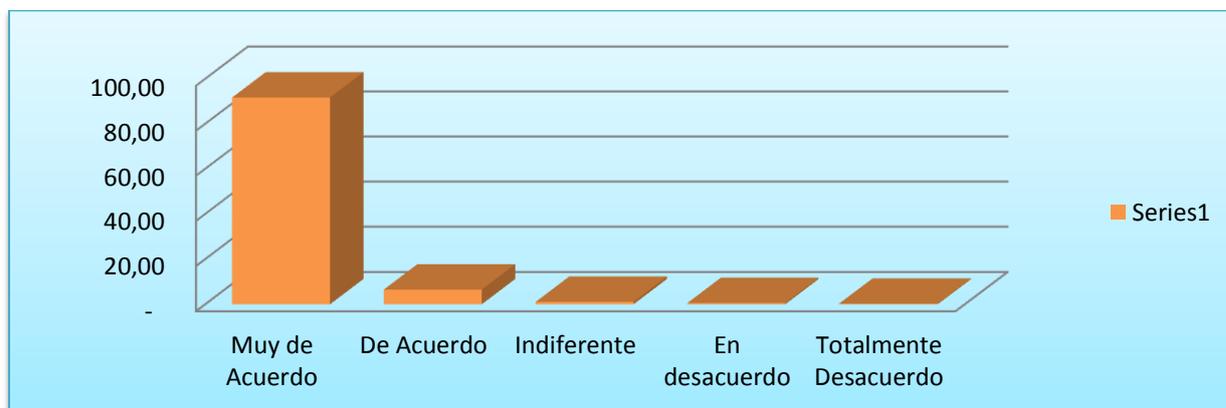
Cuadro 9- Resultados de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	352	91,67
4	De Acuerdo	25	6,51
3	Indiferente	4	1,04
2	En desacuerdo	2	0,52
1	Totalmente Desacuerdo	1	0,26
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Cree que con la creación de un complejo turístico recreativo dentro del cantón Naranjito tendrá más tiempo para disfrutar en familia?

Figura 7- Resultados de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.- El 91.67% de las personas encuestadas contestaron estar muy de acuerdo, así mismo el 6.51% respondió estar de acuerdo en que con la creación de un complejo dentro del cantón van a tener más tiempo para pasar un rato ameno en familia ya que no tendrían que viajar a otros lugares. Tan solo el 1.04% y el 0.56% contestaron indiferente al tema y en desacuerdo, estos resultados demuestran que del total de la población la mayoría está muy de acuerdo con la creación de este tipo de infraestructura dentro del cantón Naranjito ya que tendría gran acogida por sus habitantes y visitantes por lo que es muy factible la realización del presente estudio.

Pregunta 8.

¿Piensa que con la creación de un Complejo turístico recreativo ayudaría al desarrollo socioeconómico del cantón Naranjito?

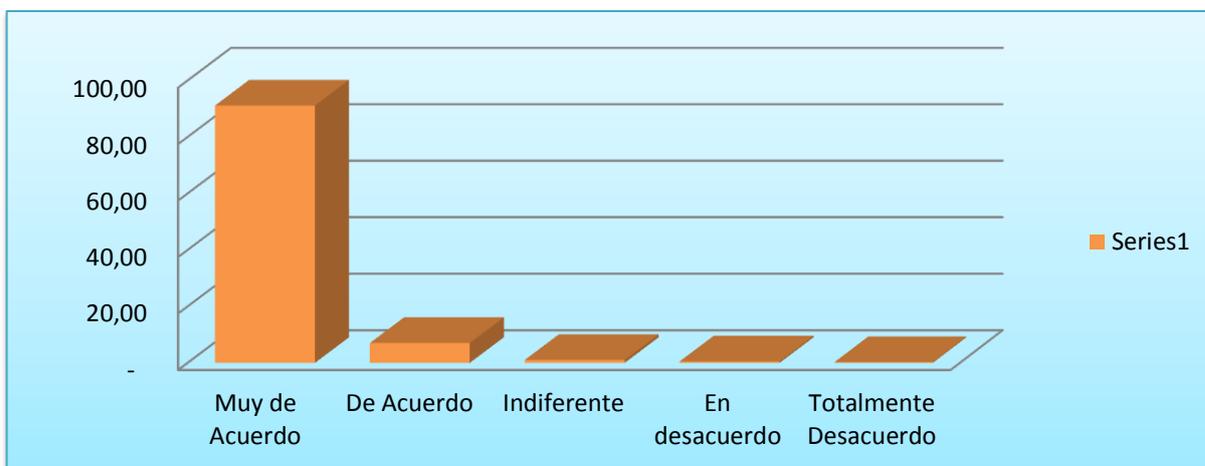
Cuadro 10-Resultados de la Encuesta

Valores	Alternativas	# de personas	%
5	Muy de Acuerdo	350	91,15
4	De Acuerdo	27	7,03
3	Indiferente	4	1,04
2	En desacuerdo	2	0,52
1	Totalmente Desacuerdo	1	0,26
TOTAL		384	100,00

Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

¿Piensa que con la creación de un Complejo turístico recreativo ayudaría al desarrollo socioeconómico del cantón Naranjito?

Figura 8- Resultado de la Encuesta



Fuente: Resultados de la Encuesta
Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Análisis.- En esta pregunta nos podemos dar cuenta que el 91.15% de los encuestados están muy de acuerdo, que significa la mayoría, en que la creación de un complejo turístico ayudaría al desarrollo socioeconómico del cantón Naranjito, por otro lado tan solo la mínima cantidad de 0.52% respondió estar en desacuerdo, demostrando que los habitantes sienten la necesidad de un sitio que cumpla con sus expectativas y que a su vez logre elevar sus niveles socioeconómicos, por lo tanto existe la necesidad de desarrollar este tipo de proyectos dentro de esta ciudad.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVA

Naranjito es un cantón que está mostrando progreso en todos sus aspectos, desde el ámbito educativo, cultural, político, social entre otros, es poseedor de hermosos paisajes y de una abundante flora, es una zona netamente agrícola con la existencia de variada fauna en sus haciendas y sus montañas, además cabe mencionar que el tren fue uno de los máximos exponentes turísticos de este cantón. Actualmente en este cantón el turismo ha disminuido considerablemente, debido a la escasa presencia de centros de esparcimiento o rutas turísticas que conquisten a los habitantes, visitantes o turistas extranjeros.

En la encuesta realizada las personas señalaron que prefieren asistir a otros lugares fuera de esta localidad, debido a que en esta ciudad no satisfacen sus expectativas, ya que buscan disfrutar de un lugar agradable, diferente e innovador. Por lo tanto se considera muy factible la presencia de un lugar turístico que supere las tendencias actuales de este mercado, ya que gran parte de la población acuden de forma muy frecuente a estos sitios después de una larga jornada de trabajo y que mejor opción que este cantón ofrezca una novedosa alternativa turística.

4.3 RESULTADOS

La investigación de campo realizada a la población naranjiteña dio a conocer que el actual sistema turístico que presenta esta ciudad no satisface las perspectivas de la ciudadanía, por lo que piensan que no muestran una imagen innovadora y que además no realiza ofertas atractivas a los habitantes y visitantes, razón por la cual prefieren asistir a centros turísticos situados en otras ciudades, sin embargo al preguntarles que si existiera un complejo turístico que satisfaga sus expectativas en todo sentido estarían dispuestos a acudir a ellos manifestaron firmemente que sí. Estos resultados nos muestra que es necesario implementar o crear un complejo turístico dentro del cantón que posea todas y cada una de las opciones señaladas en la encuesta, con el fin de socializar a la familia Naranjiteña y hacer del turismo una fuente de ingreso de esta localidad.

4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS

Cuadro 11-Verificación de las hipótesis

HIPOTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
El desarrollo turístico ayudará al mejoramiento de los niveles económicos del cantón Naranjito.	Por medio de la pregunta número 8 de la encuesta podemos darnos cuenta que la creación de un complejo turístico en el cantón Naranjito si aportaría al desarrollo socioeconómico pues así lo consideran la mayoría de sus habitantes.
HIPOTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
La presencia de un complejo turístico recreativo permitirá placer y descanso en los habitantes del cantón Naranjito.	Según lo expuesto en el análisis de las preguntas 6 y 7, podemos verificar que la presencia de un complejo turístico en el cantón permitirá que los habitantes tengan más tiempo de distracción en familia con la comodidad de los servicios que les pueda brindar.
La rentabilidad a largo plazo influye en la inversión del sector turístico.	De acuerdo a los resultados obtenidos en las preguntas 3 y 4 podemos comprobar que la creación de un complejo turístico dentro del cantón si es un negocio rentable ya que existe la demanda necesaria.
La creación de un complejo turístico recreativo mitigará la migración local.	Las preguntas 2 y 5 de la encuesta nos demuestran que con la creación de un complejo turístico dentro del cantón los habitantes no tendrían la necesidad de ir a otros lugares de distracción.

Fuente: Verificación de las variables de investigación

Autoras: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

CAPÍTULO V

5 LA PROPUESTA

5.1 TEMA

“Creación de un Complejo Turístico Recreativo en el cantón Naranjito”

5.2 JUSTIFICACION

El presente estudio está orientado a mejorar el desarrollo turístico del cantón Naranjito. Con la creación del Complejo Turístico Recreativo se espera introducir al cantón al gran mercado turístico del país brindando los servicios necesarios a los turistas y habitantes del mismo, donde encuentren un lugar apropiado para disfrutar en un excelente ambiente de esparcimiento y relajación, la finalidad del presente estudio es fortalecer la actividad turística generando un desarrollo socioeconómico para el sector, utilizando mano de obra local elevando los niveles de vida para los habitantes.

