



**Universidad Estatal de Milagro**

**UNIDAD ACADÉMICA: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – C.P.A  
Y LICENCIADA EN TURISMO**

**TÍTULO DEL PROYECTO:**

Estudio de Factibilidad para la creación de un  
Centro Turístico en la ciudad de Naranjito.

**Autores:**

CRISTHIAN STALIN OLEAS JARAMILLO  
JOHANNA MARICELA SILVA GOMEZ

**Director del Proyecto:  
Ing. Edwin Valderrama B.**

**Milagro, Septiembre del 2013**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente y en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo 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 título: **“Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro Turístico en la ciudad de Naranjito”**, presentado por los Señores: Johanna Maricela Silva Gómez, para optar al título de Licenciada en Turismo y Cristhian Stalin Oleas Jaramillo, para optar al título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A y acepto tuturar a los estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

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

Milagro, 27 de Septiembre del 2013.

---

Ing. Edwin Valderrama

**TUTOR**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros Johanna Maricela Silva Gómez y Cristhian Stalin Oleas Jaramillo con cédula de identidad N°. 120710319 – 1 y 092842928 – 1 respectivamente, declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado con el título de: **“Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro Turístico en la ciudad de Naranjito”**, es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto.

Milagro, 27 de Septiembre del 2013.

---

**Johanna Maricela Silva Gómez**

---

**Cristhian Stalin Oleas Jaramillo**

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo e Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[	]
DEFENSA ORAL	[	]
TOTAL	[	]
EQUIVALENTE	[	]

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios por brindarme la oportunidad de vivir y salir adelante, en segundo plano dedico a mis padres por haber confiado en mí, a mi abuelita, a mi esposo y a su familia por el apoyo incondicional que me dieron durante mi trayectoria estudiantil y de manera muy especial a mi pequeño hijo Nathan Maximiliano Oleas Silva que lo amo muchísimo y espero darle todo lo que el necesite.

**Johanna Silva.**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi esfuerzo final que es esta tesis a Dios por darme la fuerza para seguir adelante, a mis padres por su apoyo tanto moral como económico, a mis hermanos para ser ejemplo a seguir y de forma muy especial a mi familia, como lo es mi esposa Johanna y mi bebé Nathan a quienes los adoro con mi vida y por quienes velaré siempre.

**Cristhian Oleas.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme brindado una hermosa familia que me supo dar todo lo que necesité durante mi niñez y parte de mi juventud para salir adelante en mis estudios, mil gracias le doy a mi querido padre el Sr. Emiliano Silva por ser un gran ejemplo de superación para todos nosotros, a mi madre Sra. Rosa Gómez por saber guiarme con sus sabios consejos, a mi abuelita la Sra. Olimpia Vallejo que es mi segunda madre le doy gracias por su inmenso cariño y apoyo y a mis hermanos por su comprensión.

A mi esposo Cristhian Oleas por confiar ciegamente en mí, por ser comprensible y apoyarme incondicionalmente durante toda mi trayectoria estudiantil y mi pequeño angelito Nathan que me brindo la dicha de ser madre, estos dos hombres son los motores de mi vida a los que amo con mi vida, a la familia Oleas Jaramillo por haberme integrado en sus corazones.

Les gratifico a todos y cada uno de mis familiares y amigos quienes de cualquier manera me supieron expresarme sus más sinceros deseos.

**Johanna Silva Gómez.**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento infinito a Dios por haberme concedido la salud que necesitaba ya que en estos tres últimos meses mi salud se deterioró ávidamente y hoy me estoy recuperando satisfactoriamente la cual me permite dar este paso muy importante en mi vida, venciendo estos obstáculos me da la oportunidad de ver crecer a mi hijo y brindarle en un futuro lo que el necesite.

Mil gracias a mis queridos padres Sr. Flavio Oleas y Sra. Rocío Jaramillo por no haberme desamparado ni un solo minuto. A mis hermanos por haberme demostrado lo importante que significo para ellos,

A mi esposa por ser mi ángel de la guarda demostrándome su amor y comprensión incondicional en todo momento ayudándome en la lucha para buscar la mejoría de mi salud.

A todos mis familiares, amigos, doctores y personal del hospital I.S.C. que me supieron dar su apoyo moral y afectivo en los instantes en los que más lo necesité.

**Cristhian Oleas Jaramillo.**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

### **Magister**

Jaime Orozco Hernández

**Rector de la Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “**Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro Turístico en la ciudad de Naranjito**” y corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

---

**Johanna Maricela Silva Gómez**

---

**Cristhian Stalin Oleas Jaramillo**

# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1 Problematización .....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.1.3 Formulación del problema.....	3
1.1.4 Sistematización del problema.....	3
1.1.5 Determinación del tema.....	5
1.2 Objetivos .....	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos específicos.....	5
1.3 Justificación.....	7
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO REFERENCIAL</b>	
2.1 Marco Teórico .....	8
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	8
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	24
2.1.3 Fundamentación.....	24
2.2 Marco Legal .....	27
2.3 Marco Conceptual.....	30
2.4 Hipótesis y Variables.....	32
2.4.1 Hipótesis General.....	32
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	32
2.4.3 Declaración de Variables.....	32
2.4.4 Operacionalización de Variables.....	34

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1	Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general .....	35
3.2	La población y la Muestra.....	36
3.2.1	Características de la población.....	36
3.2.2	Delimitación de la población.....	36
3.2.3	Proceso de selección.....	36
3.2.4	Tamaño de la muestra.....	36
3.2.5	Proceso de selección.....	37
3.3	Métodos y Técnicas .....	38
3.4	Tratamiento estadístico de la información.....	39

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1	Análisis de la Situación Actual .....	40
4.1.1	Encuestas.....	41
4.2	Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas.....	53
4.3	Resultados .....	54
4.4	Verificación de Hipótesis .....	55

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

5.1	Tema.....	56
5.2	Fundamentación.....	56
5.3	Justificación.....	58
5.4	Objetivos.....	59
5.4.1	Objetivo General de la propuesta.....	59
5.4.2	Objetivos Específicos de la propuesta.....	59
5.5	Ubicación.....	59
5.6	Factibilidad.....	60
5.6.1	Factibilidad Administrativa.....	60
5.6.2	Factibilidad social.....	60
5.6.3	Factibilidad Económica.....	61

5.6.3 Factibilidad Legal.....	61
5.6.3 Factibilidad Ambiental.....	61
5.7 Descripción de la propuesta.....	61
5.7.1 Actividades.....	79
5.7.2 Recursos y Análisis.....	80
5.7.3 Impacto.....	94
5.7.4 Cronograma.....	94
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	95
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>96</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>97</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>98</b>
<b>LINKOGRAFÍA.....</b>	<b>99</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>100</b>
Anexo 1: Árbol del Problema.....	101
Anexo 2: Matriz.....	102
Anexo 3: Modelo de la Encuesta.....	103
Anexo 4: ISHIKAWA .....	107
Anexo 5: Plagiarism Checker.....	108

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b>	
Principales Mercados Emisores Para Ecuador.....	14
<b>Cuadro 2.</b>	
Ingresos en el mundo. (Año 2012).....	17
<b>Cuadro 3.</b>	
Llegada-Gastos Turísticos.....	17
<b>Cuadro 4.</b>	
Registro de visitantes nacionales y extranjeros.....	21
<b>Cuadro 5.</b>	
Descripción de variables.....	34
<b>Cuadro 6.</b>	
Estadística de las personas con poder adquisitivo .....	37
<b>Cuadro 7.</b>	
Incidencia de proyectos turísticos.....	41
<b>Cuadro 8.</b>	
Desarrollo socioeconómico local.....	42
<b>Cuadro 9.</b>	
Preferencias de los clientes.....	43
<b>Cuadro 10.</b>	
Medios de búsqueda.....	43
<b>Cuadro 11.</b>	
Ausencia de infraestructura.....	45
<b>Cuadro 12.</b>	
Actividades más importantes del centro.....	46
<b>Cuadro 13.</b>	
Beneficios para los habitantes del Cantón .....	47
<b>Cuadro 14.</b>	
Implementación de nuevos negocios.....	48
<b>Cuadro 15.</b>	
La creación de este centro provocara.....	49

<b>Cuadro 16.</b>	
Conocimiento sobre la calidad de los centros turísticos actuales.....	50
<b>Cuadro 17.</b>	
Inseguridad afecta al turismo en el Cantón.....	51
<b>Cuadro 18.</b>	
Preferencias sobre las instalaciones y actividades.....	52
<b>Cuadro 19.</b>	
Verificación de la hipótesis.....	55
<b>Cuadro 20.</b>	
Matriz FODA del centro turístico.....	69
<b>Cuadro 21.</b>	
Matriz FOFA – DODA del centro turístico.....	70
<b>Cuadro 22.</b>	
Precios de los servicios que ofrecerá la empresa.....	74
<b>Cuadro 23.</b>	
Estudio Técnico.....	80
<b>Cuadro 24.</b>	
Costos Directos.....	81
<b>Cuadro 25.</b>	
Insumos Directos.....	81
<b>Cuadro 26.</b>	
Insumos Indirectos.....	81
<b>Cuadro 27.</b>	
Gastos Generales.....	82
<b>Cuadro 28.</b>	
Activos Fijos.....	83
<b>Cuadro 29.</b>	
Capital de Trabajo .....	83

<b>Cuadro 30.</b>	
Inversión del proyecto .....	83
<b>Cuadro 31.</b>	
Depreciación Anual.....	84
<b>Cuadro 32.</b>	
Financiamiento del proyecto .....	84
<b>Cuadro 33.</b>	
Inversión del proyecto .....	84
<b>Cuadro 34.</b>	
Amortización datos.....	85
<b>Cuadro 35.</b>	
Amortización de Activos.....	86
<b>Cuadro 36.</b>	
Estado de resultados proyectado.....	87
<b>Cuadro 37.</b>	
Balance General.....	88
<b>Cuadro 38.</b>	
Flujo de Efectivo Proyectado .....	89
<b>Cuadro 39.</b>	
Evaluación del Proyecto .....	90
<b>Cuadro 40.</b>	
Programa de Proyectos .....	91
<b>Cuadro 41.</b>	
Detalle General.....	92
<b>Cuadro 42.</b>	
Cronograma de Actividades.....	93

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b>	
Incidencia de proyectos turísticos.....	41
<b>Gráfico 2.</b>	
Desarrollo socioeconómico local.....	42
<b>Gráfico 3.</b>	
Preferencias de los clientes.....	43
<b>Gráfico 4.</b>	
Medios de búsqueda.....	44
<b>Gráfico 5.</b>	
Ausencia de infraestructura.....	45
<b>Gráfico 6.</b>	
Actividades más importantes del centro.....	46
<b>Gráfico 7.</b>	
Beneficios para los habitantes del Cantón .....	47
<b>Gráfico 8.</b>	
Implementación de nuevos negocios.....	48
<b>Gráfico 9.</b>	
La creación del centro provocara.....	49
<b>Gráfico 10.</b>	
Conocimiento sobre la calidad de los centros turísticos actuales.....	50
<b>Gráfico 11.</b>	
Inseguridad afecta al turismo en el Cantón.....	51
<b>Gráfico 12.</b>	
Preferencias sobre las instalaciones y actividades.....	52

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	
Mapa de ubicación del centro turístico .....	60
<b>Figura 2.</b>	
Organigrama estructural del centro turístico.....	65
<b>Figura 3.</b>	
Organigrama funcional del centro turístico .....	66
<b>Figura 4.</b>	
Piscinas del centro turístico .....	71
<b>Figura 5.</b>	
Restaurante del centro turístico .....	71
<b>Figura 6.</b>	
Canchas deportivas del centro turístico.....	72
<b>Figura 7.</b>	
Ambiente del centro turístico.....	73
<b>Figura 8.</b>	
Logo del centro Turístico .....	73
<b>Figura 9.</b>	
Tríptico del centro turístico.....	75
<b>Figura 10.</b>	
Tríptico lado 2 del centro turístico .....	76
<b>Figura 11.</b>	
Tarjeta de presentación del centro turístico .....	77
<b>Figura 12.</b>	
Análisis de las 5 fuerzas de Michael Potter.....	79

## RESUMEN

El estudio de investigación se realizó sobre la factibilidad de crear un Centro Turístico, ubicado en la vía Naranjito – Bucay recinto San Enrique. La escasa atención brindada por parte de las autoridades municipales hacia el desarrollo socioeconómico del cantón ha contribuido al retraso del mismo, motivo por el cual ha generado desmotivación en las personas que realizan proyectos para la comunidad, lo que conlleva a que se pierda el interés de visitar las zonas turísticas con las que cuenta este cantón. El turismo no tiene época precisa de inicio puesto que por diversas situaciones las personas se han visto en la necesidad de acudir a otros lugares para distraerse, divertirse y pasar un momento ameno en familia. El propósito del estudio contribuir al desarrollo socioeconómico y cultural de nuestro cantón. En el marco metodológico se determinó que la población corresponde a personas entre 15 a 64 años de edad para establecer la muestra. Las encuestas fueron dirigidas al rango de edad antes expuesto. Los datos recolectados fueron tabulados y analizados posteriormente, donde se pudo apreciar que si es factible la creación de un Centro Turístico, debido al crecimiento poblacional existente, esto beneficiará al cantón, ya que tendrá mayor afluencia de turistas, a sus habitantes porque generará nuevas fuentes de empleo y apertura de nuevos negocios, lo cual quiere decir que, contribuirá al crecimiento económico turístico local. Se llegó a la conclusión que la demanda de este servicio en la ciudad de Naranjito, comprende la calidad en los servicios que se brinden, a precios cómodos y la infraestructura adecuada de las instalaciones del centro turístico.

## **ABSTRACT**

The research study was conducted on the feasibility of creating a tourist center, located on the road Naranjito - San Enrique Bucay enclosure. The scant attention given by local authorities to the socioeconomic development of the canton has contributed to the delay of it, why has generated motivation in the people doing community projects, which leads to losing the interest of visit the tourist areas that comprise this county. Tourism has no precise start time for various situations since people have seen the need to go elsewhere to get distracted, fun and have a fun time with the family. The purpose of the study contribute to the economic and cultural development of our county. In the methodological framework was determined that the population consisted of people between 15-64 years of age for the sample set. Surveys were addressed to the above age range. The collected data were tabulated and analyzed later, where it was observed that if feasible the creation of a Resort, existing due to population growth, this will benefit the canton, as you will have more tourists, its residents because it will generate new sources employment and new businesses opening, which means that economic growth will contribute to local tourism. It concluded that the demand for this service in the city of Naranjito, comprising the quality of the services provide, at affordable prices and adequate infrastructure facilities of the resort.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es medio de desarrollo sostenible en el Ecuador, como fenómeno social tiene un gran impacto en el crecimiento social y cultural de un pueblo, tanto aquel que exporta turismo, como el que lo recibe.

Tiene como objetivo analizar las necesidades de los habitantes, ya que actualmente no cuenta con el espacio adecuado para el desarrollo de diversas actividades como: básquet, natación, entre otras y también existe escasez de recreaciones infantiles, por ende la creación del mismo contribuirá con el progreso del mencionado Cantón para darle mayor prestigio y reconocimiento a nivel nacional.

En este proyecto se adapta a la política y lineamiento del Plan del buen vivir:

**Política 7.3.** Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades culturales, recreativas y deportivas.

- a) Incrementar y mejorar espacios públicos formales y no formales para la práctica y desarrollo de actividades físicas, recreativas y culturales.
- b) Crear espacios de encuentro y práctica de actividades físicas y deporte para personas con necesidades especiales como las de la tercera edad y con discapacidades, entre otras.
- c) Democratizar las infraestructuras públicas recreativas y culturales.
- d) Generar condiciones integrales para la práctica de la actividad física y el deporte: infraestructura adecuada, escenarios deportivos, implementación deportiva, medicina del deporte, capacitación e investigación.
- e) Generar condiciones integrales para la práctica, uso, difusión y creación de las actividades y producciones artísticas, que cuente con infraestructura adecuada, seguridades, capacitación e investigación. El presente proyecto se enfoca a las diferentes necesidades que tienen los pobladores del Cantón Naranjito debido a que

no hay lugares de esparcimiento y diversión que llene las expectativas de los habitantes, también tiene mucho que ver la poca atención por parte del municipio, el cual no tiene interés en invertir en el mismo, que contribuyan al mejoramiento del turismo en dicho Cantón.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. Problematización**

El cantón Naranjito es una población muy antigua perteneciente a la República del Ecuador, el 21 de junio de 1873 fue creada como parroquia rural del cantón Yaguachi, al que perteneció hasta el 17 de septiembre de 1913, al crearse el cantón Milagro, Naranjito pasó a pertenecer a esa nueva jurisprudencia.

La historia de Naranjito está plagada de episodios heroicos ocurridos durante la Revolución Liberal, y en 1912, ocurrió uno de más sangrientos combates entre los ejércitos revolucionarios alfaristas y los gobernantes del Gral. Leónidas Plaza Gutiérrez. Finalmente Naranjito fue cantonizado el 5 de octubre de 1972 expedito por el gobierno del Gral. Guillermo Rodríguez Lara y el 15 de Diciembre de ese mismo año Barraganetal paso hacer parroquia rural del Cantón Naranjito.

En la actualidad se observa que Naranjito después de su cantonización sus administradores no han contribuido al desarrollo socioeconómico del Cantón existiendo una diversidad de problemas que impiden que tenga un nivel de crecimiento, lo cual ha creado desmotivación en las personas que realizan proyectos para la comunidad y esto conlleva a que pierdan el interés de visitar las zonas turísticas de este Cantón.

La delincuencia es otro punto importante la cual provoca la ausencia de turismo y de ingresos económicos para los habitantes de este cantón, generando inseguridad e inconformidad para los turistas, los más afectados con todo esto son las familias ya que no pueden pasar un momento agradable y ameno con sus seres queridos.

El descuido hacia el medio ambiente, ha traído como consecuencia la contaminación del agua del río el chorrón por los residuos líquidos y el mal uso del tratamiento de basura, afectando directamente al sector turístico. Esto ha generado una imagen negativa no solo para el cantón sino también para las zonas rurales.

### **1.1.2. Delimitación del problema**

**Campo:** Licenciatura en turismo e Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría

**Área:** Turística

**Aspecto:** Creación de un Centro Turístico

**Espacio:** Naranjito

**Tiempo:** 2010 – 2013.

### **1.1.3. Formulación del problema**

¿Cómo afecta la falta de proyectos turísticos con el nivel de desarrollo socioeconómico del cantón Naranjito?

### **1.1.4. Sistematización del problema**

1. ¿Cómo afecta la falta de proyectos para desarrollar el turismo en el Cantón Naranjito?
2. ¿Qué tan importante es la creación de un centro turístico, para la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad?
3. ¿De qué manera la delincuencia está afectando al sector turístico en el Cantón Naranjito?
4. ¿De qué manera la calidad prestada por los centros turísticos afecta a que los turistas busquen otros lugares para pasar un momento confortable?

5. ¿Por qué el poco interés de los Gobiernos municipales en contribuir al desarrollo turístico del cantón?
6. ¿De manera la deficiente infraestructura provoca la ausencia de turismo en el cantón Naranjito?

#### **1.1.5. Determinación del Tema**

Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro Turístico en el Cantón Naranjito.

### **1.2. OBJETIVOS**

#### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar una investigación de campo, mediante técnicas y procedimientos adecuados, para demostrar si la creación de un centro turístico es factible en la ciudad de Naranjito, mediante la utilización de herramientas que permitan medir su rendimiento y factibilidad, para mejorar el desarrollo económico de esta ciudad.

#### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar cómo afecta la falta de proyectos para desarrollar el turismo, en la ciudad de Naranjito.
- Estimar qué importancia tiene la creación de un centro turístico, para la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad.
- Analizar de qué manera la delincuencia está afectando al sector turístico en el Cantón Naranjito.
- Identificar de qué manera la calidad prestada por los centros turísticos afecta a que los turistas busquen otros lugares para pasar un momento de confort.

- Identificar por qué el Gobierno Municipal del cantón Naranjito tiene poco interés en contribuir al desarrollo turístico.
- Determinar los problemas por los cuales hay deficiente infraestructura que provoca la ausencia de turismo en el cantón Naranjito.

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

### **1.3.1. Justificación de la Investigación**

En todo Cantón deben existir centros recreacionales los cuales permitan el desarrollo socioeconómico de la población, sin embargo ese no es el caso del Cantón Naranjito. El bajo rendimiento de los centros turísticos es uno de los problemas importantes que está atravesando su población, debido a que no cuenta con un buen servicio, juegos recreacionales, capacitación al personal de trabajo, falta de seguridad en los sitios turísticos, vías en mal acceso, poco interés por parte del municipio, provocando así que los turistas no tengan interés en visitar los centros turísticos.

Se procedió a buscar toda la información suficiente y necesaria para identificar los factores que originan este problema el mismo que se ha convertido en un obstáculo para el desarrollo socioeconómico del Cantón.

Los centros recreacionales del Cantón Naranjito y sus zonas aledañas no han logrado satisfacer las necesidades de los turistas durante sus visitas, los cuales no se encuentran ubicados en un lugar estratégicos, ya que todos cuentan con piscinas pero no ofrecen otra variedad de servicios, esto ocasiona un malestar para los visitantes.

Para el desarrollo del proyecto se pondrá en práctica técnicas y herramientas administrativas, una de ellas es el factor clave e inicial que conlleva al éxito del mismo, esto es llevar a cabo un estudio de mercado en conjunto con una serie de investigaciones.

A partir de la observación del impacto en el turismo como factor del incremento de nuestra provincia, se podrá medir el nivel de crecimiento del cantón promoviendo el desarrollo comercial y con ello fortalecer el buen vivir para ciudadanía Naranjiteña.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

El inicio del turismo no tiene época precisa puesto que “desde los orígenes del hombre, este se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos a distintas razones: caza, religión, comercio, ocio, guerra” (Organización Mundial de Turismo [OMT],1998,p.9). Sin embargo fue hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas.

Diferentes aspectos fueron incrementando la accesibilidad de esta actividad como la aparición del avión de pasajeros después de la segunda guerra mundial, la baja del precio del petróleo, la aparición de vacaciones pagadas, el aumento de tiempo libre en países industrializados, el desarrollo de las telecomunicaciones y de los medios de transporte, y el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales (OMT 1998).

