



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN TURISMO

TÍTULO DEL PROYECTO:
CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL MEDIANTE FINANCIAMIENTO
BANCARIO, PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD EN
LA CIUDAD DE MILAGRO

AUTOR:
DIANA CAROLINA ABARCA AGUIRRE

TUTOR:
ING. DOLORES MIELES

MILAGRO, 2012

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Diana Carolina Abarca Aguirre, para optar al título de Licenciada en Turismo y que acepto tutoriar a la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 30 días del mes de Julio del 2012

Ing. Dolores Mieles

Nombre

Firma del tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 30 días del mes de Julio del 2012

Diana Abarca A.

Nombre

Firma del egresado(a)

CI: 0924670425

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Gracias a Dios por iluminar mi camino, ayudarme y protegerme en todo momento, por mantenerme con fuerza y salud para realizar mis actividades diarias.

El presente trabajo es solo el comienzo de mi vida puesta en práctica como Licenciada en Turismo, el cual lo he culminado con éxito y una satisfacción infinita.

Es por eso que he querido dedicar este pequeño trabajo a quienes han sido pilar fundamental para mi desarrollo no solo académico sino emocional y que siempre estuvieron ahí, a mis padres Leonor Aguirre y Jorge Abarca, por ser incondicionales en todo momento y en cada toma de decisión de mi vida, que con su apoyo y sabios consejos me dieron fuerzas para continuar hasta el final en este proceso tan difícil como es ser un profesional, a mis hermanas por apoyarme en todo momento, a mi esposo Stefano Cueva por su paciencia y apoyo diario, por incentivarme día a día a seguir adelante, a ellos muchas gracias.

A mis hijos Distephano y Valentina por ser la razón principal para la culminación de mi carrera este trabajo es para ustedes queridos hijos.

A mis suegros Franco Cueva y Jenny Montesdeoca por su apoyo y cariño incondicional en todo momento, por sus consejos y ayuda con mis hijos en los momentos de mi ausencia por mis viajes de estudio....GRACIAS.

A mi cuñada Majito por su infinito apoyo en todo momento.

Quiero extender un agradecimiento infinito y sincero a todos mis profesores que desde primer semestre hasta la culminación de mis estudios me han guiado con su sabia experiencia hacia el camino del éxito y la superación, a todos ellos muchas gracias de todo corazón. Ing. Dolores Mieles gracias por ser una amiga y una excelente catedrática, por sus sabios consejos y paciencia de corazón y por siempre muchas gracias.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MSc.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Creación de un Centro Recreacional, mediante financiamiento bancario para el Desarrollo Turístico de la población en la Ciudad de Milagro y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 30 de Julio del 2012

Diana Abarca A.

Firma del Egresado (a)

CI: 0924670425

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Problematización.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema.....	5
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo general de la investigación.....	5
1.2.2 Objetivos específicos de investigación.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO II	5

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO.....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	10
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	15
2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	19
2.4.1 Hipótesis General.....	19
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	20
2.4.3 Declaración de las Variables.....	21
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	22

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERPECTIVA.....	23
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	23
3.2.1 Características de la población.....	23
3.2.2 Delimitación de la población.....	23
3.2.3 Tipo de muestra.....	23
3.2.4 Tamaño de muestra.....	24

3.2.5 Proceso de selección.....	25
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	25
3.3.1 Métodos teóricos.....	25
3.3.2 Métodos empíricos.....	25
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	26

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	27
4.2ANÁLISIS COMPARATIVO EVOLUCION TENDENCIA Y PERSPECTIVA.....	39
4.3 RESULTADOS.....	40
4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS.....	40

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA.....	43
5.2 FUNDAMENTACION.....	43
5.3 JUSTIFICACION.....	45
5.4 OBJETIVOS.....	46
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta.....	46
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta.....	46
5.5 UBICACIÓN.....	47
5.6 FACTIBILIDAD.....	48
5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	85
5.7.1 Actividades.....	86
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.....	87
5.7.3 Impacto.....	98
5.7.4 Cronograma.....	99
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	100
CONCLUSIONES.....	101
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFIA.....	103
ANEXOS.....	104

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Declaración de Variables.....	21
Cuadro 2	
Operacionalización de Variables.....	22
Cuadro 3	
Encuesta pregunta 1.....	27
Cuadro 4	
Encuesta pregunta 2.....	28
Cuadro 5	
Encuesta pregunta 3.....	29
Cuadro 6	
Encuesta pregunta 4.....	30
Cuadro 7	
Encuesta pregunta 5.....	31
Cuadro 8	
Encuesta pregunta 6.....	32
Cuadro 9	
Encuesta pregunta 7.....	33
Cuadro 10	
Encuesta pregunta 8.....	34
Cuadro 11	
Encuesta pregunta 9.....	35
Cuadro 12	
Encuesta pregunta 10.....	36
Cuadro 13	
Encuesta pregunta 11.....	37
Cuadro 14	
Encuesta pregunta 12.....	38
Cuadro 15	
Análisis Foda.....	48
Cuadro 16	
Descripción del Negocio.....	50

Cuadro 17	
Equipo Gerencial.....	51
Cuadro 18	
Ventaja Competitiva.....	58
Cuadro 19	
Plan de Mercado.....	60
Cuadro 20	
Plan Publicitario.....	65
Cuadro 21	
Establecimiento de Estrategias.....	65
Cuadro 22	
Activos fijos.....	87
Cuadro 23	
Depreciación.....	88
Cuadro 24	
Nomina.....	88
Cuadro 25	
Detalle de gastos.....	89
Cuadro 26	
Costo de venta.....	90
Cuadro 27	
Punto de equilibrio.....	91
Cuadro 28	
Presupuesto de ingresos.....	92
Cuadro 29	
Inversión del Proyecto.....	92
Cuadro 30	
Financiación del proyecto.....	93
Cuadro 31	
Tabla de amortización.....	93
Cuadro 32	
Estado de pérdidas y ganancias.....	94
Cuadro 33	
Flujo de caja.....	95

Cuadro 34	
Balance general.....	96
Cuadro 35	
Índices financieros.....	97
Cuadro 36	
Cronograma.....	99

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	
Encuesta pregunta 1.....	27
Figura 2	
Encuesta pregunta 2.....	28
Figura 3	
Encuesta pregunta 3.....	29
Figura 4	
Encuesta pregunta 4.....	30
Figura 5	
Encuesta pregunta 5.....	31
Figura 6	
Encuesta pregunta 6.....	32
Figura 7	
Encuesta pregunta 7.....	33
Figura 8	
Encuesta pregunta 8.....	34
Figura 9	
Encuesta pregunta 9.....	35
Figura 10	
Encuesta pregunta 10.....	36
Figura 11	
Encuesta pregunta 11.....	37
Figura 12	
Encuesta pregunta 12.....	38
Figura 13	
Ubicación del Proyecto.....	47
Figura 14	
Estudio Técnico.....	81
Figura 15	
Imagen de una piscina.....	82
Figura 16	
Imagen diseño cancha.....	82

Figura 17	
Imagen de mesas de juego.....	83
Figura 18	
Imagen de juego de niños.....	84

RESUMEN

La recreación empezó en el ser humano desde que se convirtió en sedentario incluyendo actividades importantes como el juego, por eso es de suma importancia para el proceso de formación de las personas que existan opciones sanas de esparcimiento, la importancia del turismo recreacional se evidencia no solo en nuestro país, investigaciones realizadas por países vecinos de América Latina como Brasil, Colombia, Perú entre otros han descubierto que los fenómenos sociales de mayor importancia como la violencia intrafamiliar, el alcoholismo y tantos otros que inhiben la normal formación de los niños y a la postre impiden el desarrollo social de las comunidades es por la falta de opciones adecuadas de recreación para niños, jóvenes, adultos y ancianos, para lo cual es fundamental que el entorno en que se desenvuelve un individuo este dotado de opciones sanas y equilibradas de esparcimiento.