Se pretende actuar como coagentes del turismo local para lograr una alta demanda de este tipo de infraestructuras, mejorar las relaciones afectivas de las familias por medio de la práctica de juegos sanos, que no necesitan mayor herramienta, solo de lo básico y de las ganas de asistir por la accesibilidad de los costos.

La diferenciación de este lugar llamará la atención del gran conjunto de personas que acostumbra a visitar piscinas convencionales, parques, entre otros, considerando que las personas siempre están en busca de nuevos estilos, y nuevas percepciones de servicio y aún más que pretendan reforzar y fusionar la diversión con la afectividad familiar. Esta nueva opción de diversión estará dirigida por un talento humano competitivo y capacitado para las diferentes áreas a funcionar, quienes aportarán con sus conocimientos y experiencias en la parte administrativa y técnica de la empresa cumpliendo con los objetivos programados y los presupuestos de ingresos que

manifiesten altos niveles de rentabilidad, asegurando el pago de costos y gastos demostrando a través de los índices financieros VAN y TIR que la empresa es rentable.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Se puede resumir a la actividad turística como un fenómeno complejo, ya que incluye un amplio número de variables culturales, económicas, medioambientales, políticas, sociales y tecnológicas. El turismo es una actividad importante a ser desarrollada en el cantón Naranjito, ya que alrededor de todo el mundo existe el llamado estrés y un Complejo Turístico Recreativo es muy solicitado para el relajamiento, en un fin de semana o cuando se presente las condiciones de salud, por lo que a veces un momento de distracción en la jornada de trabajo resulta bastante satisfactorio.

El crecimiento sostenido del movimiento de personas con fines turísticos es un hecho que caracteriza la época actual, éste movimiento exige mayores ofertas de servicios turísticos, además de ser un generador potencial de divisas y empleo, no solo en temporadas festivas sino que de manera permanente, por lo tanto este proyecto tiene vital importancia para habitantes y turistas del cantón ya que a más de satisfacer las necesidades, también contribuye a generar mayores ingresos económicos y aporte para el desarrollo del sector.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

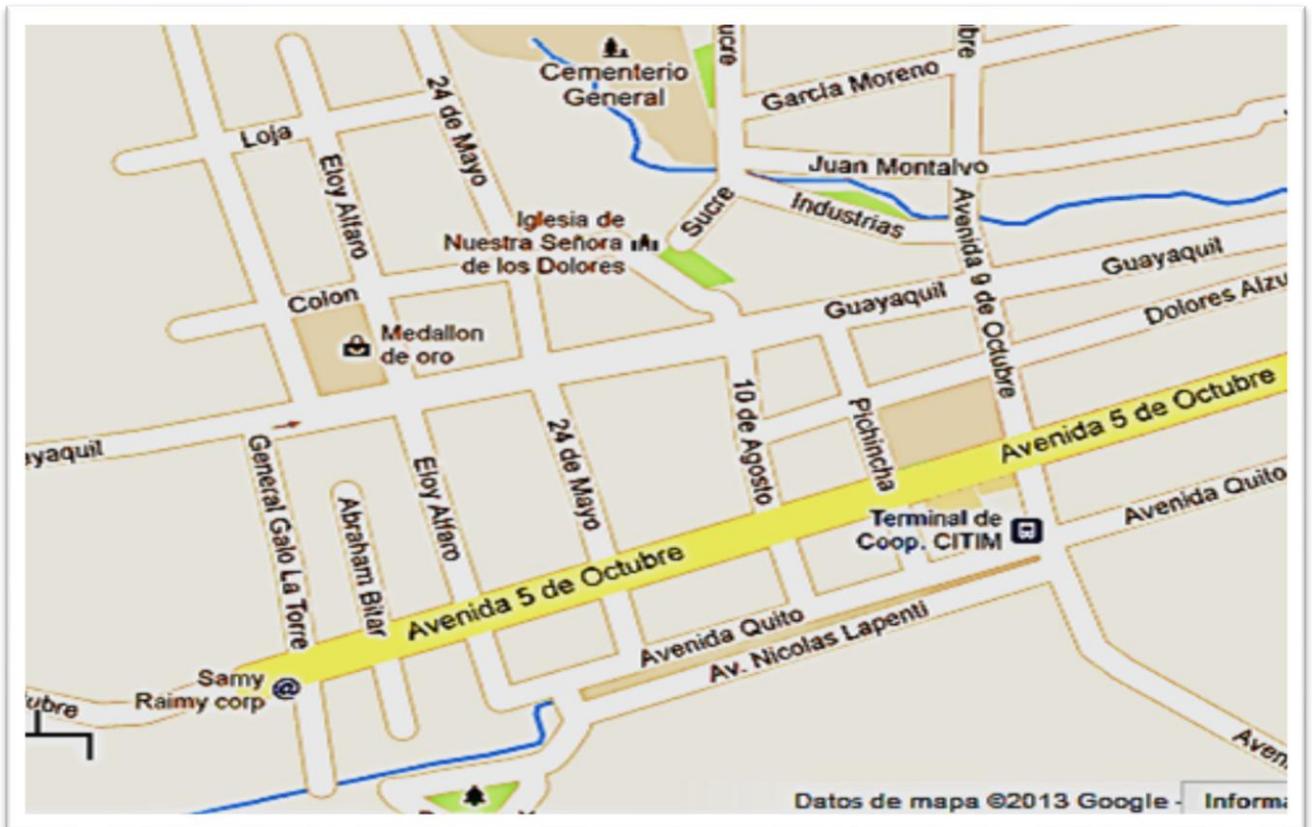
Ofrecer a la ciudadanía un ambiente acogedor y entretenido que sirva como medio de soporte al desarrollo turístico y al nivel socioeconómico del cantón Naranjito, mediante servicios innovadores donde se disfrute de una experiencia novedosa, satisfaciendo los requerimientos y expectativas de la sociedad.

5.4.2 Objetivos específicos

- Efectuar el estudio de mercado para la creación del Complejo Turístico Recreativo en el cantón Naranjito.
- Mejorar la posición competitiva del negocio, mediante estrategias comerciales.
- Validar los niveles de excelencia en la calidad y prontitud con que se atiende al cliente.
- Diseñar una propuesta de inversión en un plazo no mayor a 5 años, para lo cual se deberá estimar una evaluación financiera para detallar los costos y gastos de esta propuesta.

5.5 UBICACIÓN

Figura 9-Ubicación



El Complejo Turístico Recreativo estará ubicado en la república del Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Naranjito, Cda. San Enrique en las calles Av. 5 de Octubre y Guayaquil.

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Misión

Presta servicios con eficiencia en el sano entretenimiento, con personal muy calificado y capacitado en el servicio que se brinda a los clientes, mejorando el nivel socioeconómico del cantón.

Visión

Establecernos como una empresa turística de referencia a nivel regional y nacional ofreciendo servicios de calidad a través de la optimización de recursos e innovación.

Valores corporativos

Responsabilidad.- Tener un nivel de desempeño importante en el cumplimiento de las actividades para el logro de metas.

Compromiso.- Relevancia en cumplir con lo ofrecido haciendo énfasis en la satisfacción de los clientes.

Trabajo en equipo.- Complementar y potenciar las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para hacerlo mejor como un equipo.

Eficiencia.- Mostrar calidad en la prestación de un servicio, logrando la satisfacción de los clientes al cuidar cada detalle como la buena atención, seguridad, comodidad, privacidad, tranquilidad y relax.

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Figura 9-Logo



DESCRIPCION DEL LOGO

Cuadro 12 Descripción del logo

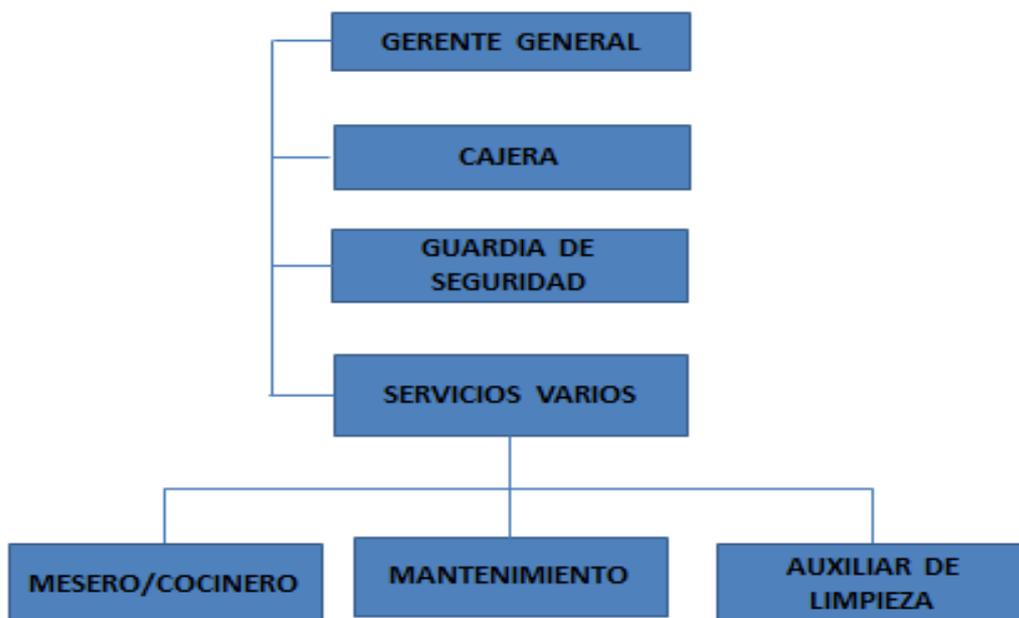
PARTE SUPERIOR:	Se logra ver siluetas de una familia ya que ellos son el motivo principal para la creación de este proyecto.
INTERMEDIO (Nombre):	FAMILY PARK, su nombre esta enlazado YP de una letra caligráfica con puntas redondas con bordes verdes y resplandor amarillo.
PARTE INFERIOR:	Encontramos formas de olas color azul.