Por la complejidad y la importancia del turismo en el mundo, se necesita definirlo para comprenderlo mejor (Hudman y Hawkins, 1989). Según la OMT (1994), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante su viaje y estancia en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

Las actividades turísticas es un movimiento temporal de personas hacia destinos distintos de sus lugares normales de trabajo y residencia, de manera que implica

tanto las actividades emprendidas durante su estancia en esos destinos, como las facilidades creadas para satisfacer sus necesidades (Mathieson y Wal 1990). en otra definición se dice que es una composición de actividades, servicio o industrias que contribuyen en la experiencia de viajes para individuos o grupos que viajan fuera de casa (Mc Intosh y Goeldner, 1986). “Estudiar el turismo es analizar a la gente fuera del habitat usual, a los establecimientos que respondan a los requerimientos de los viajeros y a la repercusiones que tienen en el bienestar económico. Físico y social de sus anfitriones “ (Mathienson y Wall 1990,p.9).

El turismo trae consecuencia a los habitantes del destino, tanto positiva como negativa (Mc Intosh y Goeldner, 1986). los aspecto en que pueden llegar a causar impacto en el turismo es el económico, ambiental, social y cultural, y más específicamente desplazamiento de gente, crimen, prostitución, drogadicción, cambios en el lenguaje nativo, enfermedades, redefinición de estructura social, entre otros (Gartner, 1996)

### **Antecedentes del turismo en el mundo**

El turismo tal y como lo conocemos hoy día sólo apareció en el siglo XIX. En aquella época, era reservado para una élite de la burguesía, puesto que las leyes regulando el trabajo no incluían vacaciones para los trabajadores, que tenían que laborar todos los días, hasta los domingos. Por eso las posibilidades para irse de vacaciones eran muy restringidas para la gran mayoría de los ciudadanos.

En 1936, la ayuda por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) del Convenio 52 sobre las vacaciones pagadas marcó el punto de salida del turismo social. El principio de ese acuerdo también se encuentra en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en la cual se afirma que «toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la persistencia del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.

Por eso se puede decir que el turismo social nació de un requerimiento ético reivindicado por militantes cuya legitimidad se basa en un derecho, el derecho al

turismo, que es una continuación natural del derecho al trabajo, al descanso y a las vacaciones pagadas.

Sin embargo, algunos historiadores piensan que el turismo social habría empezado algunas décadas antes, con la creación de colonias de vacaciones para niños desfavorecidos (esta actividad luego fue reconocida por su interés instructivo, y se amplió su campo de acción a todas las clases sociales) y con la aparición de hospedajes juveniles a principios del siglo XX.

El sistema de acampadas y de posadas en casas privadas también apareció a finales del siglo XIX. En esa época, la gran mayoría de las infraestructuras turísticas concernían al sector privado, que sean organizaciones que tienen por objetivo favorecer el acceso al turismo para una franja de localidad más amplia, o empresas comerciales.

Sólo fue al final de la segunda guerra mundial cuando surgieron en algunos países políticas sociales del turismo, como la ayuda a la piedra (ayuda a la construcción, restauración y modernización de equipos e infraestructuras) y la ayuda a la persona (medidas que permiten facilitar ir de vacaciones). Muchas asociaciones también vieron la luz, bajo los auspicios de sindicatos, grupos de familias, comités de empresa, etc. Todas tenían como objetivo alcanzar un desarrollo y un desarrollo del turismo social. En este contexto, unos años más tarde, en 1963, se fundó el Buró Internacional del Turismo Social (BITS) cuyo mayor precursor, Arthur Haulot, garantizó durante largos años el fomento y el desarrollo del turismo social a nivel mundial.<sup>1</sup>

Según los datos preliminares del censo de población y vivienda realizado en el 2010, la población del Ecuador alcanzó los 14.306,876 habitantes, y se calcula que la densidad demográfica es de 55.80 habitantes por kilómetro cuadrado. El Ecuador bordea una tasa de crecimiento demográfica inter censal anual de 1.52% de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

---

<sup>1</sup> OITS: Turismo Social, <http://www.bits-int.org/es/index.php?menu=1>  
Origen del Turismo Social, <http://www.bits-int.org/es/index.php?menu=1> , extraído el 20 de Mayo.

### **Datos Geográficos de Naranjito:**

El cantón Naranjito forma parte de la Provincia del Guayas y se encuentra ubicada al noreste de la ciudad de Guayaquil, geográficamente en la subregión cálida, ardiente y húmeda de la región litoral o costa ecuatoriana.

Registra una altura de 36 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura de 26.3 grados centígrados, Naranjito con relación a la ciudad de Guayaquil se encuentra ubicado a 50.5 km. y a 395.8 km. de la ciudad de Quito

### **Distribución Geográfica.**

Naranjito tiene una población estable de 37.186 habitantes en total, siendo la urbana de 25.182 y la rural de 7.781 (según proyecciones de la población al 2012 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

### **Rutas de acceso a Naranjito:**

Sus vías de acceso están asfaltadas en buenas condiciones, las siguientes cooperativas tienen este destino: Marcelino Maridueña, CITIM y Flota Pelileo, el viaje dura una hora desde Guayaquil.

### **Ambiente Económico**

Su suelo es generalmente plano, con ligeras ondulaciones. Los principales ríos son el Milagro y el Chimbo al Norte y Sur, respectivamente. Su clima es ardiente, cálido y húmedo, con abundantes lluvias en la época de invierno, lo que influye en la riqueza agrícola de cultivos como el banano, caña de azúcar, café, yuca, maíz, maderas, y frutas tropicales como naranjas, mandarinas, piñas, maracuyá etc.

Existe una variada fauna tanto en haciendas como en sus montañas. Hay industrias derivadas de la producción de caña de azúcar. Se fabrica panela, miel, guarapo, aguardiente. Los hábiles ebanistas construyen camas, sillas, guardarropas, y otros artículos en finas maderas como guayacán, laurel, chanul, pechiche, amarillo, etc.

La mayor producción de Naranjito es la caña de Azúcar que se la vende a los ingenios Valdez y San Carlos, le sigue en importancia el banano con 50.000 cajas a

la semana. Tiene una gran producción de piña, cacao, maíz, yuca, café y frutas tropicales.

### **Cultivo y Producción**

El Cantón Naranjito por ser una zona agrícola, posee una gran variedad de producción los mismos que sirven tanto para exportación así mismo como para el consumo interno. El 56% de producción lo constituye cultivo permanente como caña de azúcar, café, cacao. Banano, piñas, etc., mientras que el 14% de la producción lo conforman los huertos mixtos, los mismos que sirven para el sustento diario de la población.<sup>2</sup>

### **El turismo en el Ecuador**

“Ecuador es un país con territorio comprimido, ubicado en el noroeste de América del Sur, pero en él la diversidad de climas, de sistemas ecológicos y de paisajes es asombrosa. Pocas naciones pueden procurar a tan corta distancia encantadores tan diversos: Las Ciudades patrimonio de la humanidad Quito y Cuenca; selvas misteriosas; nieves eternas; playas infinitas; miles de ríos y lagos; gente amable y hospitalaria; culturas patrimoniales; sitios para la aventura; islas encantadas; todos los climas del mundo; géneros milenarias; en fin los sueños del turista hechos realidad.

El ferrocarril también es uno de los atractivos turísticos que es calificado como “el proyecto liberal definitivo en el Ecuador”, ya que es un atractivo de la mayor parte de los turistas ajenos.

Es apreciado uno de los 17 países donde la tierra ha concentrado su biodiversidad. Cuenta con alrededor de 25 áreas naturales protegidas por el Estado y vastas selvas en los que habitan cerca de 1.640 géneros de pájaros, 4.500 mariposas, 345 de reptiles, 358 de anfibios y 258 de mamíferos, entre otras. Es un magnifico destino natural, tiene a su haber tres Dominios Naturales de la Humanidad: El Parque

---

<sup>2</sup> La Prefectura Guayas: Naranjito, <http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjito>.  
Gobierno Provincial, Naranjito, <http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjito>.

Nacional Galápagos, La Reserva Marina de Galápagos y el Parque Nacional Sangay y Tres reservas de la biosfera, expuestas por la UNESCO: Parques Nacionales de Zumaco, Yasuní y Galápagos, lugares mágicos llenos de cuentos, donde los guías en muchos de los casos son los propios oriundos.

Atractivos Naturales, históricos, arquitectónicos y culturales muestran una inmensa riqueza turística que es aprovechada por visitantes nacionales y extranjeros en medio de la amabilidad de sus habitantes.

Han sido las agencias de viajes y luego las empresas operadoras de turismo, las organizaciones que hicieron posible el avance y desarrollo de la industria turística en el país, esto es desde los años 40.

El 10 de julio de 1964, se creó la Corporación de Turismo – Cetituris -. Con la presencia de esta corporación se logró un relativo avance en cuanto a planes de promoción turística con lo que fueron más frecuentes los encuentros de empresarios nacionales y extranjeros dedicados al turismo.

Ocho años más tarde, en 1972 nace la Dirección Nacional de Turismo adscrita al Ministerio de Recursos Naturales. Después pasó a depender del Ministerio de Industrias, Comercio e Integración.

El 20 de junio de 1989, durante el gobierno del Doctor Rodrigo Borja, Dituris se transforma en CETUR- Corporación Ecuatoriana de Turismo- inicialmente adscrita a la Presidencia de la República. Por la importancia que empezó a tener este sector se creó el Ministerio de Turismo en el año de 1992 en el Gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén el cual en la actualidad es el organismo máximo de la actividad turística, le corresponde planificar, fomentar, normar, incentivar y facilitar el establecimiento, organización, funcionamiento y calidad de los establecimientos que prestan servicios en actividades turísticas.

## LOS MERCADOS TRADICIONALES

### Procedencia de los turistas que visitan el Ecuador

Según los datos estadísticos de 2005 al 2012 (ver Tabla 3) la mayor cantidad de turistas que visitan el Ecuador provienen de Estados Unidos, Colombia y Perú en lo que se refiere a América; y de los países de Europa: Alemania, España y Francia. Siendo los países de América nuestro mercado tradicional más importante con un 76.15% para el 2012 como se muestra en la siguiente tabla.

**Cuadro 1.** Principales Mercados Emisores Para Ecuador

**Año: 2012**

<b>PAISES</b>	<b>Turistas</b>	<b>%</b>
<b>AMERICA</b>	<b>463.733</b>	<b>76,15</b>
<i>Estados Unidos</i>	<i>159.132</i>	<i>26,13</i>
<i>Colombia</i>	<i>154.451</i>	<i>25,36</i>
<i>Perú</i>	<i>57.975</i>	<i>9,52</i>
<b>EUROPA</b>	<b>129.409</b>	<b>21,25</b>
<i>Alemania</i>	<i>23.141</i>	<i>3,80</i>
<i>España</i>	<i>18.361</i>	<i>3,02</i>
<i>Francia</i>	<i>17.843</i>	<i>2,93</i>
<b>ASIA/AFRICA/OCEANI</b>	<b>15.841</b>	<b>2,60</b>
<b>TOTAL</b>	<b>608.983</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Dirección Nacional de Migración

### Turismo en la Región Sierra

Atendida por once provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo de los Tsachila, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja. Entre montañas nevadas, cálidos valles, y cambiados paisajes, hallamos la región sierra, intermedia entre La Amazonia y La Costa; ponchos, sombreros, atuendos bajos de lana, entre otros son los típicos trajes de esta región.

Formada por dos vínculos montañosas, la cordillera occidental y oriental, que con sus cumbres nevadas, forman la Cordillera de los Andes, esta región se caracteriza por la figura de 35 volcanes, que la atraviesan de norte a sur, de los cuales 8 son considerados potencialmente activos y poseen nieves perennes, de entre estos se

destacan: el majestuoso Chimborazo, de 6310 m.s.n.m, de altura, considerado el nevado más alto del Ecuador, cuya cima es el lugar del mundo más próximo al sol, luego tenemos el Cotopaxi de 5897m.s.n.m, calificado como uno de los más activos del mundo, el Cayambe de 5790 m.s.n.m, el Antisana de 5704 m.s.n.m. entre otros.

La presencia de los Andes y la latitud paralelo 0° determinan un mosaico climático con varios pisos ecológicos, desde el páramo hasta zonas tropicales en esta región es donde se registra el 46% de la población y en un recorrido por ella usted podrá encontrar una composición entre valles, páramos, mercados indígenas, lagunas, ciudades coloniales, con sus templos, plazas y arquitectura, que mantienen la cultura de nuestros pueblos.

### **Turismo en la Región Costa**

En el Litoral Ecuatoriano se encuentran 6 de las 22 provincias del país: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena, Los Ríos y El Oro. De norte a sur enseña hermosas playas, fértiles sabanas y monumentos arqueológicos que demuestran el establecimiento de culturas precolombinas milenarias como Valdivia, Chorrera, La tolita, y Manteña.

La presencia de la población Afro-Ecuatoriana y el poder deleitarse con la mejor comida de la región, producto de su patrimonio marino, hacen de la visita del turista a la Costa, un paseo ciertamente placentero.

### **Turismo en la Región Amazónica**

Verde, frondosa, perpetua, fértil, misteriosa, entre ríos ondeantes con grandes Boas. Las provincias que la conforman son Sucumbíos, Francisco de Orellana, Napo, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.

El murmullo de la selva, la voz de ese mundo exótico, donde el nativo, el colono y el visitante sienten a Dios más cerca. Entre la abundancia de su suelo, el gemir de sus aguas y la pureza de su aire, miles de seres animales y vegetales dan gracias por su presencia.

Selva y aventura son dos palabras que excitan, que incitan visitarla, que llaman la atención del potencial turista. Nuevas son las tendencias hacia una naturaleza plena, al deleite de la vida y las emociones y a explorar ese mundo incógnito, lleno de magia y sorpresas.

La Amazonía, es uno de los espacios que ofrece encantadores lugares con extensa vegetación y fauna, abre sus puertas a quienes deseen apreciar el encanto de la selva ecuatoriana.

### **Turismo en la Región Galápagos**

A 1000 Km del recorrido de la costa continental del Ecuador, está el Archipiélago de Galápagos un mundo mágico, surgido de las profundidades del mar, producto de un proceso volcánico que aún no concluye y que gracias a su aislamiento desarrollaron un ecosistema propio, con especies de reptiles, aves, mamíferos y peces que no habitan en ninguna parte del mundo.

Ahora usted podrá descubrir este paraíso natural, pensar los secretos de la evolución en su hábitat natural. Las famosas Islas la constituyen 13 Islas principales que tienen una superficie mayor a 5 kilómetros cuadrados, 6 Islotes de aprox. 1.5 kilómetros cuadrados y más de 40 rocas que sobresalen de la extensión del océano.”

### **Influencia de turismo en el desarrollo Económico**

El turismo es una industria en crecimiento y por lo tanto es altamente atractiva para el desarrollo económico con la gran diferencia de que esta no contamina como algunas y más bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en el que se desarrolla.

**Cuadro 2.** Ingresos en el mundo. (Año 2012)

<b>Actividades</b>	<b>Ingresos US \$</b>
<i>Turismo</i>	533.000'000.000
<i>Automotriz</i>	525.000'000.000
<i>Químicos</i>	503'000.000.000
<i>Alimentos</i>	443'000.000.000
<i>Combustibles</i>	344'000.000.000
<i>Computadora</i>	399'000.000.000
<i>s Textiles</i>	331'000.000.000

**Fuente:** Organización Mundial del Turismo

**Cuadro 3.** Llegada-Gastos Turísticos

**Año 2012 (En miles de dólares)**

<b>País</b>	<b>Llegada de Turistas</b>	<b>Gasto Turístico</b>
<i>Francia</i>	75'000.000	37'500.000
<i>España</i>	60'000.000	40'000.000
<i>E.E.U.U</i>	53'000.000	93'000.000
<i>Italia</i>	39'300.000	32'000.000
<i>China</i>	30'000.000	16'500.000
<i>Reino Unido</i>	29'000.000	25'000.000
<i>Canadá</i>	19'600.000	15'000.000
<i>México</i>	19'450.000	12'800.000
<i>República Dominicana</i>		
<i>Cuba</i>		

**Fuente:** OMT (Organización Mundial de Turismo)

La calidad de turismo que brinde un país se basa en los atractivos, servicios y seguridad que el mismo ofrezca, además toda inversión que se dé en este sector será beneficiosa para el país siempre y cuando no exista o se trate de evitar la sobre explotación y contaminación de áreas naturales.

El sector turismo ha tenido un desarrollo sostenido que permite que el Ecuador sea atractivo para la inversión extranjera y nacional.

### **Justificación Económica del Turismo**

Muchos países en desarrollo ven el turismo en general como una alternativa. Este auge del turismo universal coincide con la necesidad de muchos países latinoamericanos de buscar fuentes financieras para mejorar sus precarias situaciones económicas.

En este sentido, la expansión del turismo se mide porque:

- Es una industria en aumento y por tanto altamente atrayente para el desarrollo económico
- Va al encuentro del productor y es un mercado relativamente carente de normas proteccionistas (las compañías internacionales pueden operar libremente)
- Contribuye a impulsar las economías nacionales, ya que es un receptor de divisas extranjeras y mejora la balanza de pagos;
- Diversifica la economía extendiendo el sector de servicios, lo cual genera empleo.

### **Ingresos relacionados con el Turismo y su importancia en la Economía.**

Como podemos ver(Tabla 3), los ingresos por Turismo son de US \$483.000 miles de dólares que representan el 8.18% de las exportaciones para el año 2012, este porcentaje ha ido aumentando a través de los años, llegando a ocupar en el año 2011 y 2012 el quinto y el cuarto puesto respectivamente dentro de los principales productos de exportación.

### **Efectos en la Economía Local (Impacto Económico del Turismo)**

La economía local solo se beneficiará si los gastos producidos por el turismo son reinvertidos en la región; por ejemplo, si una hostería contrata gente local, utiliza

materiales de construcción y mano de obra de la zona y compra productos alimenticios que produce la zona, vende artesanías o manualidades hechas en el lugar. Los efectos multiplicadores serán altos. Por el contrario, si utiliza recursos, bienes e implementos importados son los que producen un aumento considerable de “fuga” y deja pocos beneficios económicos tangibles en la región.

### **Balanza Turística**

En la última década el incremento de la Balanza ha sido significativa, los ingresos por turismo reflejados en la cuenta viajes de la Balanza de Servicios registran un incremento de 17.86% en relación del periodo 2010 - 2012, manteniendo el País una Balanza Positiva en US \$72 millones de dólares; mientras que en el periodo 2009 - 2010 se dio un incremento de 17.20% con una Balanza positiva en US \$103 millones de dólares.

En lo que se refiere al ingreso de divisas del país en el año 2012, en su rubro viajes registra US \$ 430 millones de dólares, lo que significa un incremento cercano al 7% con relación al año 2011, quedando una balanza positiva de US \$90 millones de dólares.

### **Formas de Turismo**

**Turismo Interno:** Es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia.

**Turismo Receptor:** Es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia.

**Turismo Emisor:** Es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia.

**Turismo Interior:** Es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia.

**Turismo Nacional:** visitantes residentes realizan turismo dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

## **Motivos de desplazamiento de los Turistas**

Esta clasificación, que puede utilizarse tanto para turismo internacional como interno, tiene por objetivo calcular los segmentos clave de la demanda turística con fines de planificación, promoción y comercialización según Las Naciones Unidas en sus Directrices provisionales sobre estadísticas del turismo internacional.

### **Clasificación del motivo de la visita (o viaje) por divisiones, para turismo receptor, emisor e interno**

#### Divisiones

1. Ocio, recreo y vacaciones
2. Visitas a parientes y amigos
3. Negocios y motivos profesionales
4. Tratamiento de salud
5. Religión / peregrinaciones
6. Otros motivos.

## **Demanda Potencial**

Para hallar nuestros posibles clientes nos hemos basado en las Áreas Naturales del Ecuador más visitadas y que llevan un registro de los visitantes nacionales y extranjeros que ingresan anualmente a estos lugares, para lo cual sacamos un promedio por lugar de los 5 últimos años (2007 – 2011) donde el promedio de visitantes sería de 47.424 por lugar al año, lo que quiere decir que nuestra posible demanda sería de 47.424 visitantes anuales.

Se ha tomado estas cifras como referenciales ya que no existen datos más completos del turismo interno del Ecuador.

**Cuadro 4.** Registro de visitantes nacionales y extranjeros a las áreas naturales del Ecuador

AREAS NATURALES	2007		2008		2009		2010		2011	
	NAC.	EXT.								
<i>Parque Nacional Cajas</i>	2,690	3,400	2,650	2,630	4,035	4,157	1,642	3,379	1,865	2,056
<i>Parque Nacional Cotopaxi</i>	29,668	19,577	29,983	21,506	31,912	24,170	30,477	22,257	28,478	21,348
<i>Parque Nacional Galapagos</i>	16,113	45,782	13,979	48,830	14,440	50,351	12,602	53,469	15,031	56,536
<i>Parque Nacional Machalilla</i>	19,931	7,407	16,041	5,512	6,374	4,287	11,702	7,121	23,532	7,337
<i>Parque Nacional Podocarpus</i>	714	384	761	428	1,166	532	1,990	339	2,404	557
<i>Parque Nacional Sangay</i>	633	1,821	656	1,696	409	1,782	406	1,531	120	253
<i>Parque Nacional Yasuní</i>	67	91	72	50	64	59	10	82	42	88
<i>Reserva Biol. Limoncocha</i>	91	19	167	113	159	33	340	26	236	45
<i>Reserva Ecológica El Angel</i>	531	120	42	102	412	465	606	305	827	466
<i>Reserva Ecológica Cayambe-Coca</i>	1,007	544	726	236	1,674	24	276	202	1,093	135
<i>Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas</i>	81,563	25,035	78,679	24,112	92,746	26,804	70,108	24,198	75,298	25,591
<i>Reserva Ecológica Manglares Churute</i>	634	94	948	160	750	67	732	85	1,053	103
<i>Reserva Ecológica Los Illinizas</i>									82	101
<i>Reserva Geobotánica Pululahua</i>	4,427	169	5,583	291	5,559	261	4,126	45	4,592	125
<i>Reserva Faunística Cuyabeno</i>	1,994	4,953	1,239	4,410	1,716	4,692	1,319	5,193	1,448	5,420
<i>Reserva Producción Fauna Chimboraz</i>	76	74	82	73	105	33	3,921	3,940	4,037	4,938
<i>Refugio de vida silvestre Pasochoa</i>			10,002	1,577	11,901	1,823	10,049	1,777	16,533	2,018
<i>Area de Recreación El Boliche</i>	23,736	820	30,940	1,021	18,934	482			8,226	123
<b>TOTAL</b>	<b>183,875</b>	<b>110,290</b>	<b>192,550</b>	<b>112,747</b>	<b>192,356</b>	<b>120,022</b>	<b>150,306</b>	<b>123,949</b>	<b>184,897</b>	<b>127,240</b>

Fuente: Ministerio de Turismo

## **Públicos**

**Financieros.** Los accionistas, banco que concede el crédito. Serían quienes presionan para que el proyecto tenga un flujo de fondos acorde a sus requerimientos de capital.