El mundo industrializado en el que nos desenvolvemos actualmente, nos ha obligado a tener un estilo de vida más agitado y lleno de estrés, es por eso que el presente trabajo es un análisis de factibilidad para la Creación de un Centro Recreacional en la ciudad de Milagro, se lo ha desarrollado con la finalidad de comprobar la necesidad que tiene el Cantón Milagro y sus habitantes de tener un espacio equilibrado para recrearse en sus tiempos libres.

A lo largo de este estudio se ha utilizado metodologías muy variadas e importantes como son la hipotética deductiva, las cuales nos han ayudado a entender la importancia de la realización de este trabajo, tanto para la sociedad como para el desarrollo turístico del Cantón.

Palabras claves: recreación, desarrollo, formación, turismo

ABSTRACT

The recreation began in humans since it became sedentary including important activities like gambling, so it is critical to the formation of people there are healthy choices for recreation, recreational tourism's importance is evident not only in our country, research by neighboring countries of Latin America such as Brazil, Colombia, Peru and others have found that the most important social phenomena such as domestic violence, alcoholism and many others that inhibit the normal formation of children and ultimately impede social development of communities is the lack of adequate recreation options for children, youth, adults and seniors, which is critical for the environment in which it develops an individual is provided with healthy and balanced options for recreation.

The industrialized world in which we live today, has forced us to have a more hectic lifestyle and stressful, which is why this work is a feasibility analysis for the Creation of a Recreation Center in the city of Milagro, it has been developed in order to verify the need for the Canton Miracle and its inhabitants to have a balanced space for recreation in their spare time.

Throughout this study we used very different methodologies and important as are the hypothetical deductive, which have helped us understand the importance of carrying out this work, both for society and for tourism development in the Canton.

Keywords: recreation, development, training, tourism

INTRODUCCIÓN

La Ciudad de San Francisco de Milagro se encuentra ubicada en una parte privilegiada de la provincia de Guayas, rodeada por sus sembríos de caña de azúcar y piña los cuales han ayudado a ser reconocida a nivel nacional, con vías de acceso en buen estado lo cual es un factor principal para el desarrollo turístico y comercial de un país o ciudad, sin embargo un buen sistema de carreteras no es suficiente, es importante que este adecuadamente provisto de servicios para sus usuarios.

Es de vital importancia analizar las necesidades y los servicios que tienen los centros recreacionales, en la actualidad estos servicios son escasos y los que existen lo hacen en forma rudimentaria, antihigiénica o desordenada, funcionando así ineficientemente para el disfrute de los turistas que transitan por la vía Milagro - Naranjito.

La idea nace en establecer un lugar con diferentes alternativas de diversión, tanto para niños, jóvenes y adultos con un servicio de calidad, el cual así mismo ayudara a las familias milagreñas a incrementar sus posibilidades de tener momentos de esparcimiento, reduciendo sus gasto significativamente tanto en lo que es movilidad a diferentes centros de recreación en los cantones vecinos, como el de pagar precios similares por los servicios recibidos, para lo cual es importante contar con personal calificado en el área del turismo para la creación de un centro recreacional conjugado por el impulso de una visión compartida y el trabajo en equipo.

Con este proyecto la comunidad, no se beneficiara solo económicamente sino que turísticamente, será un modelo para las personas que quieran inmiscuirse directamente en el lucro de este tipo de negocio, pues permite que las personas de las comunidades aledañas se beneficien de otra fuente de ingreso.

El objetivo del proyecto es fomentar dentro de los centros de recreación la provisión de alimentos y bebidas de un alto nivel y a un precio razonable en condiciones higiénicas y placenteras para satisfacer la demanda existente o futura, acompañado

de áreas de recreación para brindar a los usuarios oportunidad de descanso y esparcimiento.

La originalidad de esta propuesta es brindar en una excelente vía de la ciudad de Milagro como la que conecta Roberto Astudillo, Naranjito, hasta llegar al cantón Bucay el cual está dotado de un sin número de sitios de interés, es un producto turístico nuevo, innovador, que no solo tenga equipamiento de última moda sino que rescate esas formas ancestrales de diversión, como el trompo, la rayuela entre otros, acompañados de actividades pedagógicas para ayudar a los niños a desenvolverse mejor en los espacios físicos y desarrollar de manera óptima y segura su motricidad gruesa.

Esta propuesta cuenta con un valor agregado único, que lo distingue de los demás centros de recreación de la ciudad, el cual es transformar la imagen de un centro de entretenimiento que siempre se lo ha visto como un sitio donde se va a divertirse y en muchas ocasiones sin una conciencia medio ambiental enorme, en un sitio de diversión con charlas medio ambientales que ayuden no solo a la protección del establecimiento sino a la conservación de la ciudad en sí, acompañados de carteles que por medio de gráficos ayuden al buen y fácil entendimiento de lo que se debe cambiar en nuestros hábitos diarios para contribuir a la protección del planeta, empezando por uno mismo.

Para la buena ejecución de este proyecto es necesario realizar una investigación de campo profunda, utilizando un estudio Explorativa y descriptivo que nos ayude a recabar información necesaria sobre la problemática que afecta la parte turística de los centros de entretenimiento de la ciudad, para darle una solución inmediata.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización: origen y descripción del problema

La Ciudad de Milagro y su entorno no muestra señales de desarrollo turístico y más bien tiende a disminuir su producción económica, la falta de planes estratégicos para el desarrollo y continuidad de este tipo de negocios son nulos y casi escasos, disminuyendo los momentos de esparcimiento y recreación familiar de sus habitantes y los de sus alrededores, esto genera la migración de la población Milagreña hacia otros balnearios en las ciudades vecinas del Cantón y de los que transitan por sus vías por la falta de sitios donde recrearse y tomar un tiempo de descanso.

Ante esta situación y con el fin de motivar a la población del Cantón y a las personas que transitan por la vía Milagro – Naranjito se plantea la idea de crear un centro de recreación para el desarrollo de la comunidad en la Ciudad de Milagro, como un centro de distracción y esparcimiento que brinde todas las comodidades y facilidades para el viajero de esta ruta, y una nueva fuente de ingreso para los pobladores del recinto “Los Linderos de Venecia”.

De no llevarse a cabo la realización de este proyecto los centros recreacionales existentes no mejoraran la calidad de sus servicios y atención al cliente, y en un futuro será más difícil llegar al desarrollo que se puede tener gracias a la existencia de un buen producto turístico existente en esta zona.

1.1.2 Delimitación del problema

Espacio

- País: Ecuador
- Región: Litoral o Costa
- Provincia: Guayas
- Cantón: Milagro
- Recinto: Los Linderos de Venecia

Universo

Está orientada a la población de la Ciudad de Milagro que cuenta con 250.000 mil habitantes, la investigación estará dirigida a la Clase Económica Media y Media-Alta.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera contribuirá la creación de un centro recreacional para el desarrollo turístico de la población Milagreña?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera la falta de una buena infraestructura está afectando al desarrollo del turismo del cantón?