SIGNIFICADO DE LOS COLORES

Cuadro 13-Significado de los colores

CELESTE:	Simboliza las aguas puras y frescas de las piscinas que se asemejan al color del cielo.
AMARILLO	Representa alegría, vitalidad, fortaleza, se relaciona con el sol, ya que es algo donde la familia podrá compartir momentos agradables.
NARANJA	Color principal de este logo, es una mezcla de la alegría del amarillo con la energía del rojo, muy llamativo hacia todas las personas por la alegría y energía que representa.
VERDE	Representando los parques, canchas, y en general todas las áreas verdes.

Organigrama



Funciones del Puesto

Denominación del Cargo:	Gerente General
Reportar a:	Junta General de Accionistas
Supervisa a:	Departamentos del Complejo Turístico.

Función General:

Planificación, organización, dirección, evaluación y control de la Administración total del Complejo, creando y desarrollando estrategias para mantener un negocio estable y competitivo en el mercado.

Funciones Específicas:

- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial del Complejo Turístico.
- Dirigir la marcha administrativa nombrando, removiendo y señalando la remuneración del personal ejecutivo y subalterno.
- Presentar el informe anual a la Junta General de Accionistas
- Mantener reuniones periódicas con los diferentes empleados para el análisis y solución de problemas.

- Hacer seguimientos al cumplimiento de las metas establecidas, mediante la revisión de balances, estados financieros y reportes otorgados.

Perfil:

- Profesional en Ingeniería Comercial, Economía y carreras afines.
- Dos años de experiencia en funciones similares.
- Conocimientos avanzados en tecnología.

Denominación del Cargo: Cajero-Recepcionista

Reportar a: Gerente General

Función General:

Persona encargada de la atención de los clientes al llegar al establecimiento y hacer la facturación respectiva por los servicios que vaya a adquirir.

Funciones Específicas:

- Llevar un registro de todos los clientes que lleguen al Complejo, y atender las llamadas que nos hagan los mismos.
- Responsable del dinero que se recauda en el día de trabajo por todos los servicios prestados.
- Atender al público que llega para obtener información de servicios, promociones y descuentos.

Perfil:

- Estudios Superiores en curso en CPA.
- Mínimo un año de experiencia en funciones y responsabilidades similares.
- Conocimientos avanzados en computación.

Denominación del Cargo: Guardia de Seguridad

Reportar a: Gerente General

Función General:

Responsable de la vigilancia del Complejo, velando por mantener el orden y la seguridad de sus alrededores.

Funciones Específicas:

- Proteger tanto a las personas como a la propiedad y a toda clase de bienes.
- Poner en consideración del gerente de recursos cualquier incidente que ocurra durante la evitación de cualquier acto delictivo.
- Será responsable de las llaves del negocio que solamente las podrá utilizar en caso de emergencia.
- Será responsable también de cerrar todas las puertas del establecimiento y apagar todas las luces luego de culminar una jornada de labores.

Perfil:

- Bachilleres de preferencia con formación militar.
- Mínimo un año de experiencia en funciones y responsabilidades similares.
- Conocimiento en protección y manejo de armas.

Denominación del Cargo: Mesero

Reportar a: Gerente General

Función General:

Abastecer a los clientes en los pedidos realizados.

Funciones Específicas:

- Cumplir las políticas de buena atención a los clientes,
- Cumplir con las normas de higiene y demás normas del establecimiento.
- Tomar los pedidos de los clientes y notificar a cocina.
- Retirar los platos sucios.

Perfil:

- Agilidad en la atención
- Buena Presencia
- Destreza Corporal
- Tolerancia a la presión
- Retentiva
- Otras

Denominación del Cargo: Mantenimiento
Reportar a: Gerente General

Función General:

Responsabilidad de mantener en buenas condiciones, la maquinaria y herramientas, equipo de trabajo, lo que permite mejor desenvolvimiento y seguridad evitando riesgos a los clientes.

Funciones Específicas:

- Hacer la revisión pertinente e informar sobre las fugas y conexiones que encuentren en mal estado.
- Reparar y mantener en buenas condiciones las piscinas, canchas, salón de eventos e instalaciones eléctricas.
- Conservar en excelentes condiciones higiénicas todas las instalaciones del Complejo Turístico.
- Realizar refacciones en general.
- Reponer los elementos de trabajo de cada una de las áreas del Complejo Turístico.

Perfil:

- Bachilleres.
- Un año mínimo de experiencia en funciones similares.
- Trabajo bajo presión.

Denominación del Cargo: Auxiliar de Limpieza
Reportar a: Gerente General

Función General:

Persona encargada de la limpieza y mantenimiento del establecimiento y de herramientas de trabajo.

Funciones Específicas:

- Limpiar las instalaciones del establecimiento.
- Distribuir material de aseo, utilizando las herramientas correspondientes para mantener en buenas condiciones de limpieza.

- Limpiar las herramientas de trabajo que se utilizan para dar servicio a clientes.
- Realizar cualquier otra tarea afín que se le sea asignada.

Perfil:

- Tener título de bachiller.
- Destreza corporal.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Excelente ubicación.
- Amplia infraestructura.
- Personal calificado.
- Único en el mercado local.

Oportunidades

- Alianza con socios estratégicos.
- Alianza con establecimientos educativos.
- Reconocimiento a nivel nacional y local.
- Apoyo al turismo a través del Ministerio y del Consejo Provincial.

Debilidades

- Nivel de endeudamiento.
- Aun no ser identificados y/o conocidos
- Bajo poder negociador con proveedores y clientes.
- Alto nivel de inversión.

Amenazas

- Inestabilidad Económica.
- Aparición de nuevos competidores de similar rama de servicio.
- Ausencia de compromisos con las autoridades locales para la promoción del sistema turístico.
- Etapas invernales que impidan la movilización de las personas al complejo turístico.

MATRIZ FO-FA-DO-DA

Cuadro 14- Matriz fo-fa-do-da

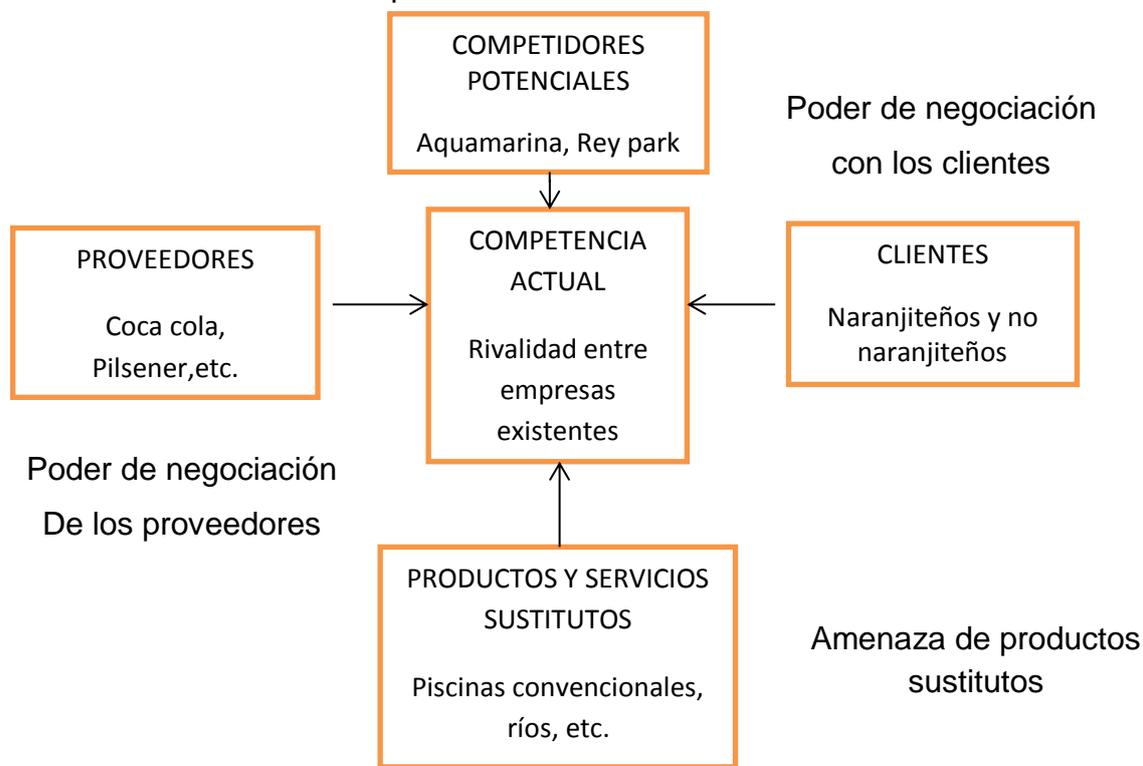
MATRIZ FO-FA-DO-DA		
Estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico Recreativo en el cantón Naranjito	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Ubicación estratégica	Nivel de endeudamiento
	Amplia infraestructura	Poca promoción del centro y del sistema turístico
	Personal capacitado	Bajo poder negociador con proveedores y clientes
	Estar aliado con una ruta turística	Alto nivel de inversión
OPORTUNIDADES		
Alianza con socios estratégicos	Emplear en las publicidades un croquis donde se indique la ubicación exacta del centro turístico, con el fin de que los clientes puedan asistir a este establecimiento con mayor frecuencia	Analizar las mejores propuestas financieras que presente el mercado bancario con el propósito de poder acceder a un préstamo que supla con las necesidades de inversión inicial de esta propuesta.
Alianza con establecimientos educativos Reconocimiento a nivel local y nacional	Solicitar permiso con las autoridades de los planteles educativos, para ofrecerle planes promocionales para que realicen algún evento institucional.	Analizar los medios más adecuados para dar a conocer a la ciudadanía la presencia de esta nueva alternativa empresarial enfocada al sano esparcimiento
Apoyo al turismo a través del Ministerio y del consejo Provincial	Publicar a través de una página web la creación de un centro turístico, como medio de desarrollo turístico del cantón Naranjito.	Presentar la propuesta ante el Ministerio y el Consejo Provincial con el fin de conseguir apoyo económico a través de su inversión.