**Ciudadanía.-** Crucial es la buena relación con ellos. Por esto la administración proyectara hacia ellos una imagen de solidaridad participando en actividades como auspiciar eventos deportivos

**Personal interno.** Se les dará continuamente capacitación al empleado para una mejor atención al cliente, de esta manera involucrándolo con la misión de la empresa.

## **COMPETENCIA**

### **Centros Turísticos en el Cantón Naranjito**

#### **Matilde Ester:**

Gran parte del por qué es que Naranjito se conoce a nivel nacional es el de sus parajes campestres, completamente naturales y sin presencia de intervención alguna, entre los mayores sitios de congregación turística, está el sector de Matilde Esther, que se caracteriza por ser un estuario natural de inmensa belleza.

Lo que más agrada a los turistas, tanto nacionales como extranjeros, es la tranquilidad de las aguas, en realidad es un lago de poca profundidad, alrededor de 1 metro de profundidad en más del 70% de todo el sitio, la claridad de sus aguas es muy agradable, siendo excelente para las tardes de unión familiar.

Está situado hacia el este de Naranjito, a alrededor de 8 Km por la autopista que va a Bucay, y son 3Km por camino secundario hasta el sitio, después de pasar por el recinto del mismo nombre, se recomienda hacer las compras de lo que sea

necesario en el recinto o en el mismo Naranjito, ya que por las características del sitio no existe ningún comercio instalado en el río. Muchas personas acostumbran llevar alimentos preparados, y algunos aprovechan llevando sus propios asadores para preparar la comida allí mismo. Como experiencia es muy tranquilizante, la naturaleza y el aislamiento del conflictivo mundo en estos días son muy apreciados.

### **Piscinas san José:**

Este hermoso lugar se encuentra ubicado en el recinto Rocafuerte se puede llegar a este sitio por medio de un bus de transporte perteneciente a la ciudad de Naranjito, transporte CITIM que pasa por este lugar, cuenta con cabañas en las que usted puede llevar su parrilla y prepara sus alimentos, poner su hamaca y disfrutar de un delicioso descanso, también cuenta con un bar en el que se vende de todo desde un seco de pollo hasta una cerveza

El agua con la que estas piscinas son llenadas, es natural debido a que los propietarios de este lugar tiene un ducto en el que entra y sale el agua no es necesario cambiarla debido a que el cauce es natural como que fuese el mismo río, si usted desea puede bañarse en la piscina o el mismo río que está al lado.

Este lugar funciona los días sábados y domingos para cuando usted desee regresar simplemente tiene que esperar aquí el retorno del bus que pasa por allí mismo para que pueda regresar a la ciudad que pertenece, los precios son económicos tanto para las piscinas como para la comida

### **Sugerencias para los turistas:**

El costo de transporte es de 1.00 dólar bus pasajeros, valor de ingreso 0,50 centavos de dólar niños, 1,00 adultos, valor comida 1,25.

Es importante recalcar que si usted mismo va a preparar sus alimentos llevar todo cuanto sea necesario ya que aquí no va a encontrar agua potable ni tiendas en las que usted pueda realizar las compras que necesite, algo mas si usted para llegar a este lugar lo hizo en el bus de pasajeros recuerde que este retorna a la ciudad en 2 horas.

## **Complejo Turístico la Esperanza**

Complejo Turístico La Esperanza, se encuentra vía Naranjito - Bucay, este lugar cuenta con varias piscinas tanto para niños como para adultos, juegos infantiles, cabañas, toboganes, baños, cancha, etc. Es un precioso lugar para pasar entre familia y amigos, también en varias ocasiones presentan artista, grupos de baile, realizan también campeonatos de fútbol a nivel provincial y cantonal. No esperes más visita uno de los lugares turísticos de la ciudad de Naranjito.

Sugerencias para los turistas:

El costo de transporte es de 0.50 centavos de dólar si es de Naranjito hasta este lugar, valor de ingreso 0,50 centavos de dólar niños, 1,00 adultos, valor comida está entre 1,00 dólar hasta 2,00 dólares (papas fritas, carnes en palito, arroz con menestra y carne asada, secos de pollo entre otros).

Este lugar se encuentra vía Bucay a pocos pasos del pontazgo.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

Revisando las páginas de la UNEMI, se ha encontrado un trabajo similar de la unidad académica de ciencias administrativas y comerciales con el siguiente tema: "Creación de Hostería y Centro Recreacional".

La presente investigación se relaciona a esta tesis de grado, porque se hace referencia al desarrollo económico y social del cantón Naranjito al incorporar el centro turístico.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Origen del turismo:**

Es posible que el interés por viajar sea tan antiguo como el hombre. La necesidad de obtener alimentos, bienes y conocimiento, seguramente ha motivado al ser humano para viajar, colonizar y vivir todo el planeta. Actualmente el interés o demanda turística tiene origen en la necesidad de ocupar el período de ocio en los servicios

que oferta el sector: playas, hoteles, campings, estatuas, eventos festivos, ciudades de vacaciones, restaurantes, etc.

La actividad turística se ha manifestado también en otras épocas históricas, aunque con menor cooperación económica. Los juegos olímpicos célebres en Grecia, el termalismo romano, los circos, las vías romanas, etc. han sido importantes eventos que han estimulado los viajes y desplazamientos.

### **Evolución:**

En la Edad Media, dominada por el movimiento religioso, los desplazamientos estuvieron evidentes por la peregrinación, que indirectamente implicaba otros servicios suplementarios como el alojamiento, comercio, aventura y hospitalarios.

En el Renacimiento, con interés por el comienzo de libertades y recuperación de la cultura clásica, los desplazamientos se desarrollan entorno a los grandes hallazgos geográficos y grandes viajes (Colón, Marco Polo,...), exaltaciones religiosas: Camino de Santiago, Peregrinación a la Meca y primeras Universidades.

A partir del siglo XVII se van juntando nuevas motivaciones: Viajes formativos: grand tour de los aristócratas ingleses, la red de mensajeros del rey, el desempeño de los baños termales, visitas a monumentos y paisajismo.

En el siglo XIX, el adelanto del transporte (barco, ferrocarril), la medicina, y los acuerdos internacionales, han inducido los viajes. La actividad turística se ha manifestados en el turismo residencial, el paisajismo, el esquí y deportes de nieve, el trabajo de las playas del norte de España al principio y las del mediterráneo y canarias después. Se conocía de un turismo selectivo para viajeros con alto poder adquisitivo y la oferta mundial se presentaba en ciudades significativas (Roma, Venecia, Mallorca. . .) que estaban dotadas de hoteles.

En el siglo XX el turismo se desarrolla a partir de mediados de siglo. En la primera mitad le afectó categóricamente las Guerras Mundiales y la Gran Depresión. El progreso de la aviación, tren, barco y especialmente del automóvil (turismo y autocar) unido al progreso económico, la seguridad, estado de bienestar,

condiciones de trabajo estable, días de vacaciones pagados, etc. produce el estallo del turismo de masas.

La explosión de la demanda hizo reanudar a la oferta apareciendo las grandes cadenas hoteleras, habitaciones, campings, tour opera tours, viajes organizados, cruceros, etc. El turismo de masas aporta nuevas incitaciones y características respecto del anterior: estacionalidad, viajes internacionales, exploración de sol y playa, desplazamiento a zonas cálidas, reunión en la costa y aglomeración, entre otras.

### **Las modalidades del turismo:**

Son diversas. Sin embargo, una de las más importantes por su espesor y por el aporte en divisas que muestra es la de congresos y convenciones. Más tarde, con la evolución natural del turismo este tipo de hecho se hizo más común, aunque aún no se le daba la importancia correspondida. A mediados de este siglo se crean los lugares específicos para celebrar tales reuniones. En Europa se fundaron los Palacios de Congresos, que en defensa de sus intereses crearon los centros nacionales y más tarde se acoplaron en la Fédération Europe en des Villes des Congrès.

### **Importancia:**

La importancia del turismo se basa en dos pilares fundamentales que son:

- El primero es tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que se genera en el país o región donde se realiza.
- El otro pilar lo podemos denominar sociocultural. Pues el ser humano a través del turismo puede conocer otras culturas, otras formas de vivir, otros ambientes y otras sociedades.

### **Actualidad:**

El turismo es hoy en día una de las actividades más importantes para el desarrollo de un país o región. Entendiendo como turismo aquellas actividades que nos

permitan conocer o disfrutar de un lugar en el cual no vivimos.

Actualmente también existen diferentes tipos de turismo como; el turismo cultural, el de aventura, el de relajación, el de entretenimiento. Así también hay diferentes tipos de personas que realizan turismo como; turismo de jóvenes, de las familias, de los amigos, de tercera edad, de parejas, entre otros.

## **2.2 Marco legal**

“Según en el art. 3 de la ley de turismo vigente en Ecuador.- Son primicias 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 ocupación y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para estimular y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el progreso de los servicios públicos básicos para certificar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La preservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación urbana indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, resguardando su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Según en el Art. 5 de la ley de turismo vigente en Ecuador.- Se consideran actividades turísticas las desenvueltas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo tradicional a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica especialmente al turismo; inclusive el

transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de carros para este propósito;

d) Operación, cuando las agencias de viajes abastezcan su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y creadoras de eventos, congresos y convenciones; y,

f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y jardines de atracciones estables.

Según en el Art. 19 de la ley de turismo vigente en Ecuador - El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las clases oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto consignará las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

Según en el Art. 26 de la ley de turismo vigente en Ecuador.- Las personas naturales o jurídicas que muestren proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

a) Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de extensión 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 mostrar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón pertinente, caso contrario la municipalidad conveniente 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 Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para emplear, la exoneración contemplada en el presente artículo;

- b) Exoneración total de los tributos que graven el traspaso de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuyo propósito 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 alcanza los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tridente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del pertinente contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se origine a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.
- c) Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán instituir líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el apropiado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Según en el Art. 52 de la ley de turismo vigente en Ecuador.- Para efectos de esta Ley, se instituyen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a) Amonestación escrita, en caso de fallas leves;
- b) Ubicación en la lista de empresarios quebrantados, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,
- c) Multas, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida. Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no presten la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios. Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que infrinjan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o quebranten las instrucciones de esta Ley y sus reglamentos. En caso de reincidencia la multa impuesta podrá reproducirse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante mandato dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma contigua cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber derivado las autorizaciones a las que se refiere esta Ley. Igualmente dispondrá la clausura cuando se repita en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.”

### **2.3 Marco conceptual**

**Actividades turísticas:** Son las que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio y otros motivos.

**Turismo:** Es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Atractivos turísticos:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento.

**Cadena Hoteleras:** Es un conjunto de empresas o de hoteles agrupados, en forma de concentración horizontal, con distintas fórmulas de propiedad y de gestión cuya finalidad es la de obtener una mayor rentabilidad, una situación de poder, control y prestigio en el mercado nacional e internacional.

**Camping:** Es la actividad humana que consiste en colocar una vivienda temporal ya sea portátil o improvisada en un lugar con el fin de habitarla.

**Centro Ecológico y Turístico:** Son lugares que por sus atractivos naturales, cuidado del medio ambiente y por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.

**Destino:** Es una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado.

**Escenarios naturales:** Que tiene lugar naturaleza, nativo, sin intervención muy notable.

**Escisión:** Rompimiento.

**Industria turística:** Puede definirse como el conjunto de unidades productoras cuya actividad consiste en la elaboración de bienes y servicios relacionados con el turismo.

**Marketing Turístico:** Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor. Constituye la política y la demanda con la preparación de producto turístico para su venta con la distribución del mismo, con la satisfacción óptima de necesidades de segmentos determinados de consumidores.

**Modalidad:** Modo de ser o de manifestarse algo.

**Mosaico:** Obra taraceada de vidrios o piedras, generalmente de varios colores.

**Promoción turística:** Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

**Recreación:** Son actividades que realiza una persona sin ningún lucro.

**Sitios:** Las localizaciones naturales, culturales o recreativos, en un pequeño ámbito que se registran para la conservación.

**Tour Operadoras:** Son propietarios, en mayor o menor medida, de las compañías aéreas de tráfico chárter y de una parte importante de los establecimientos hoteleros en todos los destinos vacacionales del planeta.

## **2.4 Hipótesis y variables**

### **2.4.1 Hipótesis General.**

La falta de un centro turístico incidirá en el nivel desarrollo socioeconómico del Cantón Naranjito.

### **2.4.2 Hipótesis particulares**

- La falta de proyectos turísticos en el Cantón Naranjito, la afectará para el desarrollo de la actividad turística.
- La creación de un centro turístico será importante, para la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad.
- La falta de seguridad en el Cantón Naranjito, la afectará al sector turístico.
- Será necesario ofrecer un servicio diferenciado en el Cantón Naranjito.
- La falta de ayuda del Gobierno Municipal del cantón Naranjito, contribuirá al desarrollo turístico.
- La falta de infraestructura del Cantón Naranjito, influirá al turismo.

### **2.4.3 Declaración de Variables**

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| ✓ Desarrollo económico | ✓ Nuevos negocios     |
| ✓ Actividad turística  | ✓ Promoción turística |

- ✓ Servicio
- ✓ Análisis del entorno
  - Innovación
  - Sitios turísticos.
  - Emprendimiento
  - Estrategias  
promocionales.
  - Calidad
  - Instrumentos de  
investigación

## 2.4.4 Operacionalización de las Variables

**Cuadro 5.** Descripción de variables

<b>VARIABLES DEPENDIENTES</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
Desarrollo económico	Progreso en el ámbito social y el bienestar de la población.	Encuesta
Actividad turística	Son las que realizan las personas durante sus viajes o estancias temporales en lugares distintos a su entorno habitual.	Encuesta
Nuevos negocios	Desarrollo de ideas que ayudan a obtener dinero.	Encuesta
Promoción turística	Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.	Encuesta
Análisis del entorno	Se refiere a las acciones que se lleven a cabo dentro de la empresa.	Encuesta
Servicio	Conjunto de actividades que se realizan para poder satisfacer las necesidades del cliente	Encuesta
<b>VARIABLES INDEPENDIENTES</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
Innovación	Creación o modificación de algún producto y su introducción al mercado.	Encuesta
Sitios Turísticos	Localizaciones naturales, culturales o recreativas, en un pequeño ámbito que se registran para la conservación.	Encuesta
Emprendimiento	Es aprovechar las oportunidades económicas, y sociales de una empresa.	Encuesta
Estrategias promocionales	Son técnicas o métodos que se aplican para llamar la atención del cliente.	Encuestas
Instrumentos de investigación	Son las herramientas que se aplican para obtener información.	Encuesta
Calidad	Conjunto de propiedades esenciales que se puede comparar con cualquier otra cosa de su misma especie y que tiene la capacidad de satisfacer necesidades.	Encuesta

**Fuente:** Johanna Silva y Cristhian Oleas.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

**Aplicada:**

Se considera aplicada, por la cual se ha venido investigando diferentes empresas ya existentes en el mercado

**Exploratoria:**

Esta se realizará de forma exploratoria con el fin de analizar antecedentes documentales que sirvan de bases para indagar y buscar alternativas de apoyo al Turismo y cumplir con los objetivos de la investigación y así promocionarlo como una alternativa de desarrollo económico, logrando a su vez fomentar la conservación del medio ambiente en el Cantón Naranjito.

**Campo:**

La estrategia que realizaremos será de campo, por conseguir la información para realizar este documento, nuestra mayor fuente ha sido la contribución de las personas que habitan en el Cantón Naranjito.

Para la elaboración de este proyecto se ha considerado varios tipos de investigación según sus áreas de influencia.

**Según los medios para obtener los datos**

**Bibliográfica**

Es la etapa de la investigación en donde se explora que se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema. Este tipo de investigación es fundamental en todo proyecto ya que como bien sabemos todo tiene historia en el

universo, y la indagación permite apoyar la investigación a través de investigaciones ya realizadas.

### **3.2 Población y muestra**

#### **3.2.1 Características de la población**

La población del cantón Naranjito es de menor tamaño que la ciudad y dedicada principalmente a actividades económicas propias del sector primario, ligadas a las características físicas y los recursos naturales de su entorno (agrícola, ganadero, forestal).

La rusticidad como condición de los pueblos y sus habitantes (ciudadanos y campesinos) frente a la urbanidad o condición de las ciudades y los suyos (urbanos o ciudadanos), ha sido un tópico cultural y literario desde antiguo, y la diferenciación de las características objetivas y subjetivas de pueblos y ciudades ha sido tratada por diferentes ciencias sociales.

#### **3.2.2 Delimitación de la población**

La delimitación de la población del proyecto corresponde a personas entre 15 a 64 años de edad, quienes cuentan con un poder adquisitivo, ya que en las zonas rurales desde pequeños comienzan a laborar en la actividad agrícola, las cuales tienen experiencia acorde al tema que permiten visualizar la importancia que le da el turismo como otra forma de distracción.

#### **3.2.3 Tipo de muestra**

Es el procedimiento de la probabilidad de selección de muestras más sencillo y acreditado, no obstante, en la práctica es difícil de realizar debido a que solicita de un marco muestral y en muchos casos no es posible obtenerlo. Puede ser ventajoso cuando las poblaciones son pequeñas y por lo tanto, se cuenta con listados. Cuando las poblaciones son grandes, se selecciona el muestreo en etapas. Se maneja ampliamente en los estudios experimentales, además, de ser un procedimiento

básico como componente de métodos más complejos (muestreo estratificado y en etapas).

Se caracteriza por que concede la misma posibilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población. Para él calculo muestral, se solicita de: El tamaño poblacional, si ésta es finita, del error admisible y de la estimación de la varianza.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

La población del cantón Naranjito, según el último censo de Población y Vivienda, realizado por el INEC está compuesto por 18.123 mujeres y 19.063 hombres, lo que nos da como resultado un total de 37.186 habitantes.

**Cuadro 6.:** Estadística de las personas con poder adquisitivo

RANGO DE EDADES	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE	P. ENCUESTAR
De 15 a 24 años	7.051	31%	116
De 25 a 34 años	5.734	25%	94
De 35 a 44 años	4.491	19%	74
De 45 a 64 años	5.759	25%	95
<b>TOTAL</b>	<b>23.035</b>	<b>100%</b>	<b>378</b>

Elaborado por: Johanna Silva y Cristhian Oleas

Se ha considerado a las personas de 15 a 64 años, para establecer una muestra que nos arrojaran información de utilidad para nuestra investigación, se ha empleado la siguiente fórmula:

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

Siendo:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Posibilidad de que ocurra un evento, p= 0,5

q= Posibilidad de que no ocurriese un evento, q= 0,5

E= Error, se considera el 5% E= 0,05

Z= Nivel de confianza 95%, Z= 1,96

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$
$$n = \frac{(23.035)(0,5)(0,5)}{\frac{(23.035-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{(23.035)(0,25)}{\frac{(23.035)(0,0025)}{3,8416} + (0,25)}$$
$$n = \frac{5.759}{\frac{57,59}{3,8416} + (0,25)}$$
$$n = \frac{5.759}{15,2411}$$
$$n = 378$$

### 3.2.5 Proceso de selección

Para efecto de un levantamiento de información altamente confiable y que permita obtener datos consistentes, se considera encuestar a una parte representativa de la población que aporte información útil, conformada por los pequeños y medianos agricultores de los recintos del cantón Naranjito.

### 3.3 Los métodos y las técnicas

#### Técnicas e Instrumentos de investigación

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio de **encuesta**, utilizando un formato bien elaborado y preguntas bien estructuradas, destinadas a los habitantes del Cantón Naranjito, así determinaremos sus puntos de vista, sus sugerencias, sus expectativas y necesidades con respecto a la falta de atractivos turísticos en la localidad.

### **3.4 El tratamiento estadístico de la información**

Para obtener la información, recopilamos los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas, los cuales pasan por un proceso estadístico para la transformación de la información.

El tratamiento estadística es llevado a cabo a través de la herramienta de Microsoft office Excel, en cual se realiza la tabulación y se elaboración de los gráficos o pasteles de presentación.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 Análisis de la situación actual**

En la actualidad las personas que gustan de los viajes o recorridos, han optado por nuevas ideas de las actividades que pueden plasmar en sus tiempos de ocio, las mismas que establecen un servicio de calidad y contacto directo con la naturaleza.

El Ecuador se está entornando un lugar muy atractivo para el turismo no solo local sino internacional, por sus proyectos y el progreso de algunas ciudades que se dedican al turismo.

En el Cantón de Naranjito aun no es una plaza comercial en la cual se haya desarrollado el turismo. Sin embargo, es una ciudad pequeña pero conocida por ser comercial y por el carisma de sus habitantes. También podemos indicar que con el nuevo paso del tren por el centro de la ciudad, los turistas que utilizan este servicio van a ir conociendo un poco más acerca de nuestro cantón, para lo cual se estima que aportará prósperamente al desarrollo turístico de Naranjito.

Con esta expectativa y con el apoyo de una buena promoción, se origina la propuesta de la creación de un centro turístico de Naranjito, esperando que tenga buena acogida. Además, de la investigación que se realiza a través de las encuestas realizadas, las mismas que buscan por medio de la información obtenida se podrá ofrecer el servicio deseado por los posibles consumidores del servicio.

#### 4.1.1 Encuestas

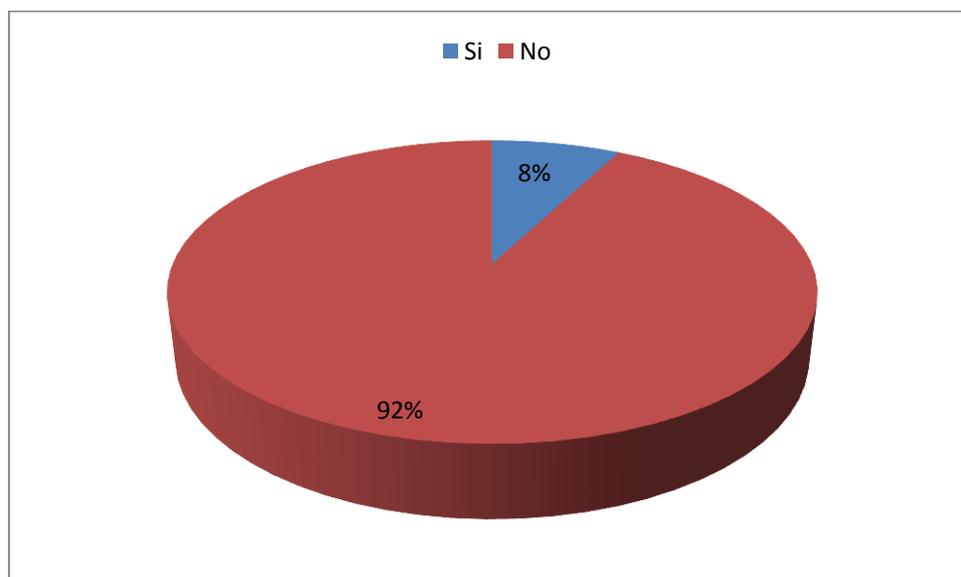
1. ¿Cree usted que la falta de proyectos turísticos incide en la creación de estos centros?