¿Cómo la falta de productos turísticos está afectando a la continuidad del negocio?

¿Cómo la falta de un plan de marketing está afectando a la afluencia de visitantes a los centros de recreación de la Ciudad de Milagro?

¿Cómo la falta de apoyo de los gobiernos seccionales perjudica al crecimiento turístico de la ciudad?

¿De qué manera la mala administración de los centros recreacionales existentes está contribuyendo a que la ciudad de Milagro no sea un potencial turístico?

¿De qué manera la falta de un centro recreacional bien equipado está afectando al crecimiento turístico de la Ciudad de Milagro?

1.1.5 Determinación del tema

Creación de un Centro Recreacional, mediante financiamiento bancario, para el Desarrollo Turístico de la Comunidad en la Ciudad de Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Crear un Centro Recreacional Turístico mediante un préstamo bancario en el Banco del Pichincha, y la aportación de los socios, para desarrollar una nueva alternativa de recreación y descanso en la población milagreña y tengan más posibilidades de pasar momentos de esparcimiento en familia.

1.2.2 Objetivos específicos

- 1.- Analizar el inventario de infraestructura turística del cantón.
- 2.- Elaborar productos turísticos sostenibles
- 3.- Diseñar un plan de marketing
- 4.- Proponer a los gobiernos seccionales micro proyectos turísticos como nueva fuente de desarrollo de la ciudad.
- 5.- Trabajar con Licenciados en Turismo capacitados en gestión de empresas de ocio.
- 6.- Crear un sitio recreacional con servicio de calidad y recursos recreativos innovadores para contribuir al desarrollo turístico de la Ciudad de Milagro.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

En la ciudad de Milagro los pequeños empresarios promueven una amplia variedad de negocios que son escasamente de baja rentabilidad por dificultades y el medio en que vivimos. Existe un amplio potencial para la implementación de este negocio, puede ser en ciudades grandes como pequeñas, dentro o en las afueras de ellas.

Este proyecto busca hacer un estudio y plantear los mecanismos que permitan viabilizar la elaboración y promoción de un centro recreacional familiar. Entre los estímulos más significativos para el desarrollo de este proyecto es la seguridad de que todavía se puede situar negocios de esta clase en la ciudad, y a su vez lograr ganancias significativas, pues la diferencia de este centro recreacional va llamar la atención del gran grupo de personas que acostumbran a visitar este tipo de atractivos en busca de algo nuevo y novedoso, con nuevos estilos y nuevos conceptos de servicios.

Para llevar a cabo la idea del centro recreacional, es necesario incluir en el proyecto un adecuado análisis e investigación de mercado, que permita conocer las preferencias de los consumidores y que productos ofrecerles, y de esa forma aumentar las probabilidades de tener un negocio exitoso.

Con la ejecución de este proyecto se ayudara a desarrollar turísticamente la Ciudad de Milagro, y así también al desarrollo socio-económico de la población del Recinto Los Linderos de Venecia, que se ha visto afectado en sus ingresos económicos por la carencia de centros turísticos en la vía Milagro-Naranjito lo cual ha llevado a que esta importante carretera se convierta en vía muerta de sitios turísticos y del agrado de la gente.

Es importante destacar que la Ciudad de Milagro esta próxima a convertirse en capital de la región cinco de nuestro país por lo consecuente es de suma importancia dotarla no solo de servicios básicos sino también de recursos turísticos, no solo para el disfrute de la población actual del cantón sino para las personas que vendrán en un futuro.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

La recreación empezó en el ser humano desde que se convirtió en sedentario incluyendo actividades importantes como el juego, por eso es de suma importancia para el proceso de formación de las personas que existan opciones sanas de esparcimiento, sin embargo el turismo nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros que se demuestran desde la edad antigua donde se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua, en la edad media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente.

En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas, mientras que en la edad moderna continúan las peregrinaciones, en la edad contemporánea es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad.

¹La recreación en las civilizaciones mas antiguas como Egipto sus pobladores llevaban una vida fastuosa lleno de colorido, por lo que se podría considerar que le dieron una gran importancia a la recreación, las actividades recreativas que realizaban consistían en una gran variedad de deportes como la gimnasia, la lucha, el levantamiento de pesas y otras actividades como la caza, la arquería, la música , la danza y la pintura.

²En Siria y Babilonia estas dos culturas que florecieron en el valle de Mesopotamia entre los ríos tigris y Éufrates su principal forma de recrearse era encaminada a la lucha, el boxeo, la caza, la danza, la escultura, y los jardines zoológicos y botánicos.

³En la cultura griega es donde florece plenamente el ocio como la recreación, es aquí donde se da el concepto de “hombre integral” y se le dio gran importancia al arte, deporte, y al conocimiento, la recreación se daba con diferentes deportes, la escultura, la música, la poesía, el teatro, todo esto combinado con los juegos sagrados en honor a los dioses.

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

Luego de la Segunda Guerra Mundial se produjo una vinculación necesaria entre el turismo y la recreación puesto que la vida cotidiana ofrecía una temporalidad para actividades después de la jornada laboral, y los reclamos sostenidos por un descanso más prolongado dan lugar a las vacaciones pagas, origen del turismo tal lo entendemos en las sociedades modernas.

El turismo surge como una actividad recreativa en una temporalidad más prolongada y en un espacio diferenciado al del lugar de residencia habitual. Ahora bien, para que ocurra el hecho turístico y a partir del desplazamiento que conlleva se han debido desarrollar los denominados servicios básicos del turismo –alojamiento, alimentación y transporte-, materializados en hoteles, restaurantes, líneas aéreas y

¹ <http://www.buenastareas.com>

² <http://www.buenastareas.com>

³ <http://www.buenastareas.com>

de buses entre otras. La consecuencia inmediata al desarrollo de tal estructura para la atención del turista ha sido la de otorgar al turismo un tratamiento diferenciado de otras prácticas recreativas, encubriendo en muchos análisis su esencia en manos del consumo. Esto propició una atención casi exclusiva a los aspectos económicos originados a partir de tales desplazamientos.

Como consecuencia del desplazamiento que se observó tras finalizar la guerra y donde las actividades que involucraban al turismo se empezaron hacer más notorias, nace la necesidad de brindar a la población un espacio de esparcimiento, es así como en Australia a principios del año de 1980 se construyeron las primeras piscinas naturales que se las conocían como Schwimmteich.

La primera la construyó DI Werner Gamerith en su jardín particular, algunas de las primeras empresas que utilizaron y desarrollaron la idea de la piscina natural de manera comercial fueron la empresa austriaca Biotop Landschaftsgestaltung y la empresa alemana BioNova.

En 1991 BioNova construyó la primera piscina natural de uso público, seguida por otra de Biotop en Unzmarkt (Styria, Austria). El mercado de las piscinas naturales se expandió por Alemania a finales de los años 1980. En 1998 los austriacos Gerhard Brandlmeier y RainerGrafinger de la empresa BioNova diseñaron y construyeron la primera piscina natural pública de Alemania.

Las piscinas naturales se extendieron por toda Europa: Suiza, Reino Unido, Francia, Italia, España, Bélgica, Holanda, Hungría y la República Checa. En noviembre de 2005, el paisajista inglés Michael Littlewood escribió el primer libro de gran difusión en inglés sobre piscinas naturales.