AMENAZAS		
Aparición de nuevos competidores de la misma rama de servicio	Brindar un servicio diferenciado a través de diferentes alternativas de diversión, las misma que deberán ser controladas por el personal de supervisión de esta manera, se evitara que los asistentes se sientan inconformes con el servicio que reciben	Establecer alianzas con los proveedores potenciales que le puedan proveer al centro los insumos y productos que se comercializaran
Ausencia de compromisos con las autoridades locales para la promoción del sistema Ausencia de estrategias que involucren a otras plazas (tren) para la promoción del sistema	Mantener en constante mantenimiento las áreas de piscinas, canchas y baños del centro de distracción, con el fin de brindar una imagen atractiva hacia nuestros potenciales clientes	Con el fin de captar mayor parte del mercado es necesario que se determinen estrategias competitivas que beneficien directamente a los clientes.
Etapas invernales que impidan la movilización de las personas al centro de distracción.	Establecer planes promocionales y de descuento cuando se presente, las etapas invernales, debido a que en este tiempo suelen bajar las visitas al centro.	Como estrategia de apertura no se cobrará entrada a los menores de 10 años con el objetivo de acaparar clientes.

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

MODELO DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Amenaza de los nuevos competidores



Es mínimo el poder de negociación de los proveedores, esto se debe a que los materiales que van a ser utilizados constantemente por el complejo turístico para brindar el servicio de restaurante, piscinas y canchas se los puede obtener en ciudades cercanas a nuestro cantón, entre estos insumos se encuentran utensilios de limpieza e higiene, de mantenimiento, entre otros productos que sean necesarios para el establecimiento ya que en el país hay muchas empresas que se dedican a distribuir estos tipos de materiales.

En cuanto a la amenaza de nuevos competidores, se debe tomar en cuenta que estos tipos de proyectos de complejos turísticos tienen mucha acogida dentro del país, ya que a medida que se desarrolla con plenitud el turismo, involucrando a todas las regiones del Ecuador, es favorable que se desarrollen nuevas ideas de lugares turísticos en sectores no visitados comúnmente.

La rivalidad de la competencia a nivel nacional es alta, pero en el Cantón Naranjito es considerada baja debido a que solo existen piscinas convencionales, parques entre otros, pero no hay un verdadero sitio moderno de esparcimiento como lo es un Complejo Turístico Recreativo.

El poder de negociación de los clientes es bajo, esto se debe a que no hay en la actualidad un Complejo Turístico Recreativo en la ciudad de Naranjito, es por ello que es la única alternativa que le permite al cliente encontrar un lugar perfecto para recrearse en familia, con amigos o de manera individual en un hermoso lugar que brinde servicios de primera.

Finalmente, la amenaza de productos sustitutos no existe, debido a que la ciudad de Naranjito solo cuenta con piscinas convencionales y ríos dentro de sus recintos por lo tanto no existe un lugar en el interior de este terruño que ofrezca servicios similares a éste proyecto.

5.7.1 Actividades

MARKETING MIX

Figura 10-Marketing Mix



Posicionamiento

El propósito del presente estudio es alcanzar la meta propuesta, por lo tanto es necesario e importante establecer estrategias eficientes que nos permitan hacer un seguimiento y valoración para lo que se utilizara la herramienta conocida como “las cuatro p”.

Se acogerá a la estrategia de posicionamiento basada principalmente por la característica de brindar un sitio diferenciado e innovador con servicios de calidad.

El Marketing Mix que a continuación se presenta, trata de cumplir con las necesidades del mercado meta.

PRODUCTO

Según la Investigación de Mercados realizada, se concluye que este complejo turístico contará con los siguientes servicios: 2 canchas sintéticas, juegos para niños, 2 piscinas, áreas verdes, 1 bar con salón de eventos, patio de comida y estacionamiento para automóviles. Todas estas áreas debidamente supervisadas por personal ampliamente capacitado.

PRECIO

Se determina que debe ser justo y conveniente en proporción a los servicios que se ofrece acorde al status económico y de los tipos de clientes y visitantes, de esta forma satisfacer las exigencias de los mismos.

La fijación del precio es un proceso en el que se considera el rango de precios que se maneja dentro de este tipo de mercado y con servicios similares.

A continuación se observa de manera detallada el costo por los servicios que brinda el Complejo Turístico Recreativo “Family Park”.

Cuadro 15-Presupuesto de ventas

FAMILY PARK								
PRESUPUESTO DE VENTAS								
INGRESOS POR VENTA	CANT	COSTO	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADAS NIÑOS	500	1	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
ENTRADAS ADULTOS	400	3	1.200,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
ALQUILER DE LAS INSTALACIONES	1	500	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
ALQUILER DEL SALON DE EVENTOS	4	300	1.200,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
ALQUILER DE LAS CANCHAS DEPORTIVAS	4	120	480,00	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
VENTA DE PAQUETES TURISTICOS FAMILIARES	8	75	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
VENTA DE PAQUETES TURISTICOS ESTUDIANTILES	2	100	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
PARQUEOS	300	2	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
BAR-RESTAURANT	800	5	4.000,00	48.000,00	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30
TOTAL DE INGRESOS			9.280,00	111.360,00	116.928,00	122.774,40	128.913,12	135.358,78

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

PLAZA

El complejo turístico recreativo estará ubicado en la provincia del Guayas, el cantón Naranjito, Cdla. San Enrique.

Figura 11- Plaza



Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

PROMOCIÓN – PUBLICIDAD

Tomando en cuenta que el proyecto es una propuesta nueva y diferente en el mercado local, la promoción se enfocará en presentar una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto en la cual utilizaremos fotografías, trípticos, vallas publicitarias, medios de comunicación (televisión, radio, prensa, Web), entre otros.

De acuerdo a los servicios la empresa estimara las siguientes promociones y descuentos:

- Descuentos del 4% quienes recomienden el complejo turístico a sus amigos desde 6 en adelante.
- También otorgará descuentos del 8% a los clientes consecutivos.
- Descuentos especiales por cada paquete turístico.

Se utilizará un material publicitario para obtener reconocimiento y posicionamiento en la localidad como por ejemplo:

- Publicidad por los principales medios escritos del cantón, los cuales son de circulación semanal.
- También se ofrecerá publicidad por medio de la principal radio de esta localidad.
- Entrega de hojas volantes periódicamente, los mismos que serán distribuidos en puntos estratégicos del cantón.
- Entrega de Tarjetas de presentación a las diferentes microempresas de la localidad.
- Entrega de afiches a los principales medios de transporte de esta localidad (Coop. de taxis, Coop. Camionetas fleteras y moto taxis).

Tipos de publicidad



Te ofrecemos vivir un momento inolvidable

Llámanos
ya!