**Cuadro 7.** Incidencia de proyectos turísticos.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	28	8%
No	350	92%
	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 1:** Incidencia de proyectos turísticos.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

#### **Análisis:**

El 92% de la población piensa que la falta de proyectos turístico en la ciudad de Naranjito ha incidido para que no se den este tipo de proyectos en la ciudad, también por la desmotivación del turismo en la ciudad. Mientras que el 8% no está de acuerdo con esto, es por esto que motivó a realizar este trabajo que tendrá mucha importancia para personas que deseen invertir en estos proyectos.

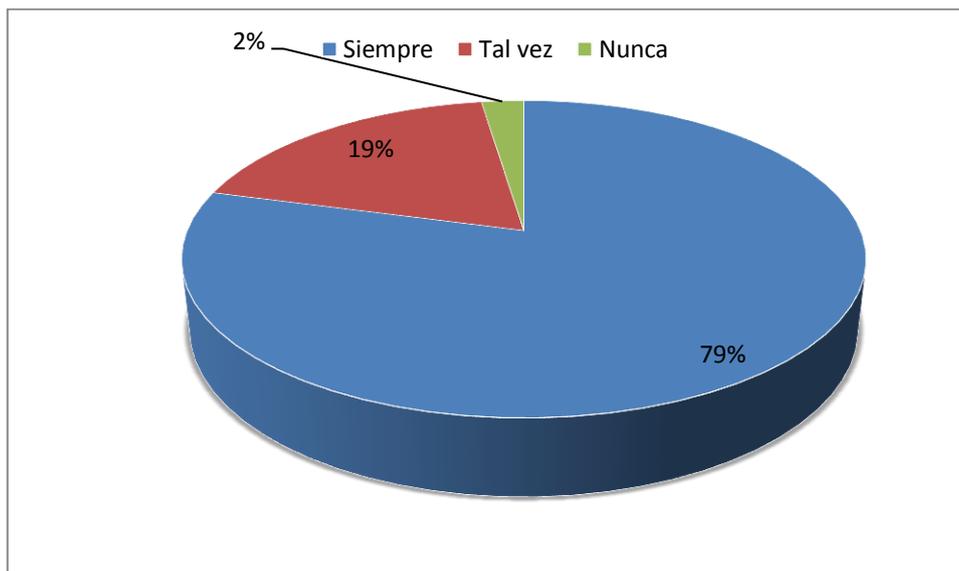
**2. ¿Considera usted que al abrir un centro turístico en ciudad de Naranjito ayudaría al desarrollo socioeconómico local?**

**Cuadro 8.1** Desarrollo socioeconómico local

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	300	79%
Tal vez	70	19%
Nunca	8	2%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 2.2** Desarrollo socioeconómico local



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Análisis:**

El 79% de los encuestados piensan que la creación de un centro turístico en la ciudad de Naranjito apoyará al desarrollo socioeconómico local, y que a la vez este generará nuevas fuentes de trabajos y apertura de nuevos negocios. Mientras que el 19% de los encuestas respondieron que no tanto para la ciudad que solo existirá el desarrollo de sus propietarios y el 2% opinaron que no ayudaría.

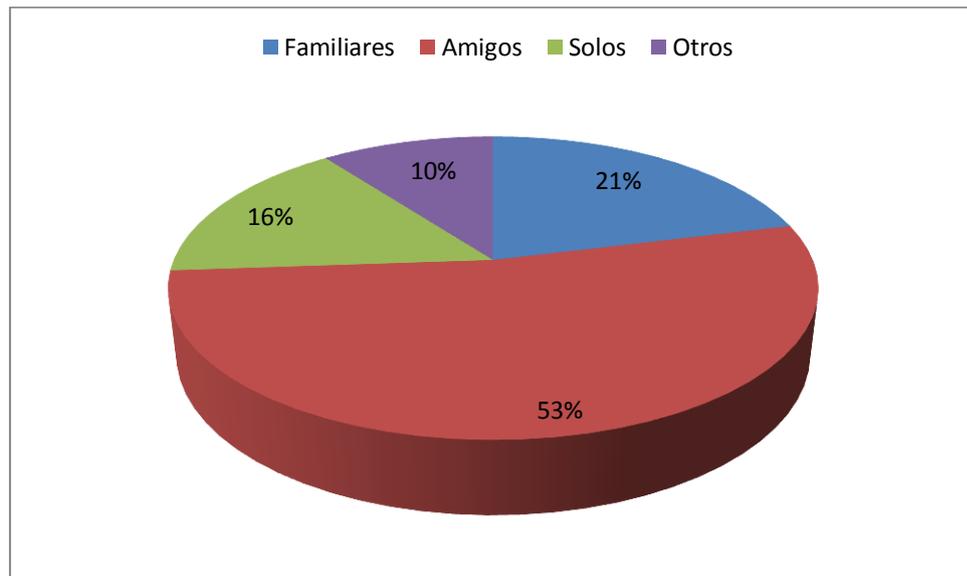
### 3. ¿Con quién suele realizar sus viajes o actividades de recreación?

**Cuadro 9.3** Preferencias de los clientes.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Familiares	80	21%
Amigos	200	53%
Solos	60	16%
Otros	38	10%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 3.** Preferencias de los clientes.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

#### **Análisis:**

El 53% de las personas encuestados indicaron que acuden a estos centros en grupo de amigos a realizar actividades recreativas, mientras que el 21% deciden acudir con sus familiares, solos 16% y otros un 10%, lo cual nos da la aceptación y difusión que tendrá este proyecto en el momento de realizarlo.

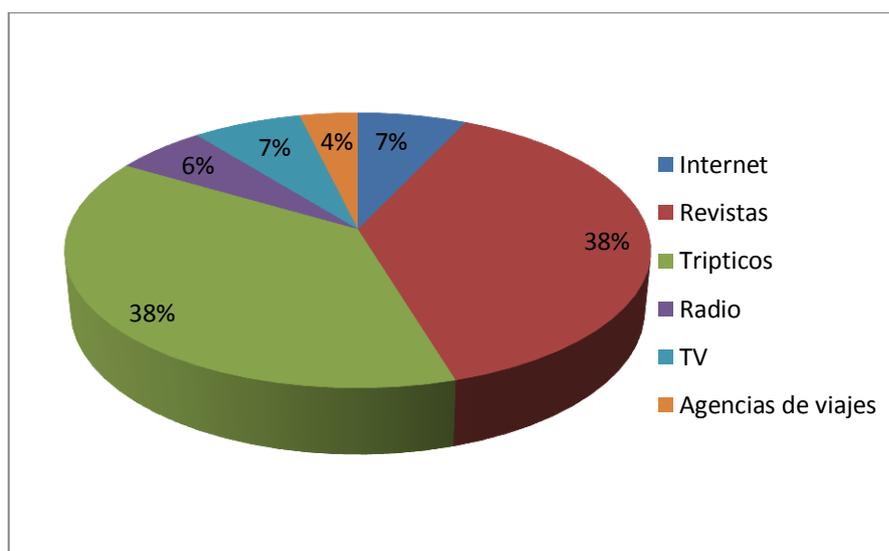
#### 4. ¿Cuáles son los medios que utiliza para encontrar el destino turístico?

**Cuadro 10.** Medios de búsqueda.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Internet	30	7%
Revistas	165	35%
Trípticos	164	41%
Radio	25	7%
TV	30	6%
Agencias de viajes	16	4%
	<b>430</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 4.** Medios de búsqueda.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

#### **Análisis:**

El 38% de los encuestados consideran las revistas y trípticos como los utilizados para decidir donde pasear o pasar un momento agradable con su familia, el 7% creen que son importantes el internet y la tv para poder tener una mejor visualización del lugar, el 6% el radio, y el 4% agencia de viajes. Esto nos indica que el medio que utilizaremos para dar a conocer el centro turístico es a través de trípticos y revistas

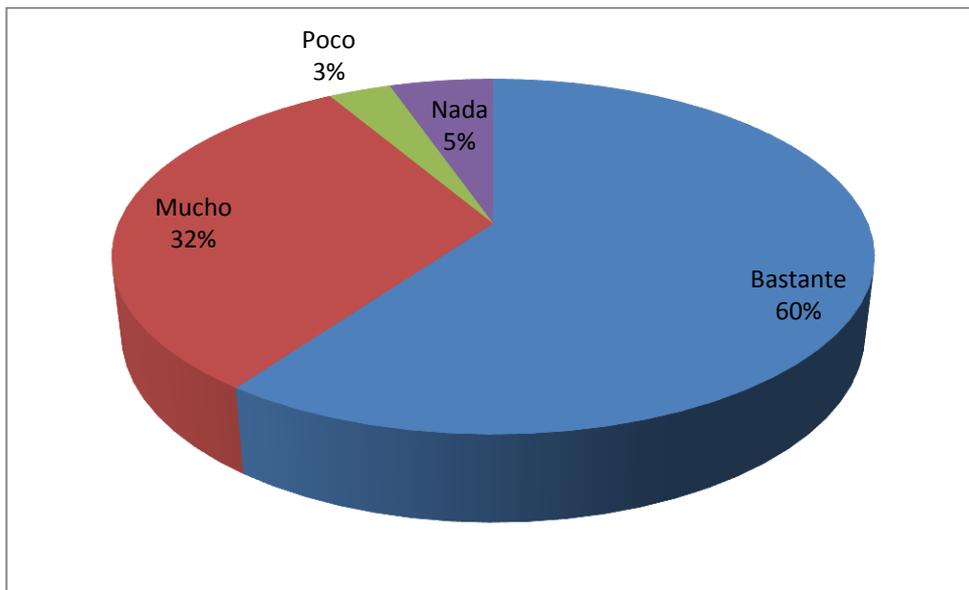
**5. ¿De qué manera afecta el grado de ausencia de infraestructura turística en el Cantón Naranjito?**

**Cuadro 11.** Ausencia de infraestructura.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Bastante	227	60%
Mucho	120	32%
Poco	12	3%
Nada	19	5%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 5.** Ausencia de infraestructura.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Análisis:**

Los 60% de los encuestados consideran que la ausencia de infraestructura afecta bastante para que el turista no visite dichos centro turístico, el 32% de los encuestados opinan que si afecta mucho, el 3% poco y el 5% nada. Que quiere decir que la infraestructura es la carta de presentación para dichos centros turísticos.

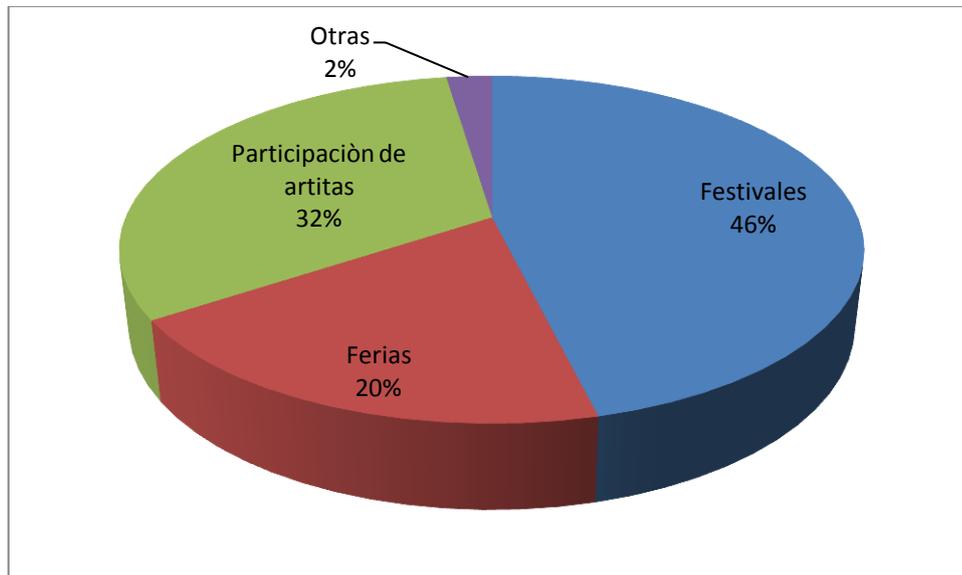
**6. ¿Qué tipo de actividades cree usted que puede realizar en un Centro Turístico?**

**Cuadro 12.** Actividades más importantes del centro.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
<b>Festivales</b>	175	46%
<b>Ferias</b>	74	20%
<b>Participación de artistas</b>	121	32%
<b>Otras</b>	8	2%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 6.** Actividades más importantes del centro.



**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Análisis:**

El 46% de los encuestados manifestaron que ellos concurren a los centros turísticos es por los festivales que realizan ahí, mientras que el 32% de los encuestados opinan que la participación de artistas puede impulsar o dar a conocer dicho centro, el 20% para ferias y el 2% otras actividades, esto nos da una pauta que nuestro proyecto tendrá gran participación de festivales y de la participación de artistas.

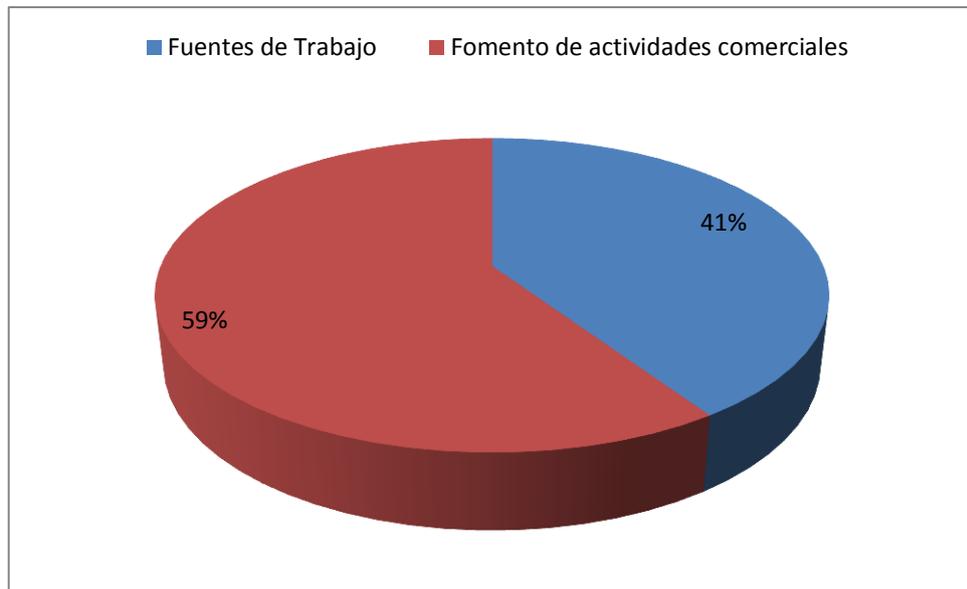
**7. ¿Qué beneficios considera usted que generará la creación de un Complejo Turístico para los habitantes del Cantón?**

**Cuadro 13.** Beneficios para los habitantes del Cantón.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Fuentes de Trabajo	154	46%
Fomento de actividades comerciales	224	20%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 7.** Beneficios para los habitantes del Cantón.



**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Análisis:**

El 59% de las personas encuestadas manifiestan que al implementar este centro turístico ayudara a fomentar las actividades económicas, y el 41% de los encuestados opinan que la segunda opción también es muy importante. Esto quiere decir que es importante que se implemente este proyecto en el Cantón Naranjito lo cual fomentara en el desarrollo comercial.

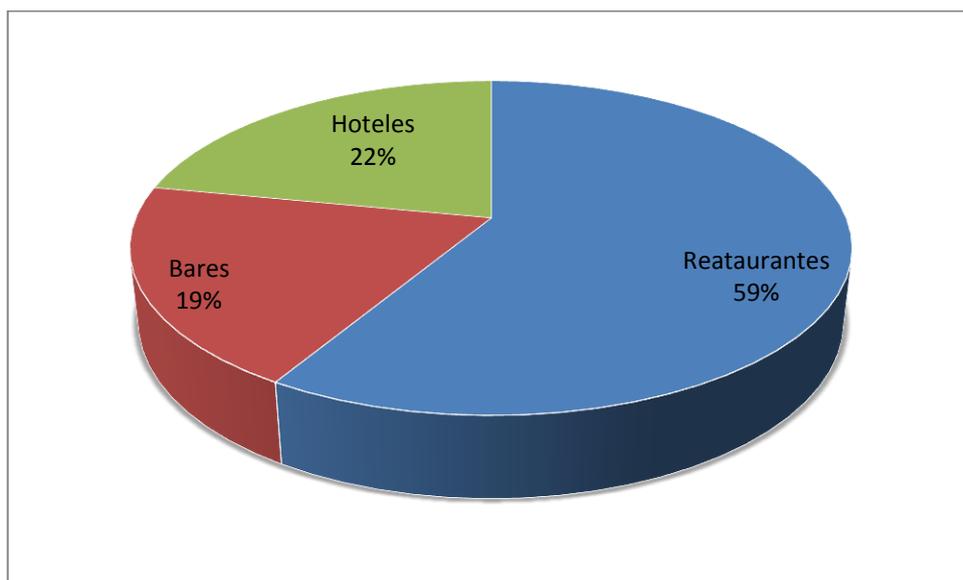
**8. ¿Qué tipo de negocios se abrirían con el desarrollo de la actividad turística?**

**Cuadro 14.** Implementación de nuevos negocios.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Restaurantes	222	59%
Bares	74	19%
Hoteles	82	22%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 8.** Implementación de nuevos negocios.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Análisis:**

El 59% de las personas encuestadas indicaron que el mayor incremento comercial será el de los restaurantes, el 22% de los encuestados opinan que los hoteles son importantes, el cual es necesario para la infraestructura turística, y el 19% de los encuestados opinan que con la creación de bares es considerable para estos proyectos.

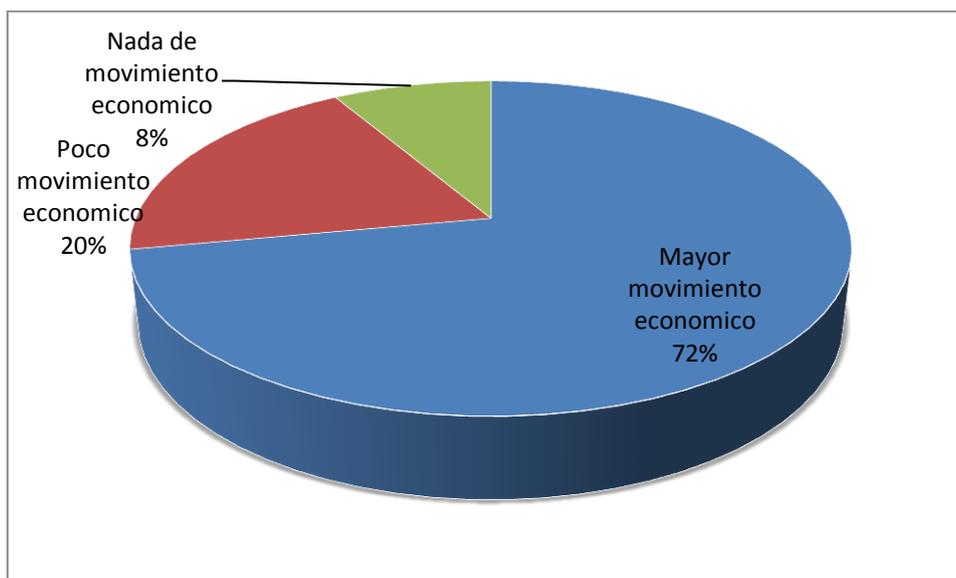
## 9. ¿Qué provocaría la creación de un centro turístico en el cantón Naranjito?

**Cuadro 15.** La creación de este centro provocara.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Mayor movimiento económico	273	72%
Poco movimiento económico	74	20%
Nada de movimiento económico	31	8%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 9:** La creación de este centro provocara.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

### Análisis:

El 72% de las personas encuestadas manifiestan que la creación del centro turístico provocara mayor movimiento económico para la ciudad, el otro 20% opinan que traerá poco movimiento económico y el 8% nada. Esto nos da a conocer que la implementación de este centro turístico lo cual contribuirá al desarrollo comercial de las personas que habitan en esta localidad.

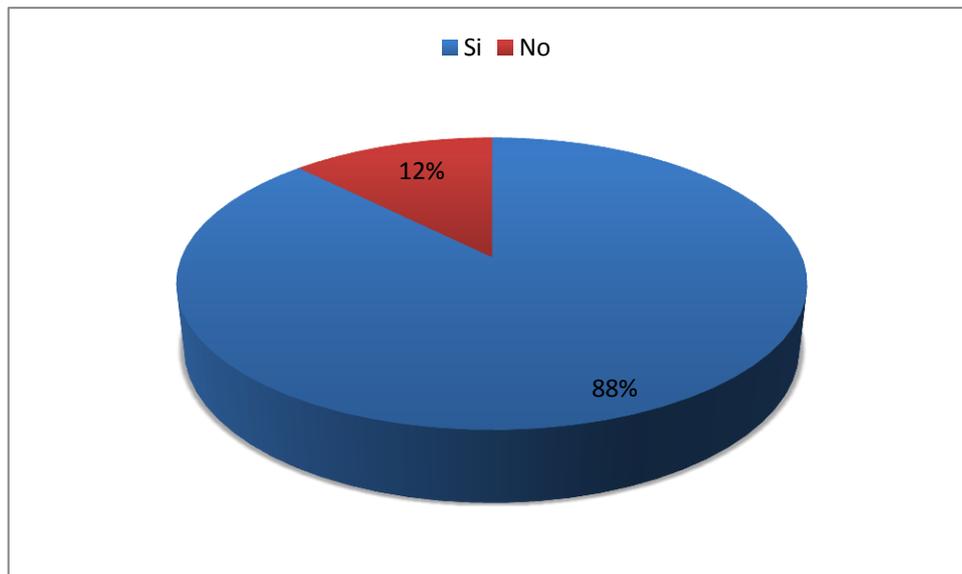
**10. ¿Cree usted que la calidad prestada por los Centros Turísticos actuales provoca insatisfacción en los clientes?**

**Cuadro 16.** Conocimiento sobre la calidad de los centros turísticos actuales.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	332	88%
No	46	12%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 10:** Conocimiento sobre la calidad de los centros turísticos actuales.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Análisis:**

El 88% de las personas encuestadas creen que la calidad prestadas por los centros turísticos actuales es mala, esto comprueba que hay demasiada insatisfacción en los clientes y el 12% opina que no. Esto da la pauta que debemos mejorar el servicio que vamos a prestar a nuestros clientes que visitaran nuestras instalaciones.