En el 2010, hay más de 20.000 piscinas naturales en Europa, un centenar de las cuales son en realidad piscinas naturales de uso público en Alemania. BadMariaEinsiedel, diseñada por BioNova, marcó la piscina número 100, y se inauguró el 7 de junio de 2008. En el verano del año 2010 BioNova construyó la primera piscina natural pública en Suecia en la ciudad de Sigtuna.

Algunas investigaciones hechas después de la segunda guerra mundial por la OMT las estadísticas indican que uno de los países más visitados turísticamente ha sido

Francia con 74,2 millones de visitantes, seguido por España, Usa, China, Italia, Reino Unido, Turquía, Alemania, Malasia y México con 21,5 millones de visitantes, mientras que en América Latina las estadísticas indican que Ecuador ocupa en el 2009 el séptimo puesto de llegadas con 968 millones de visitantes.

En el Ecuador la actividad turística empezó desde hace muchos años gracias al esfuerzo de varios gobiernos de turno que se interesaron por el turismo como fuente importante de ingreso como en el gobierno del Ing. Isidro Ayora en 1930 el cual facilitó el ingreso de los viajeros al país e impulsó la promoción e información turística del país.

La importancia del turismo recreacional se evidencia no solo en nuestro país, investigaciones realizadas por países vecinos de América Latina como Brasil, Colombia, Perú entre otros han descubierto que los fenómenos sociales de mayor importancia como la violencia intrafamiliar, el alcoholismo y tantos otros que inhiben la normal formación de los niños y a la postre impiden el desarrollo social de las comunidades es por la falta de opciones adecuadas de recreación para niños, jóvenes, adultos y ancianos, para lo cual es fundamental que el entorno en que se desenvuelve un individuo este dotado de opciones sanas y equilibradas de esparcimiento.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

En las sociedades preindustriales, encontramos que la disposición de tiempo libre era reservada a una casta ociosa, que disfrutaba del mismo tal como lo concebían los griegos, esto es, como derecho solo de una minoría, que por su linaje y pertenencia podía vivir sin trabajar.

La gran masa no se sustraía del trabajo, salvo en aquellos casos de inactividad forzada, en que por condiciones del clima o por azares del destino, el individuo quedaba excluido de la cadena productiva.

Con el surgimiento de las primeras sociedades industriales, se produce el éxodo hacia las grandes urbes, lugar de asentamiento de las primeras fábricas, y se transforman las condiciones de trabajo, aumentando las presiones del mismo sobre el individuo, en aras del aumento de la productividad. El trabajo se convierte en el

valor fundamental del sistema social, instaurándose una verdadera moral del trabajo, siendo el ocio criticado desde un punto de vista moral y económico.

⁴Durante los años sesenta, una serie de sociólogos neo marxistas franceses, partiendo de criterios europeos, siguen el mismo itinerario de reflexión que pocos años antes habían desarrollado algunos sociólogos norteamericanos, como Mead, Wolfenstein, Riesman o Kaplan entre otros, consideran el ocio como un factor claro de liberalización en la era de la producción y el trabajo. Empiezan a considerarlo como si fuera una conquista social, hablan abiertamente de la moralidad del placer y, por primera vez en la historia, vinculan el ocio con la sociedad de consumo; el último de los autores nombrados incluso incluye dentro del concepto " OCIO" todo lo que no es producir.

⁵Según Lanfant, son el progreso técnico y la acción social los que permiten que la persona pueda disfrutar del ocio como una liberación del trabajo productivo: Nuestra cultura –afirma-está inmersa en un sistema de pensamiento que ha convertido el ocio en la condición de la felicidad y de la libertad. Lefebvre añade que entra a formar parte de las necesidades preexistentes. La fatiga de la vida moderna hace indispensable la diversión, la distensión.

⁶Por otro lado, se desarrollan las industrias del turismo masivo de sol y playa como consecuencia de la madurez de los componentes tecnológicos –transporte aéreo y operadores turísticos, principalmente-, sociales-tiempo disponible e interés por consumir un mes de vacaciones pagadas, que genera el gran éxodo estival hacia las zonas del sur de Europa y hacia el oeste americano o Florida- y económicos-renta disponible en amplios sectores de la población de la mayoría de los países del centro y del norte de Europa, de Estados Unidos y Canadá, lo que motiva un desplazamiento del interés inicial por el ocio, tal y como profetizaban los sociólogos, hacia temas estrictamente turísticos.

⁷Durante este período, el turismo se adelanta al ocio, lo canibaliza y lo convierte en un elemento a su servicio, lo que supone un protagonismo superior de los operadores turísticos, el transporte aéreo, las agencias de viaje y los hoteleros. El

⁴ FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

⁵ FRANCESC VALLS, Josep: *Las claves del Mercado Turístico*, Deusto, España, 2003

⁶ FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

⁷ FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

objetivo pasa a ser el viaje en sí mismo y los aspectos relacionados con el ocio constituyen una parte poco importante del conjunto.

⁸El turismo se convierte en un paquete que se compra al mayorista en el país de origen y que incluye un viaje- básicamente en avión o autocar y pocas veces en tren o barco- y una estancia en un alojamiento- en un hotel o en un camping o, para algunos que se desplazan con vehículo propio, en un apartamento o chalé de alquiler o de propiedad. En todos los casos, la agencia receptiva proporciona los servicios de traslado del aeropuerto al hotel y viceversa, y ofrece excursiones. Se trataba, pues, de un modelo absolutamente estandarizado que servirá tanto para unos como para otros

⁹En el Estado español se aplican determinados sistemas de calidad para hoteles, agencias de viajes, restaurantes, camping y otros destinos promovidos, en la mayoría de los casos, por la Administración central o la autonómica, o por el propio colectivo implicado.

¹⁰En los últimos años, una parte importante de la red turística española de turismo de recreación y playa- de manera especial la hotelera y algunos destinos concretos- ha realizado inversiones del orden de un billón de pesetas para adoptar la calidad como sistema de gestión integral.

¹¹Al analizar los productos de turismo y ocio es conveniente descomponerlos en función de los tipos de proceso de servicio, los elementos involucrados en la producción, el tipo de relación de la empresa con los clientes y de otros aspectos como el sistema de entrega o la relación de la demanda con la oferta por lovelock.

¹²Los nuevos productos son la respuesta de las empresas de turismo y ocio a las nuevas demandas de satisfacción y tienen mucho que ver con la realización de actividades de contraste con el trabajo diario y con el ámbito de lo cotidiano a lo largo de todo el año. Son actividades como el contacto con la naturaleza, el patrimonio cultural, el deporte, la aventura, el descubrimiento, la relación, los

⁸ FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

⁹ FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

¹⁰ FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

¹¹ FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

¹² FRANCESC VALLS, Josep: *Gestion de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestion 2000, 2000

acontecimientos, el descanso, la lectura, la gastronomía, los negocios o los multimedia entre otros.

Turismo, ocio, cultura, deporte, relación... ¿estamos hablando de lo mismo? ¿Responden todos estos conceptos a las mismas motivaciones por las que se mueven los consumidores contemporáneos de turismo y ocio en busca de la satisfacción?