Estamos ubicados en Naranjito: Cda. San Enrique

Telf.: 042 721 375 Cel.: 0986968149

NUESTRA VENTAJA SON NUESTROS SERVICIOS

Al presentar este volante paga solo el 50%



Te ofrecemos vivir
un momento inolvidable

Ing. Catalina Veloz
GERENTE GENERAL

Telf: 042 721 375 Cel: 0986968149
Estamos ubicados en Naranjito: Cda. San Enrique

5.7.2 Recursos Análisis Financieros

Cuadro 16-Inversión

FAMILY PARK			
INVERSION			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
10	Mesas	50,00	500,00
50	Sillas	9,00	450,00
10	Parasoles	75,00	750,00
2	Refrigeradoras	900,00	1.800,00
2	Cocinas	500,00	1.000,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		4.500,00
	EQUIPO Y MAQUINARIA		
1	Amplificador	500,00	500,00
1	Disjokey	1.000,00	1.000,00
4	Arcos	200,00	800,00
1	Cocina Industrial	400,00	250,00
1	Bomba de agua	1.500,00	1.500,00
	TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA		4.050,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
2	Aire acondicionado	500,00	1.000,00
1	Teléfono con línea telefónica	250,00	250,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		1.250,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
1	Computadora Marca HP	800,00	800,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		800,00
	TERRENO		
1	PREDIO	40.000,00	40.000,00
	TOTAL DE TERRENO		40.000,00
1	EDIFICIO		
	LOCAL	55.000,00	55.000,00
	TOTAL DE EDIFICIO		55.000,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		105.600,00

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 17-Depreciación de los Activos Fijos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	4.500,00	10%	37,50	450,00
EQUIPO DE COMPUTACION	800,00	33%	22,00	264,00
EQUIPO DE OFICINA	1.250,00	10%	10,42	125,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	4.050,00	10%	33,75	405,00
EDIFICIO	55.000,00	20%	916,67	11.000,00
TOTAL	10.600,00		1.020,33	12.244,00

Cuadro 18-Gastos Operacionales

GASTOS PREOPERACIONALES				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
GASTOS DE INICIACIÓN	600,00	10%	5,00	60,00
TOTAL	600,00		5,00	60,00

Cuadro 19-Nómina Año 1

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RE SEV.	REM.	R-ANUAL
GERENTE	800,00	66,67	22,00	33,33	98,80		1.020,80	12.249,60
CAJERA	350,00	29,17	22,00	14,58	43,23		458,98	5.507,70
GUARDIA	350,00	29,17	22,00	14,58	43,23		458,98	5.507,70
SERVICIOS VARIOS	960,00	80,00	22,00	40,00	118,56		1.220,56	14.646,72
TOTAL	2.460,00						3.159,31	37.911,72

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 20-Nómina Año 2

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE	824,00	68,67	22,00	34,33	101,76	68,64	915,88	10.990,50
CAJERA	360,50	30,04	22,00	15,02	44,52	30,03	413,07	4.956,84
GUARDIA	360,50	30,04	22,00	15,02	44,52	30,03	413,07	4.956,84
SERVICIOS VARIOS	988,80	82,40	22,00	41,20	122,12	82,37	1.094,65	13.135,80
TOTAL	2.533,80						2.836,67	34.039,99

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 21- Nómina Año 3

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R- ANUAL
GERENTE	848,72	70,73	22,00	35,36	104,82	70,70	942,69	11.312,30
CAJERA	371,32	30,94	22,00	15,47	45,86	30,93	424,80	5.097,63
GUARDIA	371,32	30,94	22,00	15,47	45,86	30,93	424,80	5.097,63
SERVICIOS VARIOS	1.018,46	84,87	22,00	42,44	125,78	84,84	1.126,83	13.521,96
TOTAL	2.609,81						2.919,13	35.029,51

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 22- Nómina Año 4

NÓMINA AÑO 4								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE	874,18	72,85	22,00	36,42	107,96	72,82	970,31	11.643,75
CAJERA	382,45	31,87	22,00	15,94	47,23	31,86	436,89	5.242,64
GUARDIA	382,45	31,87	22,00	15,94	47,23	31,86	436,89	5.242,64
SERVICIOS VARIOS	1.049,02	87,42	22,00	43,71	129,55	87,38	1.159,97	13.919,70
TOTAL	2.688,11						3.004,06	36.048,72

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 23-Nómina Año 5

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE	900,41	75,03	22,00	37,52	111,20	75,00	998,76	11.985,14
CAJERA	393,93	32,83	22,00	16,41	48,65	32,81	449,33	5.392,00
GUARDIA	393,93	32,83	22,00	16,41	48,65	32,81	449,33	5.392,00
SERVICIOS VARIOS	1.080,49	90,04	22,00	45,02	133,44	90,00	1.194,11	14.329,37
TOTAL	2.768,75						3.091,54	37.098,50

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 24-Detalle de Gastos

DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
GERENTE	1.020,80	12.249,60	10.990,50	11.312,30	11.643,75	11.985,14	
CAJERA	458,98	5.507,70	4.956,84	5.097,63	5.242,64	5.392,00	
GUARDIA	458,98	5.507,70	4.956,84	5.097,63	5.242,64	5.392,00	
SERVICIOS VARIOS	1.220,56	14.646,72	13.135,80	13.521,96	13.919,70	14.329,37	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.159,31	37.911,72	34.039,99	35.029,51	36.048,72	37.098,50	

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 25-Gastos Generales

GASTOS DE GENERALES	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
ENERGIA ELECTRICA	60,00	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
TELEFONO	45,00	540,00	556,20	572,89	590,07	607,77
INSUMOS DE LIMPIEZA	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
PERMISOS	100,00	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
SUMINISTRO	120,00	320,00	329,60	339,49	349,67	360,16
DEP. MUEBLES Y ENSERES	37,50	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	22,00	264,00	264,00	264,00	-	-
DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	10,42	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	33,75	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00
AMORT. GASTOS DE CONSTITU	5,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
DEP. EDIFICIO	916,67	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00
TOTAL GASTOS GENERALES	1.410,33	14.704,00	14.776,00	14.850,16	14.662,54	14.741,22

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 26-Otros Gastos

OTROS GASTOS	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANTENIMIENTO	50,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89
TOTAL DE OTROS GASTOS	50,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	4.619,64	52.885,72	49.094,09	50.166,12	51.006,30	52.143,61
-----------------------------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 27-Gastos para Flujo de Caja

		ANUAL				
GASTOS PARA FLUJO CAJA	3.633,06	41.046,72	37.255,09	38.327,12	39.431,30	40.568,61
GASTOS GENERALES	385,00	2.400,00	2.472,00	2.546,16	2.622,54	2.701,22
OTROS GASTOS	50,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89
DEPRECIACION	1.020,33	12.244,00	12.244,00	12.244,00	11.980,00	11.980,00
		12.244,00	24.488,00	36.732,00	48.712,00	60.692,00

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 28-Costo de Ventas

COSTO DE VENTAS								
CANT	DETALLE	VALOR	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
30	PUBLICIDAD	150,00	150,00	1800,00	1854,00	1909,62	1966,91	2025,92
1	BEBIDAS(GASEOSAS, AGUAS, CERVEZAS)	500,00	500,00	6000,00	6180,00	6365,40	6556,36	6753,05
1	COMIDA	300,00	300,00	3600,00	3708,00	3819,24	3933,82	4051,83
1	MANTENIMIENTO CADA 15 DIAS	180,00	180,00	2160,00	2224,80	2291,54	2360,29	2431,10
	TOTAL		1.130,00	13.560,00	13.966,80	14.385,80	14.817,38	15.261,90

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 29-Presupuesto de Ventas´

FAMILY PARK								
PRESUPUESTO DE VENTAS								
INGRESOS POR VENTA	CANT	COSTO	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADAS NIÑOS	500	1	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
ENTRADAS ADULTOS	400	3	1.200,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
ALQUILER DE LAS INSTALACIONES	1	500	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
ALQUILER DEL SALON DE EVENTOS	4	300	1.200,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
ALQUILER DE LAS CANCHAS DEPORTIVAS	4	120	480,00	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
VENTA DE PAQUETES TURISTICOS FAMILIARES	8	75	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
VENTA DE PAQUETES TURISTICOS ESTUDIANTILES	2	100	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
PARQUEOS	300	2	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
BAR-RESTAURANT	800	5	4.000,00	48.000,00	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30
TOTAL DE INGRESOS			9.280,00	111.360,00	116.928,00	122.774,40	128.913,12	135.358,78

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 30-Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	4.500,00
EQUIPO DE COMPUTACION	800,00
TERRENO	40.000,00
EDIFICIO	55.000,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	4.050,00
EQUIPO DE OFICINA	1.250,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	600,00
TOTAL DE LA INVERSION	106.200,00

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 31-Financiación del Proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		106.200,00
Financiado	50%	53.100,00
Aporte Propio	50%	53.100,00
		106.200,00

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 32-Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Capital (k)	53100,00			
Interes Anual (i - a)	15,20	%	0,03	
Interes Mensual (i)	0,01		1,13	
Plazo de Prestamo en Años	5			
Numeros de Pagos al Año	12			
Numeros Total de Pagos	60			
Tasa Fija	1.268,83			SALDO

# Pagos	ABONO k	ABONO i	DIVIDENDOS	CAPITAL
0				53.100,00
1	596,23	672,60	1.268,83	52.503,77
2	603,78	665,05	1.268,83	51.899,99
3	611,43	657,40	1.268,83	51.288,57
4	619,17	649,66	1.268,83	50.669,40
5	627,01	641,81	1.268,83	50.042,38
6	634,96	633,87	1.268,83	49.407,43
7	643,00	625,83	1.268,83	48.764,43
8	651,14	617,68	1.268,83	48.113,28
9	659,39	609,43	1.268,83	47.453,89
10	667,74	601,08	1.268,83	46.786,15
11	676,20	592,62	1.268,83	46.109,94
12	684,77	584,06	1.268,83	45.425,18
13	693,44	575,39	1.268,83	44.731,74
14	702,22	566,60	1.268,83	44.029,51
15	711,12	557,71	1.268,83	43.318,39
16	720,13	548,70	1.268,83	42.598,26
17	729,25	539,58	1.268,83	41.869,02
18	738,49	530,34	1.268,83	41.130,53
19	747,84	520,99	1.268,83	40.382,69
20	757,31	511,51	1.268,83	39.625,38
21	766,91	501,92	1.268,83	38.858,47
22	776,62	492,21	1.268,83	38.081,85
23	786,46	482,37	1.268,83	37.295,40
24	796,42	472,41	1.268,83	36.498,98
25	806,51	462,32	1.268,83	35.692,47
26	816,72	452,10	1.268,83	34.875,75
27	827,07	441,76	1.268,83	34.048,68
28	837,54	431,28	1.268,83	33.211,14
29	848,15	420,67	1.268,83	32.362,99
30	858,90	409,93	1.268,83	31.504,09
31	869,77	399,05	1.268,83	30.634,32
32	880,79	388,03	1.268,83	29.753,52
33	891,95	376,88	1.268,83	28.861,57
34	903,25	365,58	1.268,83	27.958,33
35	914,69	354,14	1.268,83	27.043,64
36	926,27	342,55	1.268,83	26.117,37