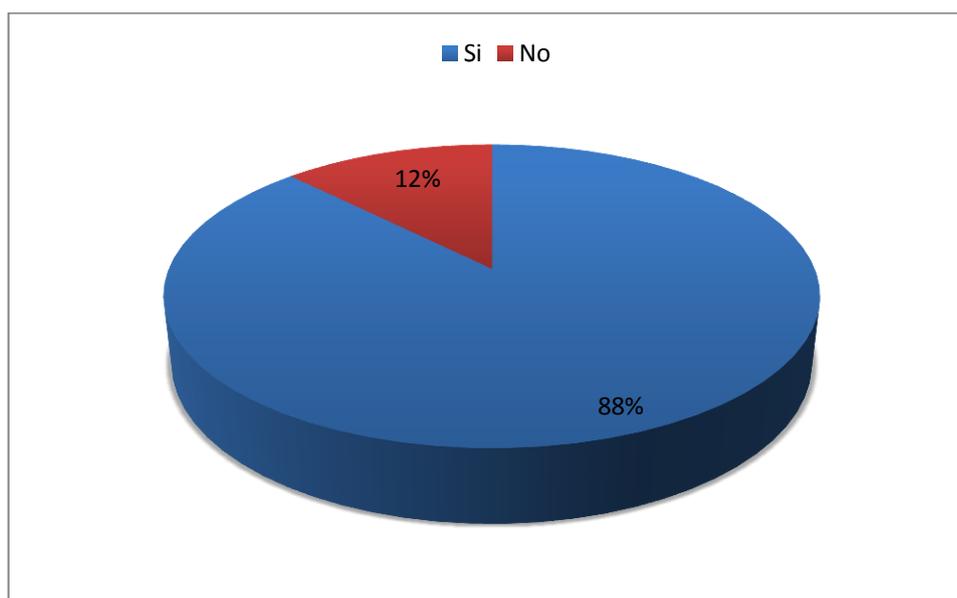
### 11. ¿Considera usted que la falta de seguridad afecta al turismo en el Cantón Naranjito?

**Cuadro 17.** Inseguridad afecta al turismo en el Cantón

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	356	88%
No	22	12%
	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 11.** Inseguridad afecta al turismo en el Cantón



**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva

#### **Análisis:**

Los resultados muestran que el 88% de la población creen que la falta de seguridad está provocando que los turistas elijan otros rumbos, mientras que el 12% opino que no. Esto nos da a conocer que debemos brindar mayor seguridad a nuestros clientes, y así ellos disfruten de las instalaciones que se les ofrecen dentro de dicho centro turístico.

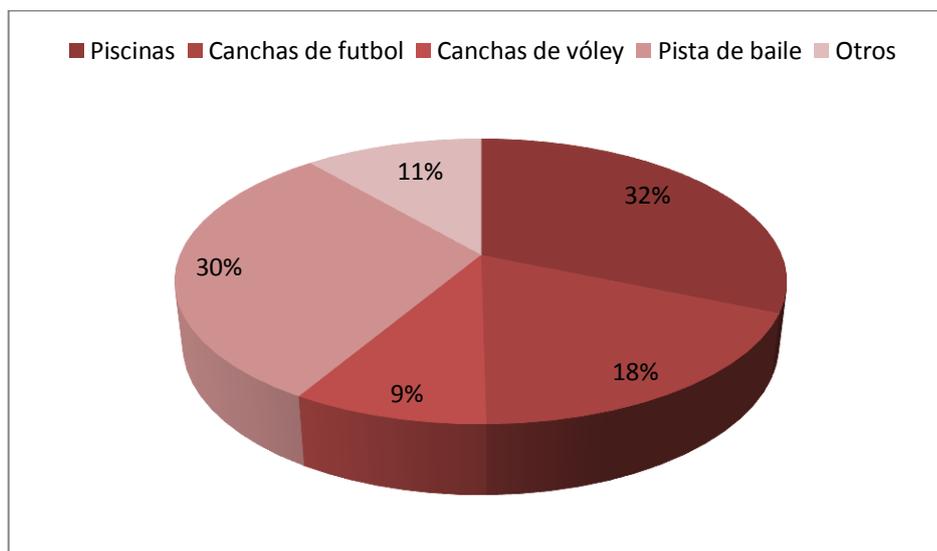
## 12. ¿Qué instalaciones y actividades le gustaría encontrar en un centro turístico en la ciudad de Naranjito?

**Cuadro 18.** Preferencias sobre las instalaciones y actividades.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Piscinas	137	32%
Canchas de futbol	80	18%
Canchas de vóley	38	9%
Pista de baile	132	30%
Otros	49	11%
	436	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Naranjito.

**Gráfico 12.** Preferencias sobre las instalaciones y actividades.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

### Análisis:

Dentro de los servicios que vamos a brindar el 32% de los encuestados consideran que las piscinas son de mayor importancia turística, el 30% manifestaron que las canchas de futbol es la segunda opción para concurrir a dicho centro, el 18% las canchas de vóley, lo cual podemos observar que al momento de elegir las personas se inclinan más por los complejos turísticos que cuentan con infraestructuras deportivas.

## **4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas**

El turismo es una actividad que tiene mucho movimiento, sobre todo porque el país tiene como uno de objetivos darse a conocer, como poseedor de los mejores lugares turísticos, lo cual para un futuro cercano será una gran ayuda a las empresas que se encargan de ofrecer servicios especialmente los relacionados con el turismo.

Es por esto, que la creación de un centro turístico en la ciudad de Naranjito, a más de ser una necesidad potencial no solo para sus habitantes sino también para personas de otras ciudades, la creación de este centro tiene buenas expectativas ya que las personas quieren un lugar tranquilo y que mejor que mantener un contacto directo con la naturaleza.

Además, grandes colaboradores para el turismo han sido los diferentes medios de transporte que existen, como también la comunicación que tenemos hoy por hoy a través de diferentes medios.

El internet sin duda ha sido durante varios años ya un líder en la comunicación, como también está sobresaliendo a través del E-Commerce (Comercio electrónico), el mismo que nos podría permitir ofrecer y dar a conocer los servicios del centro turístico. Cuando una persona desea realizar un viaje el internet es una de las principales herramientas consideradas para decidir el lugar, es por esto que es una de las principales herramientas para dar a conocer el centro turístico; además de ofrecer sus servicios a través del internet.

Con la creación de un centro turístico se busca satisfacer las necesidades de cliente la cual ha continuado insatisfecha por muchos años sobre todo en los habitantes de la ciudad.

### **4.3 RESULTADOS**

Al culminar y obtener los resultados estadísticos de la investigación realizada mediante encuestas, podemos determinar que los centros turísticos tiene buena acogida cuando en sus infraestructuras existen canchas para realizar alguna clase de deporte además de las piscinas, el bar en donde pueden servirse alimentos, bebidas y comidas rápidas, además el parque infantil no puede pasar desapercibido, ya que en él se divierten los niños.

Con la apertura de un centro turístico que tenga todas estas características y más, ayudara al desarrollo del Cantón, además de traer consigo nuevas fuentes de empleo para los habitantes del mismo. Se logró evidenciar que la inseguridad existente ahuyenta el turismo, sin dejar de lado el gran malestar que sienten las personas por el servicio prestado por los centros turísticos existentes.

Las personas encuestadas creen que la creación de nuevos centros turísticos ayudaría al desarrollo socioeconómico local, además de presentar oportunidades para que se abran nuevos negocios. En su mayoría coinciden que las visitas a estos centros lo hacen con amistades y familiares, las revistas y los trípticos son los medios más utilizados para buscar lugares de recreación.

#### 4.4 Verificación de las hipótesis

**Cuadro 19.** Verificación de la hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACION
La falta de un centro turístico incidirá en el desarrollo de la ciudad de Naranjito.	La falta de un centro turístico es uno de los principales factores por lo cual la actividad turística no se ha desarrollado, porque la ciudad carece de lugares atractivos que atraigan el turismo. <b>PREGUNTA 1.</b>
La falta de proyectos turísticos en la ciudad de Naranjito, afectará para el desarrollo de la actividad turística.	Es evidente que la falta de proyectos turísticos en la ciudad de Naranjito es una de las principales causas de que no se desarrolle la ciudad en el turismo en un futuro. <b>PREGUNTA 2.</b>
La creación de un centro turístico será importante, para la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad.	La creación de un centro turístico ayudaría a la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad, por la demanda que se generaría al traer turismo a la ciudad. <b>PREGUNTA 7 y 8.</b>
La falta de promoción turística de la ciudad influirá en este tipo de empresas.	La falta de promoción influye mucho en este tipo de empresas ya que las personas al buscar un lugar para sus tiempos de ocio consultan muchos en los medios masivos de comunicación, en donde no solo se vende un sitio en la ciudad en este caso el centro turístico sino las referencias del lugar como la ciudad en general; culturas, tradiciones, sitios turísticos, seguridad entre otros, y la ciudad no es un lugar muy promocionado con relación a otras ciudades que vende una gran imagen turística. <b>PREGUNTA 4 y 9.</b>
Será necesario ofrecer un servicio diferenciado en la ciudad de Naranjito.	Es necesario diferenciarse de los sitios turísticos de la ciudad para poder competir en cuanto a la atención y la infraestructura del centro. <b>PREGUNTA 5 y 10.</b>
Para implementarse un centro turístico será necesario conocer los aliados, oponentes y oportunidades.	En la Ciudad de Naranjito no existe un centro turístico en donde podamos contar no tendremos competencia. Además la apertura de este Centro generaría oportunidades no solo a esta empresa sino al desarrollo de la Ciudad por el aumento de la demanda turística. <b>PREGUNTA 7 y 8</b>

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Tema**

Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en la ciudad de Naranjito.

#### **5.2 Fundamentación**

Esta investigación se fundamenta en conceptos técnicos y básicos referentes a los conocimientos obtenidos a lo largo de la presente investigación.

Se debe tener presente que hoy en día las actividades de recreación, cuentan con atractivos naturales y es la prioridad a nivel mundial. Es por esto que se considera el realce que ha tenido el Ecuador con el aumento de la demanda turística por parte de los visitantes extranjeros en su gran mayoría, o los visitantes nacionales en las diferentes provincias del país.

Se considera que los sitios rodeados de la naturaleza tienen como propósito disminuir los índices de contaminación, por tal razón, es necesario tomar en consideración la importancia, estudio, experimentación y análisis del mismo.

Considerando este análisis es de mucha prioridad para la ciudad de Naranjito la creación de un centro turístico, por los beneficios que se brindará a esta industria y luego a la población en general, bajo esta observación se definen los siguientes

conceptos: actividades turísticas, atractivos naturales, destino, Industria turística, innovación, marketing Turístico, modalidad, promoción, promoción turística, recreación, servicio, sitios, turismo.

**Actividades turísticas:** Son las que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio y otros motivos.

**Atractivos turísticos:** Objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento.

**Destino:** Es una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado.

**Industria turística:** Puede definirse como el conjunto de unidades productoras cuya actividad consiste en la elaboración de bienes y servicios relacionados con el turismo.

**Innovación:** Creación o modificación de algún producto y su introducción al mercado.

**Marketing Turístico:** Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor. Constituye la política y la demanda con la preparación de producto turístico para su venta con la distribución del mismo, con la satisfacción óptima de necesidades de segmentos determinados de consumidores.

**Modalidad:** Modo de ser o de manifestarse algo.

**Promoción:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

**Promoción turística:** Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

**Recreación:** Es el conjunto de actividades no lucrativas.

**Servicio:** Acción de efecto de servir.

**Sitios:** Las localizaciones naturales, culturales o recreativos, en un pequeño ámbito que se registran para la conservación.

**Turismo:** Es la actividad o hecho de viajar por placer.

### **5.3 Justificación**

Este trabajo tiene como objeto aporta con la investigación para la creación de un centro turístico en la ciudad de Naranjito, y demostrar que es factible la creación de este centro debido a la falta de atractivos turísticos en el cantón.

La demanda de los visitantes que ingresan al año en el Ecuador, es una de las razones más importantes para la creación de este centro turístico en la ciudad de Naranjito.

Dentro de la economía, la industria turística se considera como una prioridad en el desarrollo económico de una ciudad o país porque permite el incremento financiero del mismo, aumenta las tasas de empleo e innovación de nuevas empresas.

Tenemos una de las ventajas más factibles para el centro turístico que es la recuperación de la línea férrea la cual es una atracción hacia los turistas, los mismos que siempre se encuentran en la búsqueda de sitios turísticos e innovadores.

Se espera además que con este proyecto se pueda mejorar la situación económica de la ciudad de Naranjito y de sus habitantes como de sus creadores.

## **5.4 Objetivos**

### **5.4.1 Objetivos General de la propuesta**

Creación de un Centro turístico en la ciudad de Naranjito realizando previamente un análisis de los factores importantes para su creación.

### **5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta**

1. Establecer la ubicación del centro turístico en la ciudad de Naranjito, para fortalecer el desarrollo cultural y económico del cantón.
2. Analizar el entorno del mercado en donde se desarrolla esta propuesta, para conocer su análisis situacional.
3. Identificar qué es lo más relevantes para los posibles clientes al ofrecer un servicio diferenciado.
4. Determinar el equipo de trabajo y sus funciones con el que contara el centro turístico, para elaborar el organigrama estructural de la empresa.

## **5.5 Ubicación**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Naranjito

**Sector:** Rural

**Figura 1.** Mapa de ubicación del centro turístico.



**Fuente:** Google maps, ubicación Milagro.

La ubicación que se ha considerado es en la Vía a Naranjito-Bucay en el Rcto. San Enrique; la razón es que existen áreas verde lo cual sería factible y ventajoso que vamos a tener un contacto directo con la naturaleza.

## **5.6 Estudio de factibilidad**

### **5.6.1 Administrativo**

El centro turístico contara personal capacitado y con experiencia en el área de servicio, para ofrecer una buena atención a los clientes.

### **5.6.2 Social**

La creación de este centro turístico es factible socialmente porque tiene como objetivo mantener la conservación ambiental.

### **5.6.3 Económica**

La factibilidad económica se dará porque se aportara al desarrollo de la comunidad.

### **5.6.4 Legal**

Este proyecto estará sujeto a las normativas, leyes, reglamentos y ordenanzas que se rigen dentro en Cantón Naranjito.

### **5.6.5 Ambiental**

La factibilidad ambiental se presenta por la conservación del medio ambiente y la disminución de los índices de contaminación.

## **5.7 Descripción de la propuesta**

El Centro turístico es denominado de tales términos por la combinación de lo natural y la distracción que obtendrán los turistas sean estos nacionales o extranjeros.

### **Estudio legal**

Para la constitución de esta empresa se debe estar sujeto a todas las leyes, reglamentos, ordenanzas y otras regulaciones establecidas en la ciudad de Naranjito como en el país.

1. Registrar el nombre y la actividad económica de la empresa. Para esto se debe presentar nombre para la nueva empresa, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías. La documentación es la siguiente:
  - Copia de cedula
  - Apertura de cuenta de Integración de Capital de la nueva compañía en cualquier banco.

2. Para la apertura de la cuenta de integración la documentación es la siguiente:
  - Copias de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la compañía.
  - Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
  - Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital que contenga un cuadro de la distribución del capital.
  - El valor del depósito.
  
3. Celebrar la escritura pública para esto se debe presentar en una notarias la minuta para constituir la Compañía. Documentación:
  - Copia de cedula y certificado de votación de las personas que constituirán la Compañía.
  - Aprobación del nombre por la Superintendencia de Compañía.
  - Certificado de apertura de cuenta de Integración de Capital por el Banco en el cual se apertura.
  - Minuta para constituir la empresa.
  - Pago derechos Notaría.
  - Modelo de minuta.
  
4. Para la aprobación de las escrituras de Constitución se debe presentar:
  - Tres copias certificadas de la Escrituras de constitución.
  - Copia de cédula del Abogado que suscribe la solicitud.
  - Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de las Compañía.
  - Y descargar el modelo de solicitud de aprobación de las escrituras.
  
5. Después la Superintendencia nos entregará las escrituras aprobadas con un extracto y tres resoluciones de aprobación de escrituras.  
Luego hay que cumplir con las disposiciones estipuladas por la resolución.
  - Publicar el extracto en periódico de alta defunción de la ciudad.
  - Llevar las resoluciones a la notaria donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
  - Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección.

6. Una vez cumplidas las disposiciones anteriores se debe inscribir las escrituras en Registro Mercantil. La documentación es la siguiente:
- Tres copias de las escrituras con la marginación de las resoluciones.
  - Patente municipal.
  - Certificado de inscripción otorgado por el municipio.
  - Publicación del extracto.
  - Copias de cédula y papeleta de votación.
7. Registro único de contribuyentes RUC, permite que la empresa funcione de manera normal y responsable mediante la transparencia y el pago de sus obligaciones tributarias. Los requisitos para obtener el RUC son:
- Copia de cédula del representante legal.
  - Una copia de servicios básicos, en donde se encontrará ubicada la empresa.
  - Copia certificada de la escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
  - Brindar datos informativos como la dirección.
  - Tipo de negocio o la actividad a la que se dedica.
  - Firma y se procede a retirar el RUC.
8. Obtener los permisos correspondientes Para su funcionamiento:
- Permiso de bomberos. para su trámite se necesita la siguiente documentación:
    - a) Copia del RUC.
    - b) Copia del nombramiento del representante legal.
    - c) Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
    - d) Planilla de luz
    - e) Pago de permiso y de tasa de acuerdo a la actividad de la empresa.
  - Permiso de salud. Para su trámite la documentación es la siguiente:
    - a) Copia del RUC.
    - b) Copia del nombramiento del representante legal.

- c) Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
  - d) Planilla de luz.
  - e) El carnet de salud ocupacional por cada uno de sus empleados.
- 
- Permiso de funcionamiento. Requisitos:
    - a) Solicitud firmada por la persona que lo requiere.
    - b) Copia de cédula del representante legal.
    - c) Copia de pago de patente.
    - d) Copia del RUC.

## **Estudio administrativo**

### **Filosofía de la empresa**

#### **Misión**

Ofrecer la mejor atención y servicio a nuestros clientes, como también aportar a la conservación del medio ambiente, dando la satisfacción necesaria a los visitantes. Para poder cumplir con sus expectativas primordiales.

#### **Visión**

Ser un lugar turístico líder en el mercado a nivel Nacional, ofreciendo un servicio de calidad a nuestros clientes.

#### **Objetivo General**

Brindar un servicio especial a los turistas extranjeros y nacionales, que deseen disfrutar de un sitio de recreación, en el cual exista calidad de nuestros servicios obteniendo el reconocimiento en el mercado turístico.

#### **Objetivos Específicos**

- Ayudará al desarrollo económico del Cantón Naranjito.
- Con la apertura del centro turístico se darán nuevas oportunidades de trabajo.
- Posicionar el Centro turístico a nivel nacional.
- Ser líderes en el mercado turístico al que nos vamos direccionar.

## Valores Corporativos

**Amabilidad:** Brindar a los turistas atención cordial, prestándose siempre servicial para lo que necesiten.

**Responsabilidad Ambiental:** Compromiso que se mantiene con el ambiente, para la conservación del mismo

**Trabajo en equipo:** Integrar al personal con el fin de obtener resultados al momento de ofrecer nuestro servicio y atención de calidad.

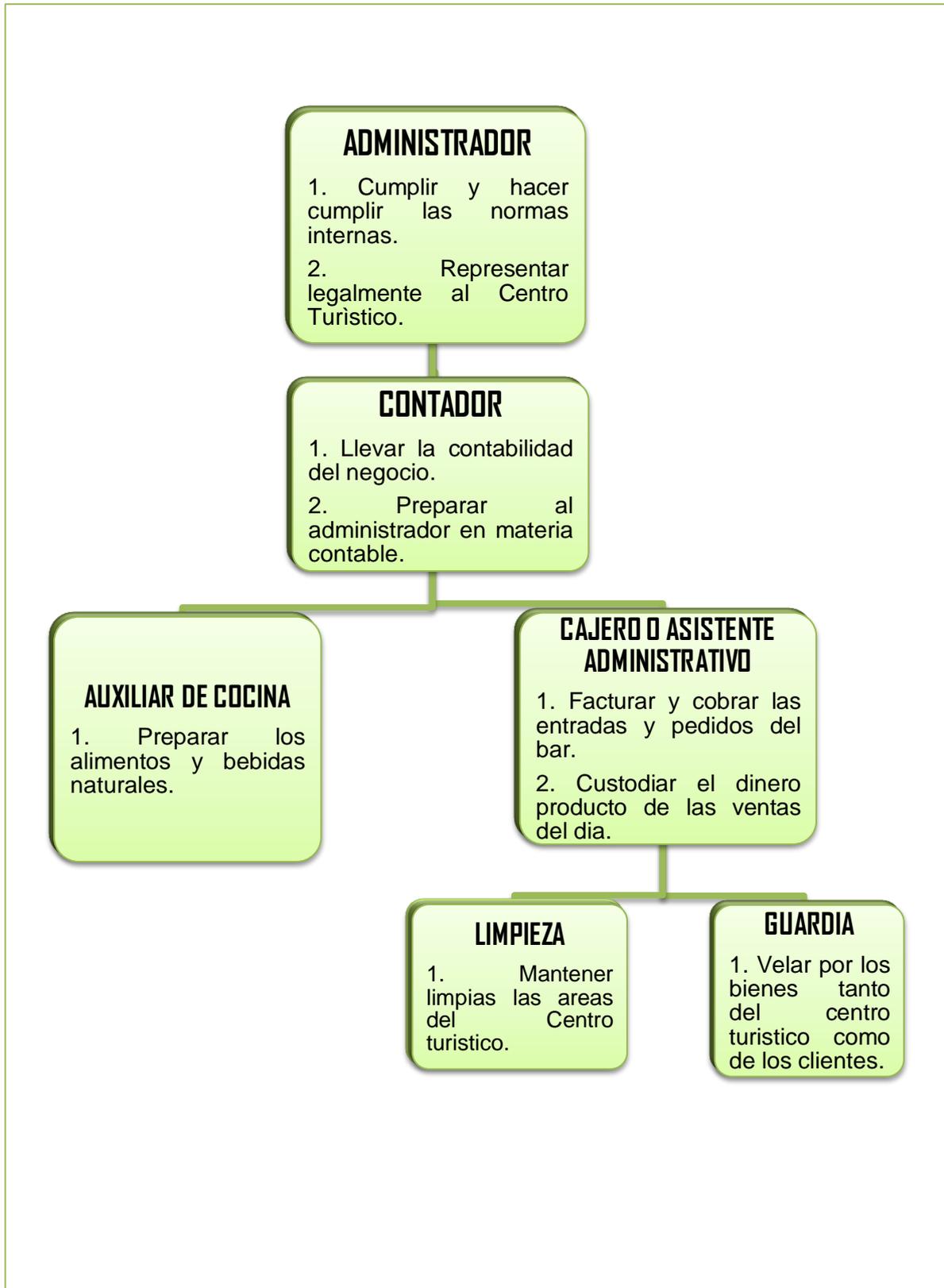
## ORGANIGRAMA

**Figura 2.** Organigrama estructural del centro turístico.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Figura 3.** Organigrama funcional del centro turístico.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

## **Descripción del equipo de trabajo**

### **Administrador**

Es el responsable legal del centro turístico, es la imagen de la empresa por lo tanto debe poseer las actitudes idóneas para mantener buenas relaciones con el personal ya que es el líder y el responsable de este centro. Además es el encargado de evaluar el rendimiento de la empresa como aplicar estrategias para su mejor rentabilidad.