¹³Es en las sociedades mediterráneas, Griega y Romana, donde el tiempo de ocio es verdaderamente aprovechado para el desarrollo individual y la realización personal. En Grecia, el tiempo de ocio es destinado a la contemplación creadora del espíritu generando manifestaciones artísticas y científicas y planteamientos filosóficos. El ocio adquiere la propiedad de un medio para el enriquecimiento físico y espiritual, con las funciones En la sociedad romana, a diferencia, el ocio es considerado como un medio compensador de las energías para el trabajo. Ocio se identifica con tiempo libre; negocio (*nec-otium* = negación del ocio) es tiempo ocupado. Ese tiempo de descanso es ocupado en entretención o diversión que distrae de la obligación laboral y que en muy pocas ocasiones enriquece verdaderamente el espíritu. Las peleas de los gladiadores o los sacrificios de cristianos frente a los leones no se pueden considerar de ninguna manera como “diversión constructiva” (ni más faltaba!).

El re creacionismo, enfatiza en el carácter netamente compensatorio de la recreación en cuanto otorga singular importancia a las actividades desarrolladas en el tiempo de no trabajo, las cuales hacen las veces de factor re-equilibrante y regenerativo del estado anímico y físico de las personas involucradas. De tal forma, el tipo de actividades es lo de menos, pues éstas tienen el carácter de aleatorias – en ocasiones desordenadas- e individualistas y a través de ellas -o en ellas-, se pretende que se dé cierto grado de sociabilidad sin más condiciones que el disfrute del conjunto en masa. De lo que se trata en últimas es de ocupar el tiempo no ocupado laboralmente, trátase de los momentos después de la jornada, el día libre o las vacaciones. Por ello, quienes dirigen u organizan –desde afuera- este tipo de actividades son “oficiantes” del ejercicio físico o recreadores empíricos que, si bien

¹³ FRANCESC VALLS, Josep: *Las claves del Mercado Turístico*, Deusto, España, 2003

es cierto, en ocasiones planean sus programas y rutinas, ellas están lejos de cumplir que definimos con anterioridad.

Este modelo de acción, desafortunadamente el de más arraigo en nuestro medio, se corresponde con el sistema socio-económico imperante, por cuanto en él no media ni interviene la reflexión, el cuestionamiento o la trascendencia humanista de lo realizado más allá del divertimento; más bien, de lo que se trata es de perpetuar –y aceptar- el estado de cosas. Los casinos y gimnasios de las empresas sirven a la medida a tales propósitos.

¹⁴Los centros recreacionales en nuestro país se han posesionado en un sitio muy importante dentro de la demanda turística nacional, incluyendo en diferentes localidades centros recreacionales que fomentan el turismo y la recreación, tal es el caso del parque recreacional de Jipiro ubicado al norte de la ciudad de Loja con una gran extensión de áreas verdes de 10 hectáreas, considerado el mas bello del país, que incluyen áreas de recreación infantil, áreas naturales y culturales y una gran variedad de restaurantes de comida rápida, sin dejar a un lado la preservación de sus áreas, el cual fue construido con el objeto de que la gente pobre disponga de un lugar accesible para disfrutar con toda su familia.

Los centros recreacionales son sitios que han llegado a formar parte de importantes cadenas hoteleras en el país que busca en dar un valor agregado a la demanda actual y futura con una fusión de buen servicio y recreación.

¹⁵Uno de los centros hoteleros recreacionales más importantes que cuenta el Ecuador es el Decamerón de Mompiche, el cual brinda un servicio de calidad no solo en sus áreas de hospedaje sino también en las de recreación ofertando como valor agregado actividades recreativas para niños y adultos tanto deportivas como culturales.

En la provincia de Manabí existe el hotel del Pacifico el cual es pionero en la zona en la oferta de hospedaje y áreas de recreación con una tecnología de punta, la cual lo ha posesionado entre los más visitados de la zona.

¹⁴ <http://www.vivaloja.com>

¹⁵ <http://www.decameron.com>

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Administración: Es un proceso que consiste en las actividades de planeación, organización, dirección y control para alcanzar los objetivos establecidos utilizando para ellos recursos económicos, humanos, materiales y técnicos a través de herramientas y técnicas sistematizadas.

Afluencia: Concurrencia en gran número a un lugar o sitio.

Calidad: La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Centro Recreacional: Son áreas de gran extensión en las cuales se ubican, de forma integrada, las actividades propias de los parques temáticos de atracciones de carácter recreativo, cultural y de recreo y usos complementarios deportivos, comerciales, hoteleros y residenciales, con sus servicios correspondientes.

Cultura: Es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad se manifiesta. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias

Cuantitativa: Es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o de manera más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la Estadística.

Cualitativa: Es un método de investigación usado principalmente en las ciencias sociales que se basa en cortes metodológicos basados en principios teóricos tales como la fenomenología, hermenéutica, la interacción social empleando métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan los correspondientes.

Crecimiento económico: Es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente un país o una región) en un determinado período.

Creación: Aquella producción de algo a partir de la nada.

Desarrollo económico: Es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo.

Desarrollo sostenible: Es el desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones.

Diseño: El diseño es una actividad creativa que tiene como objetivo establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas en sus ciclos de vida completos”.

Eficacia: Es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción.

Encuesta: La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Entrevista: Es un acto comunicativo que se establece entre dos o más personas y que tiene una estructura particular organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas.

Estructura: Es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende; alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Estudio Explicativo: Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

Fenómeno Social: Es la actitud consciente del hombre ante los fenómenos de la vida social y su propia condición social, iniciándose espontánea y conscientemente contra los factores que lo limiten, lo opriman y lo exploten, de manera tal que lo impulse de manera inevitable a un cambio social.

Hipótesis: Suposición sin pruebas que se toma como base de un razonamiento.

Infraestructura: Infraestructura, es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende; aeropuerto, puerto, sistema vial, acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte y aseo urbano.

Investigación de mercado: Es la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Investigación de Campo: Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

Muestra: Parte o porción extraída de un conjunto, por métodos que permiten considerarla representativa del mismo.

Operacionalización: Es el proceso de transformación de un concepto en valores empíricamente medibles.

Población: Es un grupo de personas u organismos de una especie particular, que vive en un área o espacio, y cuyo número de habitantes se determina normalmente por un censo.

Proyecto: Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.

Productividad: Es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

Plan de marketing: Un Plan de promociones, mercadeo o marketing (Plan de Marketing) es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de producto. También puede hacerse para toda la actividad de una empresa. Su periodicidad puede depender del tipo de plan a utilizar, pudiendo ser desde un mes, hasta 5 años (por lo general son a largo plazo).

Rentabilidad: La rentabilidad es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos.

Recursos turístico: Recursos turísticos, es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico cultural.

Responsabilidad social: A la carga, compromiso u obligación que los miembros de una sociedad -ya sea como individuos o como miembros de algún grupo- tienen tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto. El concepto introduce una valoración -positiva o negativa- al impacto que una decisión tiene en la sociedad. Esa valorización puede ser tanto ética como legal, etc.

Satisfacción: El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Sedentario: Modo de vida o comportamiento caracterizado por la carencia de agitación o movimiento.

Servicios: Es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.

Técnicas: Es un procedimiento o grupo de procedimientos que tienen el fin de obtener un resultado específico sin importar el campo en donde nos estemos desarrollando (arte, tecnología o ciencia).

Tema: Proposición o texto que se toma por asunto o materia de un discurso.