37	938,01	330,82	1.268,83	25.179,36
38	949,89	318,94	1.268,83	24.229,47
39	961,92	306,91	1.268,83	23.267,55
40	974,10	294,72	1.268,83	22.293,45
41	986,44	282,38	1.268,83	21.307,00
42	998,94	269,89	1.268,83	20.308,07
43	1.011,59	257,24	1.268,83	19.296,47
44	1.024,40	244,42	1.268,83	18.272,07
45	1.037,38	231,45	1.268,83	17.234,69
46	1.050,52	218,31	1.268,83	16.184,17
47	1.063,83	205,00	1.268,83	15.120,34
48	1.077,30	191,52	1.268,83	14.043,04
49	1.090,95	177,88	1.268,83	12.952,09
50	1.104,77	164,06	1.268,83	11.847,32
51	1.118,76	150,07	1.268,83	10.728,56
52	1.132,93	135,90	1.268,83	9.595,63
53	1.147,28	121,54	1.268,83	8.448,35
54	1.161,81	107,01	1.268,83	7.286,54
55	1.176,53	92,30	1.268,83	6.110,01
56	1.191,43	77,39	1.268,83	4.918,57
57	1.206,52	62,30	1.268,83	3.712,05
58	1.221,81	47,02	1.268,83	2.490,24
59	1.237,28	31,54	1.268,83	1.252,96
60	1.252,96	15,87	1.268,83	(0,00)

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 33-Estado de Pérdidas y Ganancias

FAMILY PARK							
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	9.280,00	111.360,00	116.928,00	122.774,40	128.913,12	135.358,78	615.334,30
(-) COSTO DE VENTAS	1.130,00	13.560,00	13.966,80	14.385,80	14.817,38	15.261,90	71.991,88
UTILIDAD BRUTA	8.150,00	97.800,00	102.961,20	108.388,60	114.095,74	120.096,88	543.342,41
COSTOS INDIRECTOS	4.619,64	52.885,72	49.094,09	50.166,12	51.006,30	52.143,61	255.295,84
UTILIDAD OPERACIONAL	3.530,36	44.914,28	53.867,11	58.222,48	63.089,44	67.953,27	288.046,57
(-) GASTOS FINANCIEROS	672,60	7.551,10	6.299,72	4.844,31	3.151,59	1.182,88	23.029,60
UTILIDAD ANTES PART. IMP	2.857,76	37.363,18	47.567,38	53.378,17	59.937,85	66.770,39	265.016,97
PARTICIPACION EMPLEADOS	631,72	5.604,48	7.135,11	8.006,73	8.990,68	10.015,56	39.752,55
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	2.226,04	31.758,71	40.432,28	45.371,44	50.947,17	56.754,83	225.264,42
IMPUESTO RENTA	661,64	7.939,68	10.108,07	11.342,86	12.736,79	14.188,71	96.068,65
UTILIDAD NETA	1.564,40	23.819,03	30.324,21	34.028,58	38.210,38	42.566,12	168.948,32

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 34-Flujo de Caja

FAMILY PARK								
FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
	AÑO 0	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS								
VENTAS	-	9.280,00	111.360,00	116.928,00	122.774,40	128.913,12	135.358,78	615.334,30
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		9.280,00	111.360,00	116.928,00	122.774,40	128.913,12	135.358,78	615.334,30
EGRESOS OPERATIVOS								
INVERSION INICIAL	106.200,00	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	3.159,31	37.911,72	34.039,99	35.029,51	36.048,72	37.098,50	180.128,45
GASTOS GENERALES	-	385,00	2.400,00	2.472,00	2.546,16	2.622,54	2.701,22	12.741,93
OTROS GASTOS	-	50,00	270,00	278,10	286,44	295,04	303,89	1.433,47
COSTO DE VENTA	-	-	13.560,00	13.966,80	14.385,80	14.817,38	15.261,90	71.991,88
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	5.604,48	7.135,11	8.006,73	8.990,68	10.015,56
PAGO DEL IMPUESTO A LA RE	-	-	-	7.939,68	10.108,07	11.342,86	12.736,79	14.188,71
TOTAL DE EGRESOS OPERATI	106.200,00	3.594,31	54.141,72	64.301,05	69.491,10	73.133,27	77.092,98	290.499,99
FLUJO OPERATIVO	-106.200,00	5.685,69	57.218,28	52.626,95	53.283,30	55.779,85	58.265,80	277.174,18
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	53.100,00	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	53.100,00	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS								
INVERSIONES								
PAGO DE CAPITAL	-	596,23	7.674,82	8.926,20	10.381,61	12.074,33	14.043,04	53.100,00
PAGO DE INTERESES	-	672,60	7.551,10	6.299,72	4.844,31	3.151,59	1.182,88	23.029,60
TOTAL Egr. NO OPERATIVOS	-	1.268,83	15.225,92	15.225,92	15.225,92	15.225,92	15.225,92	76.129,60
FLUJO NETO NO OPERATIVO	53.100,00	-1.268,83	-15.225,92	-15.225,92	-15.225,92	-15.225,92	-15.225,92	-76.129,60
FLUJO NETO	-53.100,00	4.416,86	41.992,36	37.401,03	38.057,38	40.553,93	43.039,88	201.044,58
SALDO INICAL			-					
FLUJO ACUMULADO	-	4.416,86	41.992,36	79.393,39	117.450,77	158.004,71	201.044,58	

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 35-Balance General

FAMILY PARK					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	41.992,36	79.393,39	117.450,77	158.004,71	201.044,58
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	41.992,36	79.393,39	117.450,77	158.004,71	201.044,58
ACTIVOS FIJOS	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00
MUEBLES Y ENSERES	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
EQUIPO DE COMPUTACION	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
EDIFICIO	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00
EQUIPO DE OFICINA	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
TERRENO	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	12.244,00	24.488,00	36.732,00	48.712,00	60.692,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	93.356,00	81.112,00	68.868,00	56.888,00	44.908,00
ACTIVO DIFERIDO					
GASTOS DE CONSTITUCION	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
AMORT ACUMULADA	60,00	120,00	180,00	240,00	300,00
TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO	540,00	480,00	420,00	360,00	300,00
TOTAL DE ACTIVOS	135.888,36	160.985,39	186.738,77	215.252,71	246.252,58
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	45.425,18	36.498,98	26.117,37	14.043,04	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	5.604,48	7.135,11	8.006,73	8.990,68	10.015,56
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	7.939,68	10.108,07	11.342,86	12.736,79	14.188,71
TOTAL PASIVO	58.969,33	53.742,15	45.466,95	35.770,51	24.204,26
PATRIMONIO					
APOORTE CAPITAL	53.100,00	53.100,00	53.100,00	53.100,00	53.100,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	23.819,03	30.324,21	34.028,58	38.210,38	42.566,12
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	23.819,03	54.143,24	88.171,82	126.382,20
TOTAL PATRIMONIO	76.919,03	107.243,24	141.271,82	179.482,20	222.048,32
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	135.888,36	160.985,39	186.738,77	215.252,71	246.252,58
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 36-Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-106.200,00	57.218,28	52.626,95	53.283,30	55.779,85	58.265,80

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	15%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	277.174,18
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	106.200,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	52,20%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		185.443,91
VAN	POSITIVO	79.243,91
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,34
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	134,02
TASA INTERNA DE RETORNO		43%

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

Cuadro 37-Razones

RAZONES	
UTILIDAD NETA	168.948,32
VALOR DEL CREDITO	53.100,00
VENTAS	615.334,30
COSTO DE VENTA	327.287,73
TOTAL DEL ACTIVO	44.908,00

INDICE INVERSION TOTAL	MAYOR A 1	3,18
MONTO DE INVERSION	MAYOR A 1	11,59
MARGEN NETO DE UTILIDAD (UTILIDAD VENTA)	MAYOR A 1%	188%
MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	MAYOR A 1	7,29

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

5.7.3 Impacto

La creación del complejo turístico busca atraer en su mayoría este mercado del Cantón Naranjito contribuyendo de forma directa al desarrollo turístico de esta localidad.

De igual manera favorece a la parte laboral proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los naranjiteños.

Luego del análisis desde el punto de vista de los propietarios en la relación costo beneficio se ven positivamente compactados, con esto asegura una inversión bien realizada.

Los habitantes y también los visitantes de este sector podrán encontrar una nueva alternativa de entretenimiento sano que fusiona la distracción con la unión familiar, lo cual permitirá la retención de los mismos en este sector, evitando de esta manera que migren fuera de la ciudad en busca de un momento diferente.

De acuerdo al estudio de mercado realizado en el cantón Naranjito, existe una alta aceptación por parte de los pobladores de esta localidad para la implementación de un complejo turístico ya que provee de los servicios y comodidad en costos siendo accesible a cualquier situación económica.