Sus principales características son:

1. Conocer sobre el manejo de una empresa turística.
2. Responsabilidad con el cumplimiento las estrategias fijadas.
3. Tener conocimientos contables de la empresa.
4. Estar apto para el manejo del personal.
5. Buenas relaciones personales.
6. Cualidades de líder.
7. Conocimiento de cada una de las áreas de la empresa.

### **Contador**

Es la persona que encargara de realizar las acciones y controles correspondiente en cuanto a lo contable y tributario de la empresa. Ser una persona honesta, imparcial y responsable con las funciones encomendadas.

Sus características son:

1. Tener conocimientos actualizados sobre el control contable y tributario de esta empresa.
2. Responsabilidad y puntualidad con el desempeño de sus actividades.
3. Tener buenas relaciones con el equipo de trabajo.

### **Asistente administrativo o cajera**

Responsable de llevar la agenda del gerente, así como el estar al pendiente de las diferentes obligaciones que tiene la empresa, responsable de los ingresos del centro a través de los clientes. Sus características son:

1. Responsable del dinero de caja.
2. Puntualidad y agilidad en las funciones encomendadas.
3. Tener buenas relaciones con el equipo de trabajo.

### **Guardias**

Encargado de la seguridad de los bienes del centro ecológico y turístico. Como también controlar que dentro del establecimiento exista algún acto ilícito contra los clientes. Sus características son:

1. Ejercer vigilancia sobre los bienes del centro con total responsabilidad y cumplimiento.
2. Controlar el ingreso de las personas al establecimiento.
3. Tener buenas relaciones con el equipo de trabajo.

### **Personal de mantenimiento y limpieza**

Debe realizar la completa limpieza del establecimiento antes, durante y después de la atención a los clientes. También debe realizar la limpieza en baños, dar mantenimiento a las piscinas, cuidar las plantas y otros atractivos del centro. Sus características son:

1. Eficiencia en la limpieza del establecimiento.
2. Cumplir con el mantenimiento del establecimiento.
3. Tener buenas relaciones con el equipo de trabajo.

### **Auxiliar de cocina**

Es quien ayuda al jefe de restaurante en la preparación de los alimentos, también ayuda en la limpieza del restaurante.

Sus características son:

1. Cumplir con reglas y normas de higiene en la preparación de los alimentos.
2. Ayudar en la preparación de los alimentos.
3. Responsable de la limpieza del restaurante.

## Análisis F.O.D.A.

**Cuadro 20.** Matriz FODA del centro turístico

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1) El centro turístico estará en una buena ubicación.</li><li>2) Personal capacitado.</li><li>3) Conocimientos en la calidad de los servicios.</li><li>4) Precios accesibles al mercado.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Interés de las personas por acudir a lugares que tienen contacto con el medio ambiente.</li><li>2) No existe otro Centro que brinde estos servicios.</li><li>3) Interés por parte de la Municipalidad de Naranjito de apoyar la apertura de la actividad turística en la ciudad.</li><li>4) Grandes expectativas por parte de los turistas.</li></ol>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1) Ser una empresa nueva en el mercado y no tener experiencia.</li><li>2) Contar con el recurso económico necesario para desarrollar este proyecto.</li><li>3) Adquisición de equipamiento adecuado y una buena infraestructura.</li><li>4) Poca demanda local.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Entrada de nuevos competidores al mercado.</li><li>2) Variación de futuras leyes constitucionales.</li><li>3) Falta de sitios o lugares atractivos en el Cantón Naranjito. que permitan el ingreso del turismo.</li><li>4) Poca afluencia turística en la Ciudad de Naranjito.</li></ol>

**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva

**Cuadro 21.** Matriz FOFA – DODA del centro turístico.

FACTORES INT.		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXT.		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Captación de clientes a través de la conservación del personal capacitado.</li> <li>2. El interés de la municipalidad es la conservación ambiental y la promoción de la ciudad, esto apoya al centro a darse a conocer.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contar con el apoyo promocional de instituciones como el Municipio para dar a conocer el Centro Recreacional.</li> <li>2. Capacitando el personal, las expectativas de los turistas serán satisfechas.</li> </ol>
<b>AMENAZAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los posibles cambios en la leyes del turismo o ambiental serán anunciadas mediante nuestro constante capacitación.</li> <li>2. A través de la calidad del servicio que se brindara se generara una buena competencia a nivel nacional.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mediante la apertura de este centro se creará un sitio atractivo que permita el ingreso del turismo a la ciudad.</li> <li>2. Aunque seamos nuevos en el mercado pasará poco tiempo, para tener un crecimiento competitivo local.</li> </ol>

**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva

## Marketing Mix

**Producto:** El centro turístico tiene como finalidad ofrecer la atención apropiada a las personas quienes buscan entretenimiento en un ambiente natural como el que ofrece este centro. Para esto pondrá a disposición de los visitantes una serie de actividades que pueden realizar durante el tiempo de su estadía.

La instalación contará con:

- **Piscina:** Tiene tres piscinas; pequeña, mediana y grande. El uso de las piscinas estará incluido en el valor de la entrada.

**Figura 4.** Piscinas del centro turístico.



Fuente: Google, ecoturismo.

- **Restaurante:** Es un lugar un poco rustico para que pueda disfrutar de las delicias que ofrece el centro.

**Figura 5.** Restaurante del centro turístico.



Fuente: Google, ecoturismo.

- **Canchas deportivas:** Los clientes podrán realizar deportes como el fútbol, vóley e indor.

**Figura 6.** Canchas deportivas del centro turístico.



**Fuente:** Google, ecoturismo.

- JUEGOS INFANTILES: Además encontrarán un parque de diversión para los niños.

Figura 7. Ambiente del centro turístico.



Fuente: Google, ecoturismo.

Figura 8. Logo del centro turístico.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

## Precios

A continuación se muestran los precios del establecimiento:

**Cuadro 22.4** Precios de los servicios que ofrecerá la empresa.

DESCIPCION DE LOS RUBROS DE VENTAS	CANT. CLIENTES SEMANAL	CANT. CLIENTES MENSUAL	CANT. CLIENTES ANUAL	PRECIO DEL SERVICIO	TOTAL VENTAS ANUAL
Entradas de adultos	150	600	7200	5,00	36000,00
Entradas de niños, discp. y 3ra edad	120	480	5760	2,50	14400,00
Comidas rápidas	160	640	7680	2,00	15360,00
Almuerzos	210	840	10080	2,50	25200,00
Colas Personales	300	1200	14400	1,00	14400,00
Colas familiares	100	400	4800	2,50	12000,00
Aguas	250	1000	12000	1,00	12000,00
Jugos naturales	100	400	4800	1,00	4800,00
Cervezas	300	1200	14400	2,00	28800,00
<b>TOTAL VENTAS</b>					<b>117360,00</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

## Plaza

El Centro turístico estará ubicado en la Ciudad de Naranjito en la Vía a Naranjito-Bucay Rcto. San Enrique.

## Publicidad

El centro turístico se dará a conocer mediante puntos de promoción en donde se entregarán trípticos, e información necesaria para atraer a los turistas, los mismos que serán entregados en las calles principales, y zonas rurales del Cantón Naranjito.

Además de estas estrategias se entregarán tarjetas de presentación, anuncios en revistas, televisivos, radio entre otros que sean necesarios con la finalidad de dar a conocer el centro.

También la participación en eventos dentro y fuera de la ciudad con la finalidad de dar a conocer el centro mediante auspicios.

Figura 9. Tríptico del centro turístico.

<p><b>CENTRO TURISTICO "NATHAN"</b></p>	<p>El Centro Turístico "NATHAN" se encuentra ubicado en Naranjito</p>	<p><b>Centro Turístico "NATHAN"</b></p>
<p><b>VEN Y DISFRUTA EN UN LUGAR DIFERENTE!!!!!!</b></p> <p>Donde podrás realizar actividades recreacionales que te divertirán al máximo junto a tus amigos y familiares, estando en contacto con la naturaleza.</p> <p>Además de recibir un excelente servicio.</p> 		<p>El Centro Turístico "NATHAN" ofrece un servicio de calidad y atención personalizada.</p>  <p><b>La diversión empieza ahora...!!!!!!</b></p>
	<p>Dirección: Vía Naranjito-Bucay en el Rcto. San Enrique.</p> <p>Te esperamos somos la mejor para que puedas disfrutar en familia de todas las actividades no te arrepentirás.</p>	
	<p>Teléfono: 0985548595 - 096547525</p>	

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva

Figura 10. Tríptico lado 2 del centro turístico.

## CENTRO TURISTICO "NATHAN"



**Misión**

Ofrecer la mejor atención y servicio a nuestros clientes, como también aportar a la conservación del medio ambiente, dando la satisfacción necesaria a los visitantes. Para poder cumplir con sus expectativas primordiales.

**Visión**

Ser un lugar turístico líder en el mercado a nivel Nacional, ofreciendo un servicio de calidad a nuestros clientes.

**Piscina:** Tiene tres piscinas; pequeña, mediana y grande. El uso de las piscinas estará incluido en el valor de la entrada.



**Restaurante:** Es un lugar un poco rústico para que pueda disfrutar de las delicias que ofrece el centro.



**Canchas deportivas:** Los clientes podrán realizar deportes como el fútbol, vóley e indor.



**JUEGOS INFANTILES:** Además encontrarán un parque de diversión para los niños.



Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

76

Figura 11. Tarjeta de presentación del centro turístico.



Elaborado por: Johanna Silva y Cristhian Oleas

### **Análisis de las 5 fuerzas de Michael Potter.**

Dentro del análisis de las 5 fuerzas de Potter se puede determinar a corto plazo la rentabilidad que este podría obtener. La idea es analizar y evaluar los objetivos y recursos para este tema.

#### **1. Amenazas de entrada de nuevos competidores:**

Los competidores van apareciendo en el mercado a medida que el crecimiento económico y turístico va incrementando; para lo cual se brindará un servicio diferenciado y atención personalizada con la finalidad de marcar la diferencia con las otras empresas.

#### **2. Rivalidad entre competidores:**

En la actualidad no existe un competidor directo para este centro, ya que dentro del sector turístico de la ciudad de Naranjito existen lugares de recreación pero no con la conservación ambiental esto quiere decir que nuestro centro contarás con árboles y parque natural y esto ayudara a la disminución de la

contaminación. Por lo tanto el Centro turístico será el único lugar de distracción y recreación que ofrecerá estos servicios.

### **3. Poder de negociación de los proveedores**

La adquisición de los bienes necesarios para la aplicación de este Centro; se lo realizará mediante proveedores de alta confianza en donde nos brindará seguridad para los equipos y bienes muebles que se adquieran.

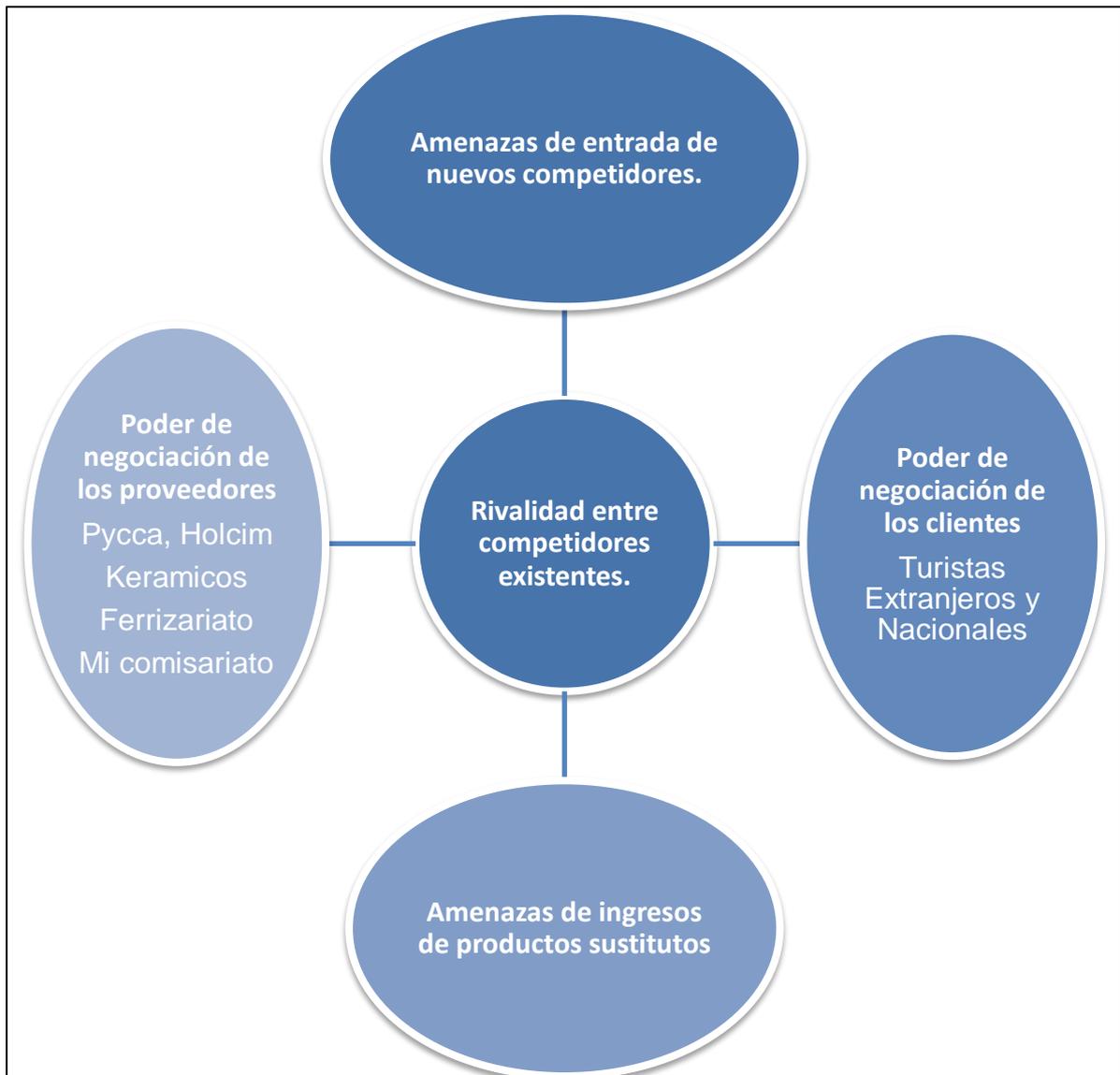
### **4. Poder de negociación de los compradores**

Determinar el poder; hace atractiva una inversión; por lo tanto es de mucha importancia la motivación e incentivación que se brinde a los visitantes o turistas, para que ellos nos tomen siempre como la mejor opción al momento de elegir un sitio de recreación.

### **5. Amenazas de ingresos de productos sustitutos**

Debemos evitar el descuido de los servicios ofrecidos a los visitantes; ya que a medida que van apareciendo competidores cada uno de ellos se convertirá en amenazas ya que ellos tratarán de ofrecer los servicios similares a los del centro; por tal razón se deberá mantenerse en constante capacitación al personal para que brindar una atención diferenciada.

**Figura 12.** Análisis de las 5 fuerzas de Michael Potter.



**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva.

### **5.7.1 Actividades**

- Determinar la ubicación exacta donde estará el Centro turístico.
- Planear las remodelaciones que se vayan a realizar en el lugar para darle el atractivo turístico al mismo.
- Adquisición de los bienes necesarios.
- Selección del personal
- Capacitación del personal contratado.
- Promocionar con publicidad.
- Apertura del Centro turístico.

- Dar información a los turistas de costos y promociones del servicio.
- Atender a los visitantes o turistas con servicio de calidad y atención personalizada.

### 5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

#### Evaluación y Análisis Financiero

**Cuadro 23.** Estudio Técnico.

PROYECTO	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO TURISTICO EN EL CANTON NARANJITO"				
	1. ESTUDIO TECNICO				
1.1. VENTAS					
DESCIPCION DE LOS RUBROS DE VENTAS	CANT. CLIENTES SEMANAL	CANT. CLIENTES MENSUAL	CANT. CLIENTES ANUAL	PRECIO DEL SERVICIO	TOTAL VENTAS ANUAL
Entradas de adultos	150	600	7200	5,00	36000,00
Entradas de niños, discp. y 3ra edad	120	480	5760	2,50	14400,00
Comidas rápidas	160	640	7680	2,00	15360,00
Almuerzos	210	840	10080	2,50	25200,00
Colas Personales	300	1200	14400	1,00	14400,00
Colas familiares	100	400	4800	2,50	12000,00
Aguas	250	1000	12000	1,00	12000,00
Jugos naturales	100	400	4800	1,00	4800,00
Cervezas	300	1200	14400	2,00	28800,00
<b>TOTAL VENTAS</b>					<b>117360,00</b>

**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 24.** Costos Directos.

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		
<b>CARGO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>AUXILIAR DE COCINA</b>	459,68	5516,10
<b>ASISTENTE ADMIN. – CAJERO</b>	469,89	5638,68
<b>LIMPIEZA</b>	426,99	5123,84
	<b>TOTAL</b>	<b>16278,62</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 25.** Insumos Directos.

<b>INSUMOS DIRECTOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>UNIDADES ANUALES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>ENERGIA ELECTRICA</b>	1	12	35,00	420,00
<b>TELEFONO</b>	1	12	15,00	180,00
<b>INTERNET</b>	1	12	30,00	360,00
<b>FORMULARIOS TRIBUTARIOS</b>	0	0	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>				<b>960,00</b>
			<b>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</b>	<b>17238,62</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 26.** Costos Indirectos.

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>CARGO</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>
<b>ADMINISTRADOR</b>	510,75	6129,00
<b>CONTADOR</b>	388,17	4658,04
<b>GUARDIA</b>	357,53	4290,30
	<b>TOTAL</b>	<b>16303,14</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 27.** Gastos Generales.

<b>GASTOS GENERALES</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<b>PUBLICIDAD</b>		520,00
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	57,70	692,40
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	52,20	626,40
	<b>TOTAL</b>	<b>1838,80</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>18149,94</b>
	<b>COSTOS</b>	
	<b>INDIRECTOS</b>	

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 28.** Activos Fijos.

<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>VALOR</b>
Muebles y Enseres		1530,00
Maquinarias y Equipos		1800,00
Edificación y Terreno		100000,00
GASTOS DE PRE OPERACIÓN		320,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>103650,00</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 29.** Capital de Trabajo.

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>		<b>VALOR</b>
NOMINA		2715,15
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1358,60	
MANO DE OBRA DIRECTA	1356,55	
SERVICIOS BASICOS		80,00
ENERGIA ELECTRICA	35,00	
TELEFONO	15,00	
INTERNET	30,00	
INSUMOS		109,90
SUMINISTROS DE OFICINA	57,70	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	52,20	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>2905,05</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 30.** Inversión del proyecto.

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
ACTIVO FIJO	103650,00
CAPITAL DE TRABAJO	2905,05
<b>TOTAL</b>	<b>106555,05</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 31. Depreciación Anual.**

DEPRECIACION					
DESCRIPCION	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS DE DEPRECIACION	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
Escritorios	240,00	10	10%	2,00	24,00
Sillas giratorias	120,00	10	10%	1,00	12,00
Archivero aéreo	70,00	10	10%	0,58	7,00
Sillas	500,00	10	10%	4,17	50,00
Mesas	600,00	10	10%	5,00	60,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>1530,00</b>			<b>12,75</b>	<b>153,00</b>
<b>EQUIPOS</b>					
Caja Registradora	350,00	10	10%	2,92	35,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>350,00</b>			<b>2,92</b>	<b>35,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>					
Computadoras	760,00	3	33%	20,90	250,80
Aire acondicionado	500,00	4	25%	10,42	125,00
impresora multifucion	145,00	3	33%	3,99	47,85
<b>SUB TOTAL</b>	<b>1405,00</b>			<b>35,30</b>	<b>423,65</b>
<b>PLANTA</b>					
Edificación	60000,00	20	5%	250,00	3000,00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>60000,00</b>			<b>250,00</b>	<b>3000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2935,00</b>			<b>48,05</b>	<b>3611,65</b>
<b>DEPRECIACION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	3611,65	3611,65	3611,65	3313,00	3188,00

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 32. Inversión del proyecto.**

INVERSION DEL PROYECTO	
ACTIVO FIJO	103650,00
CAPITAL DE TRABAJO	2905,05
<b>TOTAL</b>	<b>106555,05</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 33. Financiamiento del proyecto.**

Financiamiento	
FINANCIAMIENTO	50000
APORTE DE SOCIOS	56555,05
	<b>106146,45</b>
	<b>3 SOCIOS</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 34.** Amortización datos.