Turismo: Son las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Turismo sostenible: Es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

Variable: Son características de la realidad que puedan ser determinadas por observación y, lo más importante, que puedan mostrar diferentes valores de una unidad de observación a otra, de una persona a otra, o de un país a otro (edad, ingresos, número de habitantes).

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

¿Cómo contribuirá la creación de un centro recreacional para el desarrollo turístico de la población Milagreña?

2.3.2 Hipótesis Particulares

- La falta de una buena infraestructura afecta al desarrollo del turismo del cantón.
- Los productos turísticos ayudan a la continuidad del negocio.
- La falta de un plan de marketing afecta a la afluencia de visitantes a los centros de recreación de la Ciudad de Milagro.
- La falta de apoyo de los gobiernos seccionales perjudica al crecimiento turístico de la ciudad.
- La mala administración de los centros recreacionales existentes está contribuyendo a que la ciudad de Milagro no sea un potencial turístico.
- Un centro recreacional bien equipado contribuye al crecimiento turístico de la Ciudad.

2.3.3 Declaración de Variables

CUADRO 1

Hipótesis Hipótesis General	Variable Independiente	Variable Dependiente
¿Cómo contribuirá la creación de un centro recreacional para el desarrollo turístico de la población Milagreña?	Creación de un centro de recreación	Desarrollo turístico
1.-La falta de una buena infraestructura afecta al desarrollo del turismo del cantón.	Infraestructura	Desarrollo del turismo
2.- Los productos turísticos ayudan a la continuidad del negocio.	Productos Turísticos	Continuidad del negocio
3.- La falta de un plan de marketing afecta a la afluencia de visitantes a los centros de recreación de la Ciudad de Milagro.	Plan de marketing	Afluencia
4.- La falta de apoyo de los gobiernos seccionales perjudica al crecimiento turístico de la ciudad.	Falta de apoyo	Crecimiento Turístico
5.-. La mala administración de los centros recreacionales existentes está contribuyendo a que la ciudad de Milagro no sea un potencial turístico.	Mala administración	Potencial turístico
6.- Un centro recreacional bien equipado contribuye al crecimiento turístico de la Ciudad.	Centro Recreacional	Crecimiento Turístico

2.3.4 Operacionalización de las variables

CUADRO 2

VARIABLE	TIPO	CONCEPTO	INDICADORES
Centro Recreacional	Independiente	Son áreas de gran extensión en las cuales se ubican, de forma integrada, las actividades propias de los parques temáticos de atracciones de carácter recreativo, cultural y de recreación.	>Unión familiar >Mejora en la calidad de vida
Desarrollo turístico	Dependiente	Es el incremento de visitantes en espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas.	>Más visitantes al cantón >Crecimiento económico del cantón
Infraestructura	Independiente	Es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo	>Buen servicio >
Desarrollo del Turismo	Dependiente	Incremento de visitantes en espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas.	>Más visitantes al Cantón >Crecimiento económico del Cantón
Producto Turístico	Independiente	Conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje y que está dotado de recursos naturales, culturales e infraestructura	>Satisfacción de los turistas
Continuidad del negocio	Dependiente	Es mantener la funcionalidad de una organización, a un nivel mínimo aceptable durante una contingencia.	Eficiencia en la producción
Plan de Marketing	Independiente	Es un documento que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado para un bien o servicio, una marca o una gama de producto o para toda la actividad de una empresa.	>Mayor conocimiento de la gente >Reconocimiento local y provincial
Afluencia de visitantes	Dependiente	Concurrencia en gran número a un lugar o sitio.	>Mayor rentabilidad del negocio
<i>Falta de apoyo</i>	Independiente	Carencia de recursos para la realización de una actividad.	>Falta de buenas infraestructuras >Decrecimiento turístico del Cantón
Crecimiento turístico	Dependiente	Incremento de visitantes en espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas.	>Mayor demanda de turistas
Mala administración	Independiente	Es no saber administrar los recursos con los que se cuenta para tener mayor utilidad con un mínimo de esfuerzo	>Mal manejo de los recursos
Potencial turístico	Dependiente	Es el dotado por buen servicio y calidad.	>Aumento de visitantes
Centro Recreacional	Independiente	Son áreas de gran extensión en las cuales se ubican, de forma integrada, las actividades propias de los parques temáticos de atracciones de carácter recreativo, cultural y de recreación.	>Unión familiar >Mejora en la calidad de vida
Crecimiento Turístico	Dependiente	Incremento de visitantes en espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas.	>Mayor demanda de turistas

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El presente trabajo es un diseño no experimental, que busca la solución de la problemática del desarrollo turístico del cantón Milagro, mediante una investigación de campo, la cual se apoya de información proveniente de diferentes fuentes de información como las secundarias y primarias.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

El universo de nuestro proyecto está comprendido entre la población de Milagro y sus alrededores que cuentan con 200.000 habitantes, dirigido a la clase económica media y media alta.

3.2.2 Delimitación de la población

El proyecto se basa en la población de la Ciudad de San Francisco de Milagro, en el recinto Los Linderos de Venecia, con una población finita que consta de 200.000 habitantes.

3.2.3 Tipo de Muestra

El tipo de muestra del proyecto es una muestra probabilística porque se ha seleccionado a la población del cantón Milagro.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La población con la que va a trabajar el proyecto es una población finita, para la cual se utiliza la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$$n = \frac{200.000 (0.5 * 0.5)}{\frac{(200.000 - 1) 0.05^2}{(1.96)^2} + 0.05 * 0.05}$$

$$n = \frac{50.000}{\frac{(199999) 0.0025}{3,8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{50.000}{\frac{499.9975}{3,8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{50.000}{130.40}$$

$$n = \frac{383,44}{}$$

El número de población que nos servirán como muestra para este estudio de mercado es de 383, la muestra es de tipo probabilístico, las encuestas las realizaremos para conocer su opinión que ayudará en el avance del proyecto.

3.2.5 Proceso de Selección

El proceso de selección para la realización del proyecto es de una muestra probabilística y nos permite que todo sujeto sea parte del proceso de selección sin distinción de sexo, raza o estatus social, en donde se ha utilizado un procedimiento aleatorio.

3.3 Los Métodos y las Técnicas

Los métodos y técnicas que se utilizaran en el proyecto son los siguientes:

Histórico – Lógico, porque relacionaremos datos obtenidos anteriormente respecto al trabajo que se realiza en la investigación, y lo pondremos a comparación con los métodos actuales que hay para minimizar el trabajo y maximizar el estudio de viabilidad.

Analítico – Sintético, porque mediante este método separamos las partes o elementos constitutivos de un todo, para luego unir las partes principales y formar un nuevo todo.

Inductivo – Deductivo, porque se analizara el problema de lo particular a lo general y viceversa, para obtener resultados los cuales ayudaran a obtener conclusiones de carácter general.

Hipotético – Deductivo, porque a través de la observación de un caso particular se puede plantear un problema este lleva a un proceso de inducción que remite el problema a una teoría para formular una hipótesis, que a través de un razonamiento deductivo intenta validar la hipótesis empíricamente.

Los métodos empíricos fundamentales que se utilizaran son:

Observación, con la ayuda de esta técnica se podrá observar y analizar el fenómeno, hecho o caso y tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Las técnicas de investigación que se utilizaran son las siguientes:

La encuesta, es una técnica destinada a obtener datos de varias personas que ayuda a conocer los gustos y preferencias de los consumidores.