5.7.4 Cronograma

N	ACTIVIDADES	DURACION	COMIENZO	FIN	OCTUBRE	NOVIEMBRE
1	Identificar la ubicación donde va estar ubicado el centro turístico	2 DÍAS	LUN 21/10/2013	MIER 23/10/2013		
2	Realizar el acondicionamiento del centro turístico de los equipos, maquinaria aire de acondicionados etc.	7 DÍAS	JUEV 24/10/2013	MIER 30/10/2013		
3	Se realiza un análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer esta nueva alternativa de negocio.	1 DÍA	JUEV 31/10/2013	JUEV 31/10/2013		
4	Se realiza las publicidades.	4 DÍAS	VIER 01/11/2013	MIER 06/11/2013		
5	Se procede a realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal.	5 DÍAS	JUEV 07/11/2013	VIER 14/11/2013		
6	Se realiza una reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara la organización acorde a sus cargos.	3 DÍAS	LUN 18/11/2013	MIER 20/11/2013		
7	Se realiza la inauguración de la oficina	1 DÍA	JUEV 21/11/2013	JUEV 21/11/2013		
	Se contabiliza los movimientos económicos.					
8	Se presenta los resultados obtenidos.	4 DÍAS	VIER 22/11/2013	MIER 27/11/2013		

Elaborado por: Sandra Ruiz y Mariuxi Pérez

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

- Se investigó las variantes que generan el escaso desarrollo turístico de la localidad.
- Se observó las opiniones sobre servicios adicionales como complemento a la propuesta.
- Se ajustó las exigencias de los clientes potenciales a la propuesta.
- Se efectuó un estudio donde observamos las ventajas y desventajas interno y externo y su tratamiento.
- Para la obtención de información veraz sobre el tema planteado; se utilizó una herramienta investigativa como la encuesta, la cual estuvo dirigida a la ciudadanía naranjiteña, para conocer las expectativas de los clientes sobre este servicio.
- Permitted evaluar al entorno y crear una propuesta en base a necesidades y requerimientos.
- Se obtuvo un análisis para valorar en aspectos financieros para especificar la rentabilidad que tendrá la propuesta.
- Se realizó los respectivos análisis como las cinco fuerzas de Porter y el Foda, donde
- se pudo conocer con mayor profundidad el mercado al que se incursionará.
- Obtenida esta información se procedió a realizar esta propuesta, para lograr un posicionamiento respetable en este casco comercial de la ciudad de Naranjito.

CONCLUSIONES

- 1.- La creación de un centro de distracción como medio turístico de este sector es muy viable, sobre todo si se brinda una serie de servicios adicionales, es una propuesta factible en todos los ámbitos evaluados, para medir el nivel de satisfacción que tiene la ciudadanía con respecto a este tipo de servicios.

- 2.- De acuerdo a la investigación realizada y en base a las herramientas utilizadas se ha constatado que la empresa tiene un bajo nivel de competencia dentro de esta actividad, pero a pesar que no es explotada en su totalidad cuenta con alta demanda.

- 3.- Actualmente se conoce que los proyectos de carácter turístico que se propone deben estar ligados directamente con el Ministerio de Turismo ya que es el único órgano competente que apoya cualquier iniciativa bien planificada para bien del sistema turístico del país.

4. Si se cumple con los parámetros establecidos de VAN y TIR, se podrán cubrir costos y gastos, puesto que a partir de ahí hacia adelante se iniciará la generación de utilidades.

- 5.- Los cálculos realizados en los Criterios de Evaluación Financiera arrojaron los siguientes resultados: Valor Actual Neto VAN positivo a una Tasa de descuento 15%, su Tasa Interna de Retorno TIR es de 43% con 28 puntos adicionales a la Tasa de Descuento, Con lo que se demuestra su viabilidad financiera representado por la RENTABILIDAD del mismo, por lo cual se concluye que el proyecto es totalmente factible en ejecución y puesta en marcha.

RECOMENDACIONES

1.- La implementación de complejos turísticos son las puertas que determina el inicio de una actividad turística dentro de un sector, por lo tanto, es recomendable que se brinde una variedad de servicios ante las exigencias y expectativas tanto de los habitantes como de los visitantes.

2.- Mantener en constante capacitación al talento humano que laborará dentro del complejo turístico, para enfocarlos y alinearlos a los objetivos de la organización, además de ofrecer un valor agregado que permita crear una ventaja competitiva en este mercado.

3.- Efectuar un proyecto turístico teniendo como base información actualizada y de campo que determinen la viabilidad y factibilidad, para de esta manera despertar el interés de los entes públicos que regulan la actividad turística del país.

4.- Implantar los mecanismos e incentivos para que las autoridades locales fortalezcan el desarrollo turístico a través de propuestas impulsadoras del mismo, ya que de esa manera se estaría incrementando el nivel socioeconómico de este terruño.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado Coello Jenny Narcisca; Estudio de Factibilidad para la implementación de un complejo turístico en la parroquia Yaruqués, Cantón Riobamba, Tesis de Grado como requisito parcial para obtener el título de ingeniero en Ecoturismo, Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, Riobamba.
- Ramírez Cavaza, César; La Modernización y Administración de Empresas Turísticas.
- JANY, JOSÉ: *INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS*, Tercera Edición, Bogotá DC, Colombia 2008 p486.
- KALI, Joseh: *EL TURISMO PUERTA DEL PROGRESO*, Editorial Edibosco, año 2008.
- KOONTZ HAROLD: *ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Mc Graw Hill.
- LEÓN Félix. *ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, Editorial Copyright, año 1995.
- MARLON GONZALO, Alejandro, TAPIA, Luis Miguel, VEINTIMILLA MARIÑO, VITERI TORRES, Mariela Janet; “Proyecto de Reingeniería de un Complejo Turístico en el Cantón Milagro”; Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2010.
- Karina Gómez Anchundia, Marcos Núñez Malata y Vanessa Pin Merchán; Comercial y Empresarial; “Proyecto de inversión para la Creación de un complejo turístico en General Villamil Playas” Escuela Superior Politécnica del Litoral”.
- RODRIGUEZ RODRIGUEZ, Gonzalo; MARTINEZ ROGET: “Nuevos Retos para el turismo”, Netbiblo, año 2009.
- AVELLAN CEBRIAN, Francisco: “Turismo rural y desarrollo local”; Universidad de Castilla La Mancha, año 2008.
- Montesino Jerez, J.L.: “La economía ecuatoriana del siglo XXI y sus perspectivas de comercio internacional con países del Asia Pacífico” en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 97, 2008.
- ALVENTOSA, J PERE MOLINA;, VALENCIANO Javier: *La recreación físico-deportiva y su tratamiento del cuerpo: un análisis crítico* pag.66-72, Editorial Alventosa, Barcelona (España), 2010.
- PALAFOX MUÑOZ, Alejandro: “Turismo: Teoría y Praxis”: UQROO 2005.

- VICENTE, M: *El cuerpo de la educación física: dialéctica de la diferencia*. Revista *Iberoamericana de Educación*, pág.: 39, 53-72. Editorial Alventosa, Barcelona (España), 2008.
- RAY Rebecca y KOZAMEH Sara; "La economía de Ecuador desde 2007", Mayo 2012
- SAMUELSON, Carlos: *TURISMO Y ECONOMÍA*, Editorial Edibosco.
- SANTÓN William, J.: *FUNDAMENTOS DEL MARKETING*, Editorial Mc Graw Hill.
- Montesino Jerez, J.L.: "La economía ecuatoriana del siglo XXI y sus perspectivas de comercio internacional con países del Asia Pacífico" en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Número 97, 2008.
- Turismo, globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir Gustavo Marín Guardado, *Estudios Demográficos y Urbanos*, Vol. 24, No. 1 (70) (Jan. - Apr., 2009), pp. 219-247, Publisher by: El Colegio De México.
- Estudio de Factibilidad para la implementación de un Complejo Turístico en la parroquia San Luis, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Autor :Morocho Quisnancela, Carina de las Mercedes, fecha de publicación 17-ene-2012.
- Plan de negocios para la creación de un complejo turístico en la parroquia Eloy Alfaro - Provincia de Cotopaxi. Autor: Salazar Danny, Sarabia Rolando, fecha de publicación 16-feb-2011.
- PALACIOS LÓPEZ, Livia: *CONTABILIDAD BÁSICA*, Editorial: Ministerio de Educación y Cultura.
- PALACIOS LÓPEZ, Livia: *CONTABILIDAD INTERMEDIA*, Editorial Ministerio de Educación y Cultura.
- VARGAS CUEVAS, Luís: *PRINCIPIO DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Facultad de Ciencias Económicas.
- VILLALBA Carlos. *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores, año 2005.
- VILLALBA, Carlos: *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores.
- Estudio para la formación de un complejo turístico especializado en deportes extremos, ubicado en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Autor: Guzmán Eddy, Porrás León, Ronald Alejandro, fecha de publicación mar-2011.