<b>TABLA DE AMORTIZACION DATOS</b>			
CLIENTE	Centro Turístico NATHAN		
Valor Financiar	\$ 50.000,00		
Tasa de Interes Anual	16,00%		
Plazo Meses	60	Tasa de Interés Mensual	1,33%
Dividendo	\$ 1.215,90		
Fecha Primer Pago	1-feb-2014		

**Elaborado por:** Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 35. Amortización de Activos.**

TABLA DE AMORTIZACION				
CUOTA	SALDO CAPITAL	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO
1	50000,00	666,67	549,24	1215,90
2	49450,76	659,34	556,56	1215,90
3	48894,20	651,92	563,98	1215,90
4	48330,22	644,40	571,50	1215,90
5	47758,72	636,78	579,12	1215,90
6	47179,60	629,06	586,84	1215,90
7	46592,76	621,24	594,67	1215,90
8	45998,10	613,31	602,59	1215,90
9	45395,50	605,27	610,63	1215,90
10	44784,87	597,13	618,77	1215,90
11	44166,10	588,88	627,02	1215,90
12	43539,08	580,52	635,38	1215,90
13	42903,70	572,05	643,85	1215,90
14	42259,84	563,46	652,44	1215,90
15	41607,41	554,77	661,14	1215,90
16	40946,27	545,95	669,95	1215,90
17	40276,32	537,02	678,89	1215,90
18	39597,43	527,97	687,94	1215,90
19	38909,49	518,79	697,11	1215,90
20	38212,38	509,50	706,40	1215,90
21	37505,98	500,08	715,82	1215,90
22	36790,16	490,54	725,37	1215,90
23	36064,79	480,86	735,04	1215,90
24	35329,75	471,06	744,84	1215,90
25	34584,91	461,13	754,77	1215,90
26	33830,14	451,07	764,83	1215,90
27	33065,31	440,87	775,03	1215,90
28	32290,27	430,54	785,37	1215,90
29	31504,91	420,07	795,84	1215,90
30	30709,07	409,45	806,45	1215,90
31	29902,62	398,70	817,20	1215,90
32	29085,42	387,81	828,10	1215,90
33	28257,32	376,76	839,14	1215,90
34	27418,18	365,58	850,33	1215,90
35	26567,86	354,24	861,66	1215,90
36	25706,19	342,75	873,15	1215,90
37	24833,04	331,11	884,80	1215,90
38	23948,24	319,31	896,59	1215,90
39	23051,65	307,36	908,55	1215,90
40	22143,10	295,24	920,66	1215,90
41	21222,44	282,97	932,94	1215,90
42	20289,50	270,53	945,38	1215,90
43	19344,13	257,92	957,98	1215,90
44	18386,15	245,15	970,75	1215,90
45	17415,39	232,21	983,70	1215,90
46	16431,70	219,09	996,81	1215,90
47	15434,88	205,80	1.010,10	1215,90
48	14424,78	192,33	1.023,57	1215,90
49	13401,21	178,68	1.037,22	1215,90
50	12363,99	164,85	1.051,05	1215,90
51	11312,94	150,84	1.065,06	1215,90
52	10247,87	136,64	1.079,26	1215,90
53	9168,61	122,25	1.093,65	1215,90
54	8074,95	107,67	1.108,24	1215,90
55	6966,72	92,89	1.123,01	1215,90
56	5843,70	77,92	1.137,99	1215,90
57	4705,72	62,74	1.153,16	1215,90
58	3552,56	47,37	1.168,54	1215,90
59	2384,02	31,79	1.184,12	1215,90
60	1199,90	16,00	1.199,90	1215,90

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 36.** Estado de resultados proyectado.

**Expresado en Dólares**

				% DE CRESIMIENTO		5,00%	
	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
(+)	VENTAS	117360,00	123228,00	129389,40	135858,87	142651,81	648488,08
(-)	COSTO DE VENTAS	17238,62	18100,56	19005,58	19955,86	20953,66	95254,28
<b>(=)</b>	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>100121,38</b>	<b>105127,44</b>	<b>110383,82</b>	<b>115903,01</b>	<b>121698,16</b>	<b>553233,80</b>
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	16303,14	16303,14	16303,14	16303,14	16303,14	16303,14
(-)	GASTOS GENERALES	1838,80	1838,80	1838,80	1838,80	1838,80	9194,00
(-)	GASTOS DE DEPRECIACION	3611,65	3611,65	3611,65	3313,00	3188,00	17335,95
(-)	GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	320	320	320	320	320	1600,00
(-)	GASTO DE VENTA	520	520	520	520	520	2600,00
<b>(=)</b>	<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>22593,59</b>	<b>22593,59</b>	<b>22593,59</b>	<b>22593,59</b>	<b>22593,59</b>	<b>22593,59</b>
	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>77527,79</b>	<b>82533,85</b>	<b>87790,23</b>	<b>93608,07</b>	<b>99528,22</b>	<b>44098,15</b>
(-)	GASTOS FINANCIEROS	7494,53	6272,05	4838,96	3159,00	1189,63	22954,17
<b>(=)</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE PART E.IMP.</b>	<b>70033,25</b>	<b>76261,81</b>	<b>82951,26</b>	<b>90449,07</b>	<b>98338,59</b>	<b>41803,98</b>
(x)	PARTICION EMPLEADOS 15%	10504,99	11439,27	12442,69	13567,36	14750,79	62705,10
<b>(=)</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>59528,27</b>	<b>64822,54</b>	<b>70508,57</b>	<b>76881,71</b>	<b>83587,80</b>	<b>355328,89</b>
(x)	IMPUESTO RENTA 22%	13096,22	14260,96	15511,89	16913,98	18389,32	78172,35
<b>(=)</b>	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>46432,05</b>	<b>50561,58</b>	<b>54996,69</b>	<b>59967,73</b>	<b>65198,48</b>	<b>277156,53</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 37. Balance General.**

**Expresado en Dólares**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja – Banco	2905,05	69453,65	117407,11	168517,93	222893,58	280537,63
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>2905,05</b>	<b>69453,65</b>	<b>117407,11</b>	<b>168517,93</b>	<b>222893,58</b>	<b>280537,63</b>
ACTIVO FIJO						
Muebles y Enseres	1530,00	1530,00	1530,00	1530,00	1530,00	1530,00
Equipo de Computo	1800,00	1800,00	1800,00	1800,00	1800,00	1800,00
Propiedad y planta	100000,00	100000,00	100000,00	100000,00	100000,00	100000,00
(-)Depreciacion Acumulada		3611,65	7223,30	10834,95	14147,95	17335,95
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>103330,00</b>	<b>99718,35</b>	<b>96106,70</b>	<b>92495,05</b>	<b>89182,05</b>	<b>85994,05</b>
ACTIVO DIFERIDO						
Pre Operación	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>320,00</b>	<b>320,00</b>	<b>320,00</b>	<b>320,00</b>	<b>320,00</b>	<b>320,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>106555,05</b>	<b>169492,00</b>	<b>213833,81</b>	<b>26132,98</b>	<b>312385,63</b>	<b>366851,68</b>
PASIVO CORRIENTE						
15 % Participacion Emp.		10504,99	11439,27	12442,69	13567,36	14750,79
Impuesto a ala Renta por pagar		13096,22	14260,96	15511,89	16913,98	18389,32
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>	<b>23601,21</b>	<b>25700,23</b>	<b>27954,58</b>	<b>30481,34</b>	<b>33140,10</b>
PASIVO LARGO PLAZO						
Prestamo Bancario	50000,00	42903,70	34584,91	24833,04	13401,21	0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>50000,00</b>	<b>66504,90</b>	<b>60285,14</b>	<b>52787,62</b>	<b>43882,54</b>	<b>33140,10</b>
PATRIMONIO						
Aporte de Capital	56555,05	56555,05	56555,05	56555,05	56555,05	56555,05
Utilidad del Ejercicio		46432,05	50561,58	54996,69	59967,73	65198,48
Utilidad Años Anteriores			46432,05	96993,63	151990,31	211958,05
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>56555,05</b>	<b>102987,09</b>	<b>153548,67</b>	<b>208545,36</b>	<b>268513,09</b>	<b>333711,58</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>106555,05</b>	<b>169492,00</b>	<b>213833,81</b>	<b>261332,98</b>	<b>312395,63</b>	<b>366851,68</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 38.** Flujo de Efectivo Proyectado.

**Expresado en Dólares**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		117360,00	123228,00	129389,40	135858,87	142651,81
<b>(A) TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>0,00</b>	<b>117360,00</b>	<b>123228,00</b>	<b>129389,40</b>	<b>135858,87</b>	<b>142651,81</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
INVERCION INICIAL	106555,05					
GASTO ADMINISTRATIVO		16303,14	16303,14	16303,14	16303,14	16303,14
GASTO DE VENTA		520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
GASTOS GENERALES		2158,80	2158,80	2158,80	2158,80	2158,80
COSTO VARIABLE		17238,62	18100,56	19005,58	19955,86	20953,66
15% PARTICIPACION EMPLEADOS			10504,99	11439,27	12442,69	13567,36
22% IMPUESTO A LA RENTA			13096,22	14260,96	15511,89	16913,98
<b>(B) TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>106555,05</b>	<b>36220,56</b>	<b>60683,70</b>	<b>63687,75</b>	<b>66892,38</b>	<b>70416,93</b>
<b>(C) FLUJO OPERATIVO (A-B)</b>	<b>106555,05</b>	<b>81139,44</b>	<b>62544,30</b>	<b>65701,65</b>	<b>68966,49</b>	<b>72234,88</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
PRESTAMO BANCARIO	50000,00					
<b>(D) TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>50000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
INVERSIONES						
PAGO CAPITAL		7096,30	8318,79	9751,87	11431,83	13401,21
PAGO INTERESES		7494,53	6272,05	4838,96	3159,00	1189,63
<b>(E) TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>0,00</b>	<b>14590,83</b>	<b>14590,83</b>	<b>14590,83</b>	<b>14590,83</b>	<b>14590,83</b>
<b>(F) FLUJO NETO NO OPERATIVO (D-E)</b>	<b>50000,00</b>	<b>-14590,83</b>	<b>-14590,83</b>	<b>-14590,83</b>	<b>-14590,83</b>	<b>-14590,83</b>
<b>(G) FLUJO NETO GENERADO</b>	<b>-56555,05</b>	<b>66548,60</b>	<b>47953,46</b>	<b>51110,81</b>	<b>54375,66</b>	<b>57644,05</b>
<b>(H) SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>2905,05</b>	<b>69453,65</b>	<b>117407,11</b>	<b>168517,93</b>	<b>222893,58</b>
<b>(I) FLUJO ACUMULADO (G+H)</b>		<b>69453,65</b>	<b>117407,11</b>	<b>168517,93</b>	<b>222893,58</b>	<b>280537,63</b>

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 39. Evaluación del Proyecto.**

**3.1. INDICES FINANCIERO**

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$106.146	\$66.549	\$47.953	\$51.111	\$54.376	\$57.644
<i>Flujo Acumulado</i>		\$66.549	\$114.50	\$165.613	\$219.989	\$277.633
Tasa de Descuento mensual	1,33%					
Tasa de Descuento anual	16,0%					
<b>INDICES NOMINALES</b>						

<b>Payback (Recuperación de la Inversión)</b>	<b>(Menor al plazo)</b>
---	-------------------------

Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$106.555	\$114.502	-\$7.947
Flujo Mensual Promedio Año Siguiente	\$51.111	12	\$4.259
Número de Meses	-\$7.947	\$4.259	-2

<b>PAYBACK</b>	<b>2</b>	<b>Año (s)</b>	<b>-2</b>	<b>Mes(es)</b>
----------------	----------	----------------	-----------	----------------

<b>Tasa de Rendimiento Promedio</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>
-------------------------------------	-----------------------------

<i>Sumatoria de Flujos</i>	\$277.633
<i>Años</i>	5
<i>Inversión Inicial</i>	\$106.555

<b>TRP</b>	<b>52,1%</b>
------------	--------------

**INDICES DESCONTADOS**

<i>Suma Flujos Descontados</i>	\$161.493
--------------------------------	-----------

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$54.937
Indice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	1,52
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto.)	52%
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto.)	45%

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 40. Programa de Proyectos.**

<b>Punto de Equilibrio</b>	<i>En U\$</i>	<i>En %</i>	<i>En unid.</i>	
	\$ 26.484	21%	0	
Valor Agregado sobre Ventas	(Menor a 50%)	18%		
Indice de Empleo	(Mayor al 50%)	17%		
Riesgo de Iliquidez	(Menor a 50%)	45%		
Margen Neto de Utilidad	(Mayor a la T. Dcto)	43%		
Rotación de Activos	(Mayor a 1)	1,8		
Dupont	Aprox. al 100%	76%		
<b>ANALISIS DE LIQUIDEZ</b>				
LIQUIDEZ GENERAL		2,94	<b>2,93</b>	VECES
PRUEBA ACIDA		0,55	<b>0,7</b>	VECES
PRUEBA DEFENSIVA		104,43%	<b>108,50%</b>	PORCENTAJE
CAPITAL DE TRABAJO		45852,44	<b>48694,66</b>	DOLARES
LIQUIDEZ DE LAS CUENTAS POR COBRAR				NO APLICABLE NO TENEMOS CUENTAS POR COBRAR
<b>ANALISIS DE LA GESTIÓN O ACTIVIDAD</b>				
ROTACIÓN DE CARTERA(CUENTAS POR COBRAR)				NO APLICABLE NO TENEMOS CUENTAS POR COBRAR
ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS				PARA EL CASO DE LA EMPRESA EN ESTUDIO-AL PERTENECER AL SECTOR SERV S ESTA ENCAJA DENTRO DE LA ROTACIÓN DE INVENTARIOS
ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS				NO APLICABLE NO TENEMOS CUENTAS POR COBRAR
PERIODO PROMEDIO DE PAGO A PROVEEDORES				NO APLICABLE NO TENEMOS CUENTAS POR PAGAR
ROTACION DE CAJA Y BANCOS		213,05	<b>226,84</b>	DIAS
ROTACION DE ACTIVOS TOTALES		0,69	<b>0,67</b>	VECES
ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO		1,18	<b>1,18</b>	VECES
<b>ANALISIS DE SOLVENCIA</b>				
ESTRUCTURA DEL CAPITAL		0,6457596	<b>0,64403027</b>	DOLARES
RAZON DE ENDEUDAMIENTO		0,27394831	<b>0,28555572</b>	PORCENTAJE
COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS		0,59071447	<b>0,59659064</b>	VECES
COBERTURA DE GASTOS FIJOS		2,72117657	<b>3,25487863</b>	VECES
<b>ANALISIS DE RENTABILIDAD</b>				
RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO		0,45085307	<b>0,46946225</b>	PORCENTAJE
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN		0,27394831	<b>0,28555572</b>	PORCENTAJE
UTILIDAD ACTIVO		0,59071447	<b>0,59659064</b>	PORCENTAJE
UTILIDAD VENTAS		0,85311329	<b>0,88444765</b>	PORCENTAJE

GASTOS FIJOS	\$ 36.793,41
GASTOS DE VENTAS	\$ 16.278,62
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 16.303,14
DEPRECIACIÓN	\$ 3.611,65
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 600,00

SEVICIOS BÁSICOS	\$ 600,00
LUZ	\$ 420,00
TELÉFONO	\$ 180,00

Elaborado por: Cristhian Oleas y Johanna Silva.

**Cuadro 41.** Detalle General.

<i>Ventas</i>	123228,00
<i>Costos Directos</i>	18100,56
<i>Costos Indirectos</i>	22593,59
<i>Flujo Neto</i>	47953,46
<i>Pagos de Dividendos</i>	8318,79
<i>Gastos Financieros</i>	6272,05
<i>Gastos de Personal</i>	16303,14
<i>Activos Fijos Netos</i>	96106,70
<i>Activos Corrientes</i>	117407,11
<i>Activos Totales</i>	213833,81
<i>Utilidad Neta</i>	50561,58
<i>Utilidad Operativa</i>	440988,15
<i>Gastos Financieros</i>	22954,17
<i>Inversión Inicial</i>	\$106.146
<i>Utilidad Neta</i>	277156,53
<i>Valor del Crédito</i>	50000,00
<i>Ventas</i>	648488,08
<i>Total Activos</i>	366851,68

### 1.1.1 Impactos

La creación del Centro turístico dentro de la Ciudad de Naranjito, es una de las alternativas que ayudará al desarrollo económico y social de la misma. Se generarán fuentes de empleo, para ayudar en el crecimiento económico de la población Naranjiteña.

NATHAN se dará a conocer como una empresa seria, responsable con la naturaleza, buena imagen y calidad en sus servicios. Para poder convertirse en una líder en el mercado a nivel nacional.

### 1.1.2 Cronograma de Actividades

**Cuadro 42.** Cronograma de actividades.

Nº.	ACTIVIDAD	MESES				
		Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1	Determinar la ubicación exacta donde estará el Centro turístico.					
2	Planear las remodelaciones que se vayan a realizar en el lugar para darle el atractivo turístico al mismo.					
3	Adquisición de los bienes necesarios.					
4	Selección del personal					
5	Capacitación del personal contratado.					
6	Promocionar con publicidad.					
7	Apertura del Centro turístico.					
8	Dar información a los turistas de costos y promociones del servicio.					
9	Atender a los visitantes o turistas con servicio de calidad y atención personalizada					

Elaborado por: Johanna Silva y Johanna Silva

### **1.1.3 Lineamiento para evaluar la propuesta**

Entre los lineamientos para evaluar la propuesta de la “Creación de un centro turístico en la ciudad de Naranjito”, se inició con la recopilación de datos, mediante encuestas a los habitantes de Naranjito, para indagar acerca del tema propuesto y así poder conocer las expectativas que tienen las personas sobre este centro.

Una vez obtenida esta información se procede a plantear la propuesta, para poder obtener el posicionamiento en la ciudad de Naranjito, con el fin de poder brindar un servicio de calidad de acuerdo a las expectativas de los clientes.

## CONCLUSIONES

1. El crecimiento que ha obtenido el país en cuanto al turismo, y el desarrollo económico de los habitantes de la ciudad de Naranjito, genera la necesidad de la creación de un centro turístico.
2. La investigación realizada en este trabajo permitió concretar y determinar que la creación de este centro es operativamente factible, financieramente rentable y tiene un alto nivel de desarrollo.
3. Con base en un estudio técnico se implantó, que la ubicación del centro será en el Rcto. San Enrique en la vía Naranjito-Bucay en el cantón Naranjito.
4. La demanda de este servicio en la ciudad de Naranjito, comprende la calidad en los servicios que se brinden, a precios cómodos y la infraestructura adecuada de las instalaciones del centro turístico.
5. Actualmente, en la ciudad de Naranjito no existe un centro turístico, por lo que existe una necesidad que satisfacer a los habitantes, y a los turistas de otras ciudades y países.
6. Las fortalezas de NATHAN es ofrecer un servicio de calidad en un ambiente cómodo para el cliente, las desventajas es ser una empresa nueva en la ciudad, y tener un mercado exigente en cuanto a los servicios.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que en el primer año de las actividades de implantación de la infraestructura, sea indispensable el control sobre los costos de producción especialmente con los equipos y materiales de producción.
2. Se tienen que ofrecer precios cómodos a los clientes, como también ofrecer un servicio de calidad, contar siempre con personal capacitado o brindar capacitación de atención al cliente, además, de poseer una infraestructura adecuada y en buen estado.
3. El alto crecimiento económico del centro se debe mantener, mediante una planificación adecuada de los recursos, y no decaer en el cuidado de los clientes como; realizar un análisis del comportamiento de los consumidores, tener siempre una buena campaña publicitaria, innovar los servicios.
4. Se deben generar buenas relaciones con el municipio, para incentivar a las personas no solo al cuidado ambiental sino también al consumo de este servicio, promocionando la ciudad como un destino turístico, siendo el centro ecológico y turístico un punto de referencia.
5. Además, esta propuesta es favorable para el municipio de Milagro, pues por medio de la creación de sitios turístico en la ciudad, se aporta al desarrollo turístico, y al desarrollo económico.

## BIBLIOGRAFÍA

- Reglamento de la Universidad Estatal de Milagro para el diseño, ejecución, y sustentación del proyecto de sustentación, previo a la obtención del título de tercer nivel.
- RODRÍGUEZ, Gonzalo, y, MARTÍNEZ, Fidel: Nuevos retos para el turismo, netbiblo, La Coruña, 2009.
- ANTUÑANO, Isidro, y, JORDAN, Josep: Crisis y transformación, JPM ediciones, Valencia, 2009.
- ESPARCIA, Javier, y: Nuevos factores de desarrollo territorial, 2011.
- El cuestionario. Recomendaciones para el diseño de encuesta Autor: Hernández Sampire Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Año: 2008.
- Turismo sostenible y bienestar social: ¿Cómo innovar esta industria global? Presente y futuro del turismo, hacia un enfoque prospectivo pagina 9-11 Autor: González Matías y León Carmelo Año: 2010.
- CROSBY, Arturo: Re - inventando el turismo rural, Laertes S.A., 2009.
- SEPÚLVEDA, Sergio: Gestión del desarrollo sostenible en territorios rurales: Métodos para la planificación, Sergio S., 2008.
- CONCHA, Arjona: Marketing y gestión de la calidad turística: Liberfactory, 2009.
- SAAVEDRA, Irene: Introducción a la sostenibilidad y la RSC: Netbiblo S.L., 2010.
- Ley del turismo del Ecuador
- Ley de gestión ambiental
- Ley orgánica de salud del Ecuador
- Constitución política del Ecuador

- ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. Norma S.A., 1991.
  
- ACHIG, Lucas., Metodología de la Investigación Social., Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 1996.
  
- BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994.
  
- BELL, Martín L., Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias., Edit. Continental S.A., México., 1971.
  
- BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.
  
- DAVALOS ARCENALES, Nelson., Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría., Tomo II., 1990.
  
- GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
  
- KOLHER, Eric., Diccionario para Contadores., Edit. Limusa S.A., México., 1992.
  
- LOAIZA CORTES, Carlos., Práctica de Mercadotecnia., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.
  
- MOORE, Franklin., Administración de la Producción., Edit. Diana S.A., México., 1977.

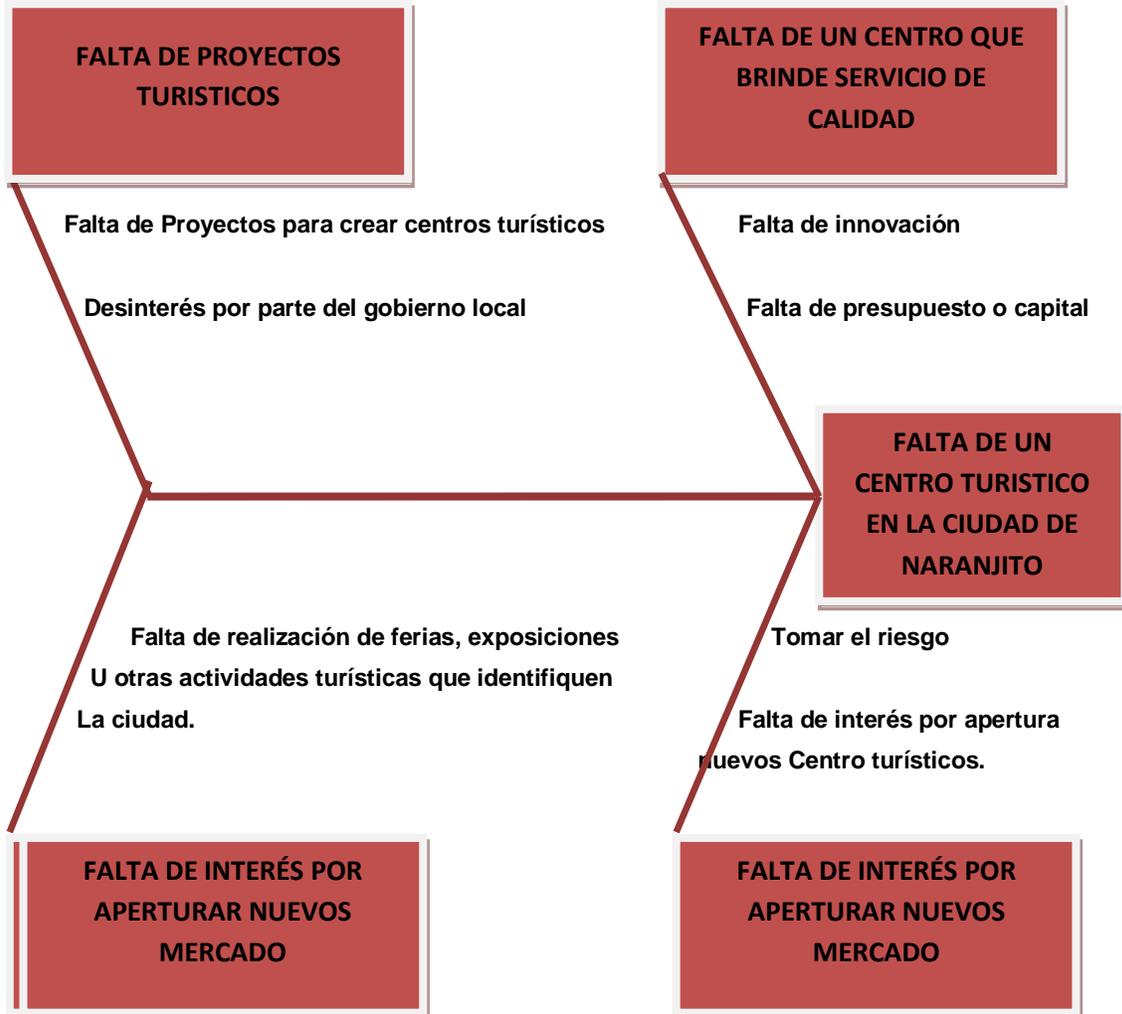
- REYES PONCE, Agustín., Administración de Empresas., Edit. Limusa., México., 1982.
  