La entrevista, esta técnica se la realiza mediante un listado de preguntas escritas que se las entregaran a los sujetos, también se lo denomina cuestionario.

3.4 El tratamiento estadístico de la información

El tratamiento estadístico de la información se la realizara a través de la encuesta y la entrevista, las cuales ayudaran para luego la información recabada de las encuestas tabularlas en un programa de Excel y poder obtener los resultados en forma cuantitativa, y las entrevistas que nos darán resultados en forma cualitativa que ayudaran a obtener una visión más clara sobre la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Encuesta

1.- ¿Cree usted que los centros de recreación de la ciudad de Milagro cuentan con una buena infraestructura?

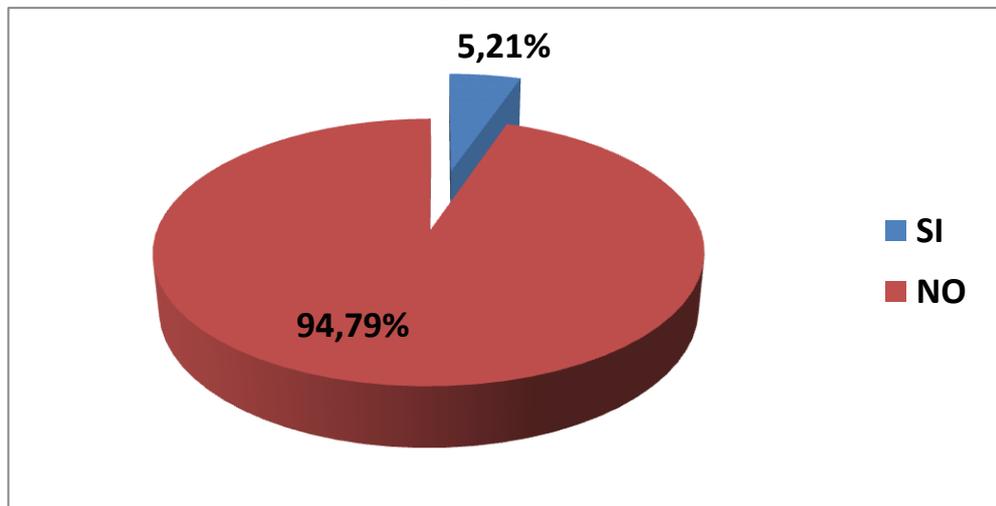
CUADRO 3

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	20	5,21%
NO	364	94,79%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE: CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)

AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 1



FUENTE: CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)

AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: De los resultados obtenidos podemos determinar que la opinión de los visitantes de los centros recreacionales es con el 5,21% que los centros de diversión cuentan con buena infraestructura, mientras que el 94,79% que no cuentan con una infraestructura adecuada para recibir a los visitantes.

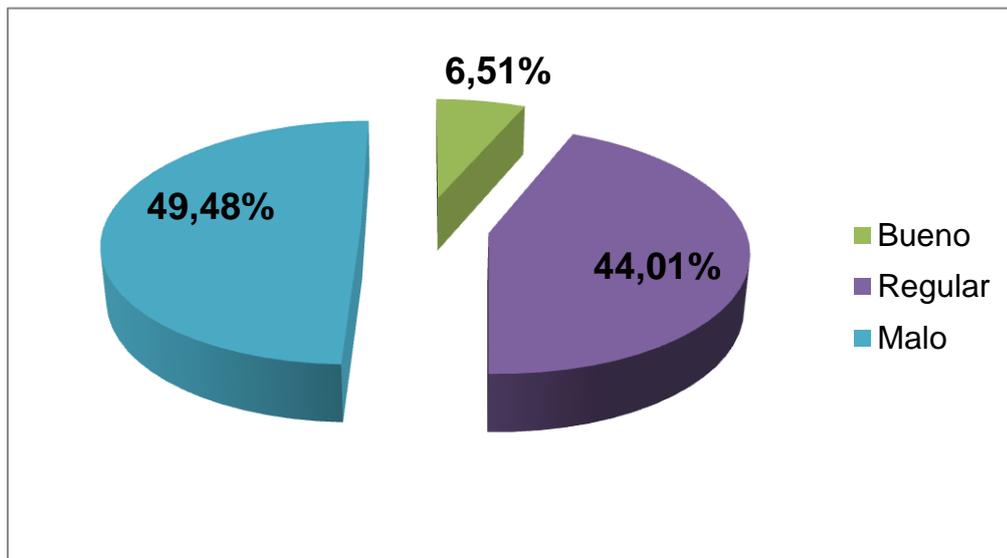
2.- ¿En qué condiciones piensa usted que se encuentran las instalaciones de los sitios de recreación de la ciudad para brindar sus servicios?

CUADRO 4

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Bueno	25	6,51%
Regular	169	44,01%
Malo	190	49,48%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE: CIUDAD DE MILAGRO paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 2



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: De los resultados obtenidos por parte de la ciudadanía de milagro tenemos que el 6,51% contestaron que las condiciones de las instalaciones son buenas, el 44,01% contestaron que los centros recreacionales cuentan instalaciones regulares y finalmente el 49,48% que las instalaciones de los centros recreacionales existentes en la ciudad de Miagro están en malas condiciones para brindar sus servicios.

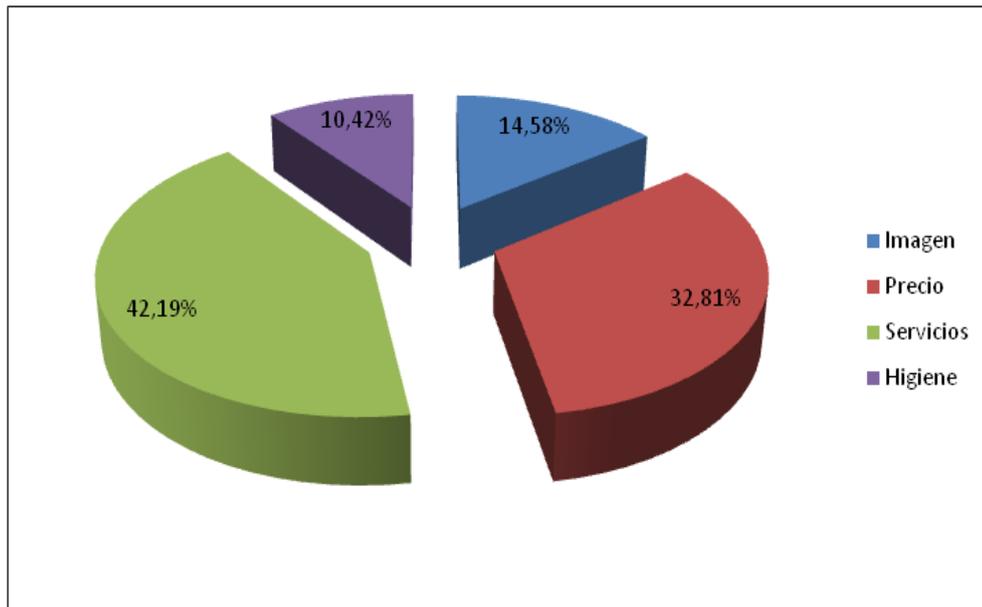
3.- ¿Cuáles de las siguientes características le llaman la atención a la hora de escoger un sitio de recreación?