- HERNÁNDEZ, A: *Acerca del ocio, del tiempo libre y de la animación sociocultural. Lecturas de educación física y deportes*. Revista digital, 2007

LINKOGRAFIA

- <http://www.utn.edu.ec/web/portal/images/doc-utn/constitucion-ecuador.pdf>
- <http://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/ley-del-deporte-educacin-fsica-y-recreacin-11-de-agosto-de-20101.pdf>
- <http://ecuamundo.org/id24.html>
- <http://db.natlaw.com/interam/ec/bs/sp/specbs00004.pdf>
- <http://turismohistoria.blogspot.com/>
- <http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjito>
- <http://www.accesocapacitacion.com/preguntas-frecuentes/antes-de-tu-viaje/centros-recreacionales>
- <http://www.efdeportes.com/efd23/ocio.htm>
- <http://www.goecuador.com/espanol/informacion-general/parque-nacionales-ecuador3.html>
- <http://ecuador.travel/es/ecuador-guia-de-viaje/costa-sur/costa-sur-destinos-y-atracciones/rutadel-spondylus.html>
- <http://extra.ec/ediciones/2012/11/02/provincias/cantones-ofrecen-opciones-turisticas/>
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20809/1/RESUMEN%20CICYT%20TESIS%20BALNEARIO%20LA%20UNION.pdf>
- <http://www.ppelverdadero.com.ec/especial/item/naranjito-pintoresco-canton-del-guayas.html>
- <http://www.cienciared.com.ar/ra/revista.php?wid=9&articulo=718&tipo=A&eid=7&sid=152&NombreSeccion=Articulos&Accion=Ver>
- http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=195600
- http://derechoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=5694:registrooficialno255miercoles11deagostode2010suplemento&catid=336:agosto&Itemid=596

Anexos

Anexo 1-Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENCUESTA PREVIO AL TITULO DE TERCER NIVEL EN ING. COMERCIAL

Se realiza el siguiente cuestionario para determinar la factibilidad sobre la creación de un Complejo Turístico Recreativo en cantón Naranjito

Nº	<u>INSTRUCCIONES.</u>	<u>CONSIDERE LO SIGUIENTE.</u>	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
	Favor marque con una X en la alternativa de su preferencia. Expresar su respuesta considerando los siguientes parámetros. 5 = Muy de acuerdo, 4= De acuerdo 3= Indiferente, 2= En desacuerdo 1= Totalmente en desacuerdo	contestar cada una de las preguntas ctores ni borraros, no manchar l - No se permite contestar más de una vez en cada pregunta - La encuesta es anónima					
PREGUNTAS			5	4	3	2	1
1º	¿Ha asistido a un Complejo Turístico Recreativo en el cantón Naranjito?						
2º	¿Asiste con frecuencia a un Complejo Turístico Recreativo?						
3º	¿Considera cómodos los precios de los Complejos Turísticos Recreativos que ha visitado?						
4º	Estaría dispuesto a pagar por los servicios que preste un Complejo Turístico Recreativo que esté ubicado en esta localidad ?						
5º	¿Considera factible la creación de un complejo Turístico Recreativo en el cantón Naranjito?						
6º	¿Piensa que Piscinas, Restaurantes, Canchas Deportivas, Salón de Eventos, entre otros. Son los servicios más importantes en un Complejo Turístico Recreativo?						
7º	¿Cree que con la creación de un Complejo Turístico Recreativo dentro del cantón Naranjito tendrá más tiempo para disfrutar en familia?						
8º	¿Piensa que con la creación de un Complejo Turístico Recreativo ayudaría al desarrollo Socio-Económico del cantón Naranjito?						
	TOTAL						

Anexo 2-Fotos de la realización de la encuesta









Anexo 3-Fotos del predio donde se situará el Complejo Turístico



Anexo 4- Servicios a ofrecer en el Complejo Turístico



Anexo 5.- Marketing Mix



Anexo 6-Imágenes del texto en el anti plagio

Introducción



Firefox | ::pl plagium :: Herramienta de búsqueda... x | The Plagiarism Checker x +

www.plagium.com | Delta Search

Most Visited | Getting Started | el universo noticia sob... | Google | tesis para la elaboracio... | Remove Surveys (Chro... | survey remover | Bookmarks

Revisar texto | Revisar URL | Mis Búsquedas | Mis Alertas | Síguenos en | Tweet | Blog | Ayuda | Mi Cuenta | Iniciar sesión | Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 21,557 caracteres:

manera se da a conocer las actividades a realizarse mediante la herramienta marketing mix, ya que utilizando esta estrategia se logrará llegar a la meta propuesta identificado con los diferentes índices financieros, que también se encuentran detallados.

Busca a través de: La Web Noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Búsqueda Rápida

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

Like 3.3k | Tweet 692 | Share ?

Síguenos en [Twitter](#) y [Facebook](#):

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more

Problematización



Firefox | ::pl plagium :: Herramienta de búsqueda... x | The Plagiarism Checker x +

www.plagium.com | Delta Search

Most Visited | Getting Started | el universo noticia sob... | Google | tesis para la elaboracio... | Remove Surveys (Chro... | survey remover | Bookmarks

Revisar texto | Revisar URL | Mis Búsquedas | Mis Alertas | Síguenos en | Tweet | Blog | Ayuda | Mi Cuenta | Iniciar sesión | Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 21,655 caracteres:

complejo y los mismos naranjiteños se sientan satisfechos, que puedan sentir que no necesitan viajar para poder disfrutar de un buen complejo turístico recreativo y que los visitantes tanto nacionales como extranjeros sientan que Ecuador, también cuenta con complejos con la misma calidad que en otros lugares del mundo

Busca a través de: La Web Noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Búsqueda Rápida

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

Like 3.3k | Tweet 692 | Share ?

Síguenos en [Twitter](#) y [Facebook](#):

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more

Antecedentes Históricos

Firefox | ::pl plagium :: Herramienta de búsqueda... x | The Plagiarism Checker x +

www.plagium.com

Most Visited | Getting Started | el universo noticia sob... | Google | tesis para la elaboracio... | Remove Surveys (Chro... | survey remover

Revisar texto | Revisar URL | Mis Búsquedas | Mis Alertas | Síguenos en | Tweet | Blog | Ayuda | Mi Cuenta | Iniciar sesión | Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 19,222 caracteres:

conoce también de parques como el Sea Word, es el parque marino más importante del mundo, donde se pueden apreciar las especies más hermosas que existen en el mar. El Mission Bay Park, otro de los parques acuáticos de renombre, éste ofrece gran variedad de actividades recreacionales, además incluye playas, motos acuáticas, veleros, entre otros.

Busca a través de: La Web Noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

Like 3.3k Tweet 692 Share ?

Síguenos en *Twitter* y *Facebook*:

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more

Conclusiones

Firefox | ::pl plagium :: Herramienta de búsqueda... x | The Plagiarism Checker x +

www.plagium.com

Most Visited | Getting Started | el universo noticia sob... | Google | tesis para la elaboracio... | Remove Surveys (Chro... | survey remover

Revisar texto | Revisar URL | Mis Búsquedas | Mis Alertas | Síguenos en | Tweet | Blog | Ayuda | Mi Cuenta | Iniciar sesión | Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 23,985 caracteres:

4. Si se cumple con los parámetros establecidos de VAN y TIR, se podrán cubrir costos y gastos, puesto que a partir de ahí hacia adelante se iniciará la generación de utilidades.

Busca a través de: La Web Noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

Like 3.3k Tweet 692 Share ?

Síguenos en *Twitter* y *Facebook*:

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more

Recomendaciones

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 22,687 caracteres:

plagium™

referencia para realizar el estudio de mercado, las cuales fueron aplicadas en su totalidad pudiendo obtener los resultados esperados y un correcto análisis a través de esta técnica investigativa.

Busca a través de: La Web Noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

[Like](#) 3.3k [Tweet](#) 692 [+1](#) 257 [Share](#) 1.5K

Síganos en *Twitter* y *Facebook*:

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more powerful server. 182 days ago

Fundamentación

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 22,079 caracteres:

plagium™

importancia para habitantes y turistas del cantón ya que a más de satisfacer las necesidades, también contribuye a generar mayores ingresos económicos y aporte para el desarrollo del sector.

Busca a través de: La Web Noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

[Like](#) 3.3k [Tweet](#) 695 [+1](#) 257 [Share](#) 1.5K

Síganos en *Twitter* y *Facebook*:

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more powerful server. 183 days ago

Outlook x ::pl plagium :: Herramienta di x

www.plagium.com

Revisar texto :: Revisar URL :: Mis Búsquedas :: Mis Alertas Síguenos en f :: Tweet :: Blog :: Ayuda :: Mi Cuenta :: Iniciar sesión :: Login with Facebook

plagium™

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 22,423 caracteres:

grandes inversionistas no lo vean desde ese punto de vista, ya que la rentabilidad que genera este tipo de negocio solo empieza a salir a flote después de un tiempo considerable, razón por la cual no existe interés de parte de ellos.

Búsqueda Rápida

Busca a través de: La Web Noticias social networks *beta* - ver opciones avanzadas

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

Like 3.3k Tweet 692 +1 257 Share 1.5K

Síguenos en *Twitter* y *Facebook*:

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more powerful server. 182 days ago

Outlook x ::pl plagium :: Herramienta di x

www.plagium.com

Revisar texto :: Revisar URL :: Mis Búsquedas :: Mis Alertas Síguenos en f :: Tweet :: Blog :: Ayuda :: Mi Cuenta :: Iniciar sesión :: Login with Facebook

plagium™

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 20,957 caracteres:

veraneo en la montaña y el mar, así mismo se empezaron a vender pasajes de tren lo que se consideraba viajes turísticos ya que era un largo recorrido con todas las comodidades.

Búsqueda Rápida

Busca a través de: La Web Noticias social networks *beta* - ver opciones avanzadas

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos. Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

Like 3.3k Tweet 692 +1 257 Share 1.5K

Síguenos en *Twitter* y *Facebook*:

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more powerful server. 182 days ago