- ROSENBERG J.M., Diccionario de Administración y Finanzas., Edit. Océano., Barcelona-España.
  
- SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
  
- VASQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.
  
- VELASQUEZ, Ramiro., Administración de Empresas., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
  
- SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
  
- VASQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.
  
- ÁLVAREZ, José, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Riobamba, 2001.18 - 133 págs.
  
- BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 3ra Edición, México, Editorial Mc Graw Hill, 1995. 13 - 205págs.

## LINKOGRAFÍA

- <http://www.onografias.com/trabajos87/razones-financieras/razones-financieras.shtml>
- <http://www.turismo.gob.ec/comunicamos/noticias>.
- <http://datakon-ratios.blogspot.com/>
- [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/ratiosfinancieros/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/ratiosfinancieros/)
- <http://www.bits-int.org/es/index.php?menu=1>
- <http://www.tsaitami.com>
- <http://www.tsaitami.com>
- <http://www.derechodelturismo.net>
- <http://www.turismo.gob.ec>

# ANEXOS

## Anexo 1.Árbol del problema ISHIKAWA



## Anexo 2. Matriz de problematización

TEMA	PROBLEMA	FORMULACIÓN	OBJETIVO GENERAL
Estudio de factibilidad para la creación de un y turístico en la ciudad de Naranjito.	Falta de un centro turístico en la ciudad de Naranjito.	¿Cómo afecta la falta de un centro turístico al desarrollo de la ciudad de Naranjito?	Realizar una investigación de campo, mediante técnicas y procedimientos adecuados, para demostrar que la creación de un centro turístico es factible en la ciudad de Naranjito, mediante la utilización de herramientas que permitan medir su rendimiento y factibilidad, para mejorar el desarrollo económico de esta ciudad.
TEMA	SUBPROBLEMA	SISTEMATIZACIÓN	OBJ. ESPECÍFICOS
	<p>Falta de proyectos para desarrollar el turismo en el Cantón Naranjito.</p> <p>La inexistencia de un centro turístico, provoca que no existan nuevos negocios relacionados con esta actividad.</p> <p>La falta de seguridad está afectando al sector turístico en el Cantón Naranjito</p> <p>La falta de la calidad prestada por los Centros Turísticos está afectando a que los clientes busquen otros lugares para pasar un momento confortable con su familia.</p> <p>La falta de interés de los Gobiernos municipales no está contribuyendo al desarrollo turístico del cantón.</p> <p>Deficiente infraestructura provoca la ausencia de turismo en el cantón Naranjito.</p>	<p>1. ¿Cómo afecta la falta de proyectos para desarrollar el turismo en el Cantón Naranjito?</p> <p>3. ¿Qué tan importante es la creación de un centro turístico, para la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad?</p> <p>3. ¿De qué manera la delincuencia está afectando al sector turístico en el Cantón Naranjito?</p> <p>4. ¿De qué manera la calidad prestada por los centros turísticos afecta a que los clientes busquen otros lugares para pasar un momento confortable?</p> <p>5. ¿Por qué el poco interés de los Gobiernos municipales en contribuir al desarrollo turístico del cantón?</p> <p>6. ¿De manera la deficiente infraestructura provoca la ausencia de turismo en el cantón Naranjito?.</p>	<p>1. Determinar cómo afecta la falta de proyectos para desarrollar el turismo, en la ciudad de Naranjito</p> <p>2. Estimar qué importancia tiene la creación de un centro turístico, para la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad.</p> <p>3. Analizar de qué manera la delincuencia está afectando al sector turístico en el Cantón Naranjito.</p> <p>4. Identificar de qué manera la calidad prestada por los centros turísticos afecta a que los clientes busquen otros lugares para pasar un momento de confort.</p> <p>5. Identificar por que el Gobierno Municipal del cantón Naranjito tiene poco interés en contribuir al desarrollo turístico.</p> <p>6. Determinar los problemas por los cuales hay deficiente infraestructura que provoca la ausencia de turismo en el cantón Naranjito.</p>

### Anexo 3. Encuesta



## UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

### UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Diseño de Proyecto Previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo e Ingeniero en C.P.A

**ENTREVISTADOS:**

La encuesta está dirigida a los habitantes económicamente activos de la ciudad de Naranjito de la provincia del Guayas del Ecuador.

**ENTREVISTADORAS:**

Johanna Silva Gómez, Cristhian Stalin Oleas Jaramillo

**OBJETIVO:**

Esta encuesta tiene como finalidad conocer qué grado de aprobación obtendría la creación de un centro turístico en la ciudad de Naranjito.

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cree usted que la falta de proyectos turísticos incide en la creación de estos centros?

Si

No

2. ¿Considera usted que al abrir un centro turístico en ciudad de Naranjito ayudaría al desarrollo socioeconómico local?

Siempre

Tal vez

Nunca

3. ¿De qué manera afecta el grado de ausencia de infraestructura turística en el Cantón Naranjito?

Bastante  Nada

Mucho  Poco

4. ¿Cuáles son los medios que utiliza para encontrar el destino turístico?

Mapas  Internet

Revistas  Radio

Trípticos  TV

5. ¿Con quién suele realizar sus viajes o actividades de recreación?

Familiares  Amigos

Solo  Otros

6. ¿Qué tipo de actividades cree usted que puede realizar en un Centro Turístico?

Ferias  Participación de artistas

Festivales  Otras

6. ¿Qué provocaría la creación de un centro turístico en el cantón Naranjito ?

Mayor movimiento económica

Poco movimiento económico

Nada de movimiento económico

8. ¿Qué tipo de negocios se abrirían con el desarrollo de la actividad turística?

Restaurantes

Bares

Hoteles

9. ¿Cree usted que la calidad prestada por los Centros Turísticos actuales provoca insatisfacción en los clientes?

Sí

No

10. ¿Considera usted que la falta de seguridad afecta al turismo en el Cantón Naranjito?

Bastante

Nada

Mucho

Poco

11. ¿Qué instalaciones y actividades le gustaría encontrar en un centro turístico en la ciudad de Naranjito?

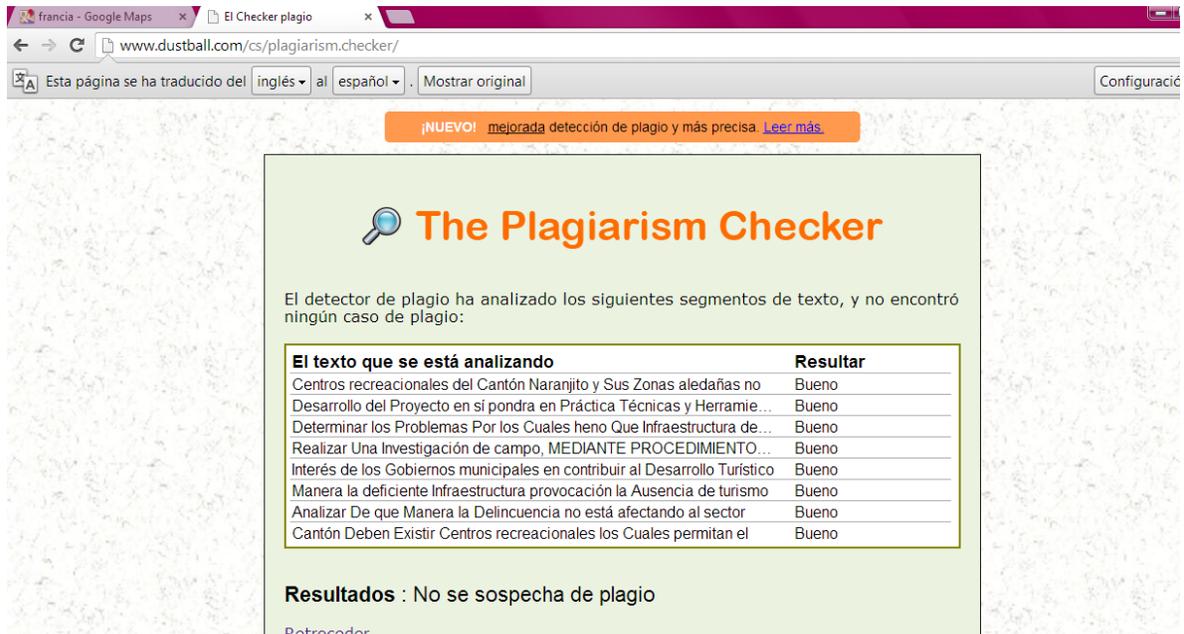
- |                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| Restaurante       | <input type="checkbox"/> |
| Piscinas          | <input type="checkbox"/> |
| Canchas de futbol | <input type="checkbox"/> |
| Canchas de vóley  | <input type="checkbox"/> |
| Pista de baile    | <input type="checkbox"/> |
| Bar               | <input type="checkbox"/> |
| Otros             | <input type="checkbox"/> |

12. ¿Por qué elegiría usted un centro turístico dentro de la ciudad de naranjito?

- |              |                          |
|--------------|--------------------------|
| Tranquilidad | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad    | <input type="checkbox"/> |
| Gastronomía  | <input type="checkbox"/> |

## Anexo 4. Plagiarism Checker

### Capítulo 1



francia - Google Maps x El Checker plagio x

www.dustball.com/cs/plagiarism.checker/

Esta página se ha traducido del inglés al español. Mostrar original Configuración

¡NUEVO! mejorada detección de plagio y más precisa [Leer más](#)

### The Plagiarism Checker

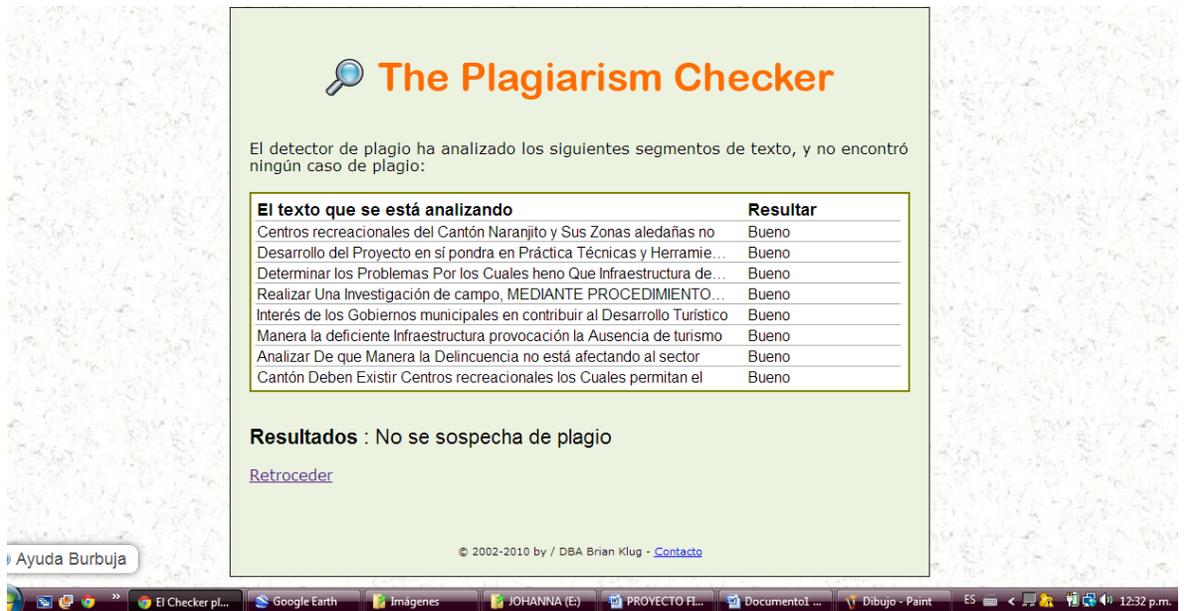
El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
Centros recreacionales del Cantón Naranjito y Sus Zonas aledañas no	Bueno
Desarrollo del Proyecto en sí pondra en Práctica Técnicas y Herramie...	Bueno
Determinar los Problemas Por los Cuales heno Que Infraestructura de...	Bueno
Realizar Una Investigación de campo, MEDIANTE PROCEDIMIENTO...	Bueno
Interés de los Gobiernos municipales en contribuir al Desarrollo Turístico	Bueno
Manera la deficiente Infraestructura provocación la Ausencia de turismo	Bueno
Analizar De que Manera la Delincuencia no está afectando al sector	Bueno
Cantón Deben Existir Centros recreacionales los Cuales permitan el	Bueno

**Resultados :** No se sospecha de plagio

[Retroceder](#)

### Capítulo 2



### The Plagiarism Checker

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
Centros recreacionales del Cantón Naranjito y Sus Zonas aledañas no	Bueno
Desarrollo del Proyecto en sí pondra en Práctica Técnicas y Herramie...	Bueno
Determinar los Problemas Por los Cuales heno Que Infraestructura de...	Bueno
Realizar Una Investigación de campo, MEDIANTE PROCEDIMIENTO...	Bueno
Interés de los Gobiernos municipales en contribuir al Desarrollo Turístico	Bueno
Manera la deficiente Infraestructura provocación la Ausencia de turismo	Bueno
Analizar De que Manera la Delincuencia no está afectando al sector	Bueno
Cantón Deben Existir Centros recreacionales los Cuales permitan el	Bueno

**Resultados :** No se sospecha de plagio

[Retroceder](#)

Ayuda Burbuja

© 2002-2010 by / DBA Brian Klug - [Contacto](#)

El Checker pl... Google Earth Imágenes JOHANNA (E) PROYECTO F... Documento1 ... Dibujo - Paint ES < > 12:32 p.m.

 **The Plagiarism Checker**

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Pocas naciones pueden procurar a tan corta distancia encantadores tan	OK
posibilidades para irse de vacaciones eran muy restringidas para la	OK
Diferentes aspectos fueron incrementando la accesibilidad de esta a...	OK
embargo, algunos historiadores piensan que el turismo social habría ...	OK
época, la gran mayoría de las infraestructuras turísticas concernían al	OK
actividades turísticas es un movimiento temporal de personas hacia d...	OK
acceso están asfaltadas en buenas condiciones, las siguientes coop...	OK
Atractivos Naturales, históricos, arquitectónicos y culturales muestran ...	OK

**Results: No plagiarism suspected**

[Go Back](#)

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

Help Bubble

The Plagiaris... Google Earth Imágenes JOHANNA (E) PROYECTO F... Documento1... Dibujo - Paint ES 12:40 p.m.

pagina se ha traducido del ingles al espanol | [Mostrar original](#) | [Contiguracion](#)

**¡NUEVO!** [mejorada](#) detección de plagio y más precisa [Leer más](#)

 **The Plagiarism Checker**

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
Exportaciones Para El Año 2012, this PORCENTAJE ha	Bueno
Ingresos Relacionados con el Turismo y Su importancia en la	Bueno
Clasificación, Que Floreñas utilizarse Tanto párrafo turismo internacio...	Bueno
turismo universal, coincide con la necesidad de MUCHOS Países Lati...	Bueno
Turismo Nacional: Visitantes Residentes Realizan turismo Dentro y F...	Bueno
encuentro del Productor y es sin Mercado relatively carente de	Bueno
contrario, si utiliza Recursos, bienes e implementos Importados hijo los	Bueno
Tomado COMO ESTAS Cifras referenciales ya Que No existencial	Bueno

**Resultados : No se sospecha de plagio**

[Retroceder](#)

© 2002-2010 by / DBA Brian Klug - [Contacto](#)

da Burbuja

El Checker pl... Google Earth Imágenes JOHANNA (E) PROYECTO FL... Documento1... Dibujo - Paint ES 12:14 p.m.

 **The Plagiarism Checker**

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
consideración Aplicada, Por La Cual sí ha Venido Investigando Difere...	Bueno
realizará de forma exploratoria con el fin de analizar ANTECEDENTES	Bueno
Estrategia Que realizaremos sueros de campo, POR conseguir La Inf...	Bueno
Maneja ampliamente en los Estudios Experimentales, además, de se...	Bueno
Puede Ser ventajoso CUANDO las Poblaciones hijo Pequeñas y porc...	Bueno
De Cuando las Poblaciones hijo Grandes, sí Selecciona el Muestreo en	Bueno
Procedure De La probabilidad de Selección de Muestras Más	Bueno
caracteriza Por Que La Misma conceder POSIBILIDAD DE servi Eleg...	Bueno

**Resultados : No se sospecha de plagio**

[Retroceder](#)

© 2002-2010 by / DBA Brian Klug - [Contacto](#)

da Burbuja

## CAPITULO 4

¡NUEVO! [mejorada detección de plagio y más precisa](#) [Leer más](#)

 **The Plagiarism Checker**

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
Exportaciones Para El Año 2012, this PORCENTAJE ha	Bueno
Ingresos Relacionados con el Turismo y Su importancia en la	Bueno
Clasificación, Que Floreñas utilizarse Tanto párrafo turismo internacio...	Bueno
turismo universal, coincide con la necesidad de MUCHOS Países Lati...	Bueno
Turismo Nacional: Visitantes Residentes Realizan turismo Dentro y F...	Bueno
encuentro del Productor y es sin Mercado relatively carente de	Bueno
contrario, si utiliza Recursos, bienes e implementos Importados hijo los	Bueno
Tomado COMO ESTAS Cifras referenciales ya Que No existencial	Bueno

**Resultados : No se sospecha de plagio**

[Retroceder](#)

© 2002-2010 by / DBA Brian Klug - [Contacto](#)

Ayuda Burbuja

## The Plagiarism Checker

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
turismo es Una Actividad Que Tiene Mucho Movimiento, Sobre TODO	Bueno
ESTO, Que la Creación de la ONU centro turístico en la	Bueno
Ademas, Grandes Colaboradores párrafo el turismo de han Sido los ...	Bueno
Internet Sin Duda ha SIDO DURANTE VARIOS Jahr ya la ONU	Bueno
De Cuando una persona DESEA realizar Un viaje es el internet	Bueno
Creación de la ONU Centro Turístico Se busca satisfacer las	Bueno
culminar Y Obtener LOS Resultados Estadísticos de la Investigación r...	Bueno

**Resultados :** No se sospecha de plagio

[Retroceder](#)

© 2002-2010 by / DBA Brian Klug - [Contacto](#)

Ayuda Burbuja



## CAPITULO 5

## The Plagiarism Checker

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
turismo es Una Actividad Que Tiene Mucho Movimiento, Sobre TODO	Bueno
ESTO, Que la Creación de la ONU centro turístico en la	Bueno
Ademas, Grandes Colaboradores párrafo el turismo de han Sido los ...	Bueno
Internet Sin Duda ha SIDO DURANTE VARIOS Jahr ya la ONU	Bueno
De Cuando una persona DESEA realizar Un viaje es el internet	Bueno
Creación de la ONU Centro Turístico Se busca satisfacer las	Bueno
culminar Y Obtener LOS Resultados Estadísticos de la Investigación r...	Bueno

**Resultados :** No se sospecha de plagio

[Retroceder](#)

© 2002-2010 by / DBA Brian Klug - [Contacto](#)

Ayuda Burbuja



## The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías	OK
Después la Superintendencia nos entregará las escrituras aprobadas...	OK
Obtener los permisos correspondientes Para su funcionamiento:	OK
Copia certificada de la escritura de constitución debidamente inscrita...	OK
cumplidas las disposiciones anteriores se debe inscribir las escritura...	OK
Responsabilidad Ambiental: Compromiso que se mantiene con el am...	OK
factibilidad ambiental se presenta por la conservación del medio amb...	OK
Luego hay que cumplir con las disposiciones estipuladas por la	OK

**Results:** No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

bble



## The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Producto: El centro turístico tiene como finalidad ofrecer la atención	OK
pondrá a disposición de los visitantes una serie de actividades	OK
actualidad no existe un competidor directo para este centro, ya	OK
Determinar el poder; hace atractiva una inversión; por lo tanto	OK
Debemos evitar el descuido de los servicios ofrecidos a los	OK
Además de estas estrategias se entregarán tarjetas de presentación,...	OK
analizar y evaluar los objetivos y recursos para este tema	OK
competidores van apareciendo en el mercado a medida que el	OK

**Results:** No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

bble





## The Plagiarism Checker

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
Crecimiento Económico del centro si debe mantener, MEDIANTE Un...	Bueno
Planear las remodelaciones que se vayan a realizar en el	Bueno
Atención Recomendaciones Para El Diseño de Encuesta Autor: Hern...	Bueno
Enrique en la via Naranjito-Bucay en el Cantón Naranjito	Bueno
Entre los lineamientos párr evaluar la propuesta de la Creación	Bueno
SEPÚLVEDA, Sergio: Gestión del Desarrollo Sostenible en Territorio...	Bueno
Turismo Sostenible y Bienestar social: ¿como innovar this Industria gl...	Bueno
SAAVEDRA, Irene: Introducción a la Sostenibilidad y la RSC: Netbiblo	Bueno

**Resultados :** No se sospecha de plagio

[Retroceder](#)

© 2002-2010 by / DBA Brian Klug - [Contacto](#)

ruda Burbuja

ball.com/cs/plagiarism.checker/