CUADRO 5

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Imagen	56	14,58%
Precio	126	32,81%
Servicios	162	42,19%
Higiene	40	10,42%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 3



FUENTE: CIUDAD DE MILAGRO paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: De las características que atraen la atención a los usuarios a la hora de escoger un centro recreacional son los servicios con el 42,19%, seguido del precio con el 32,81, luego ellos se fijan en la imagen con un 14,58%, y por último la higiene con un 10,42% como opción al momento de escoger un lugar para recrearse.

4.- ¿Qué tipo de actividades le gustaría que se incluyeran en un centro recreacional?

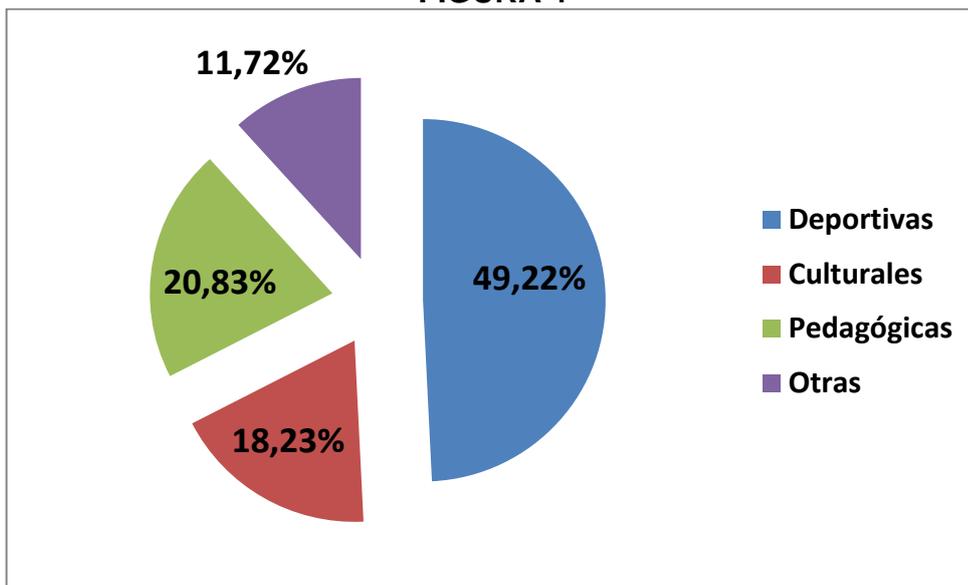
CUADRO 6

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Deportivas	189	49,22%
Culturales	70	18,23%
Pedagógicas	80	20,83%
otras	45	11,72%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO paseo shopping, centro, via naranjito)

AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 4



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO paseo shopping, centro, via naranjito)

AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: Las actividades que les gustaría realizar a los visitantes dentro de un complejo turístico son deportivas con 49,22% con mayor preferencia por parte de la ciudadanía de Milagro, actividades culturales con un 18,23%, con 20,83% para actividades pedagógicas, y 11,72% para otras actividades que se podrían realizar dentro de un centro recreacional para satisfacer las necesidades de los turistas.

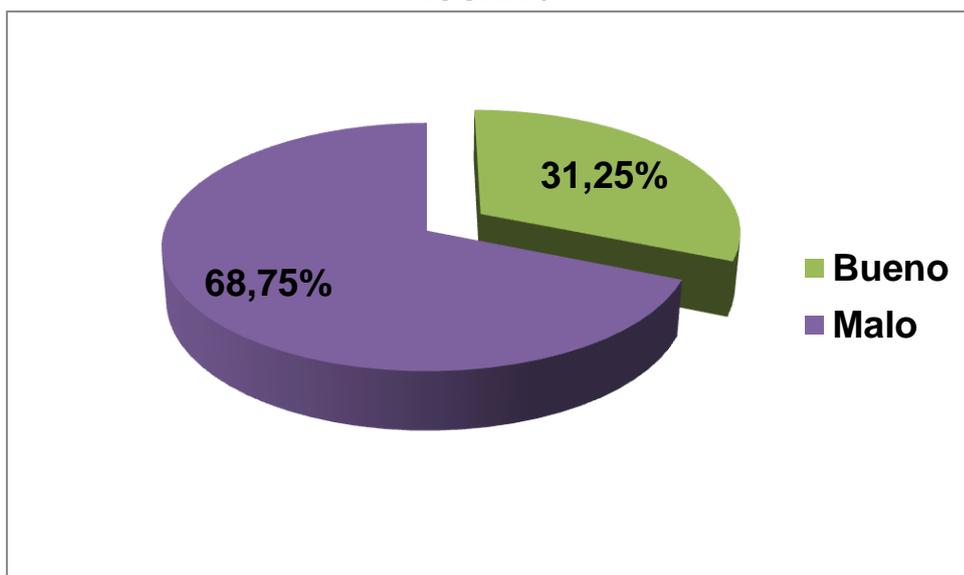
5.- ¿Cómo cree usted que se realiza la publicidad de los sitios de recreación de Milagro?

CUADRO 7

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Bueno	120	31,25%
Malo	264	68,75%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, vía naranjito)
AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 5



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, vía naranjito)
AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La publicidad realizada por parte de los centros recreacionales existentes en la ciudad es calificada como buena con un 31,25% de las opiniones, mientras que un 68,75% como mala lo que determina que la población de Milagro opina que no se está realizando una buena publicidad por parte de los lugares para recrearse.

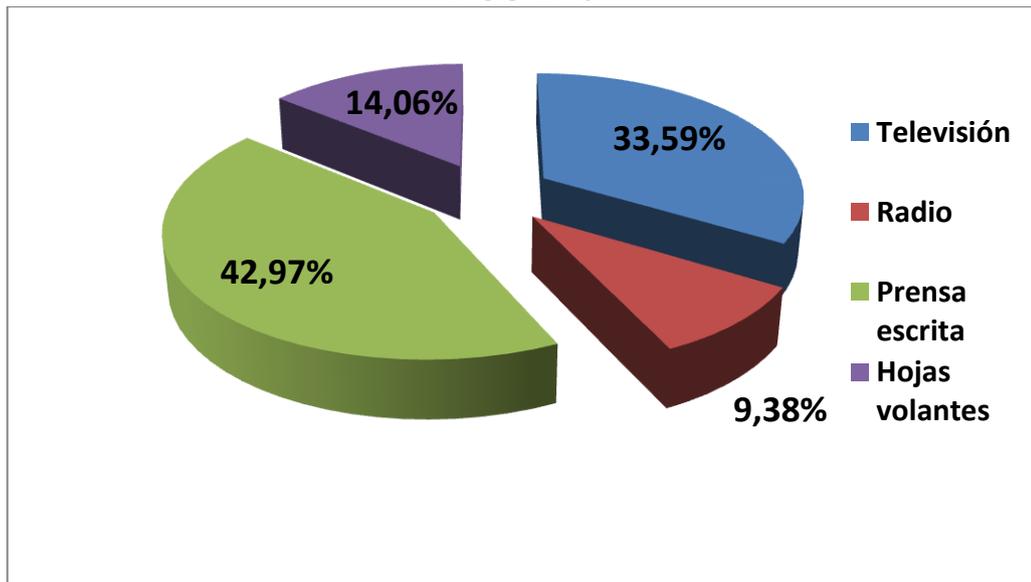
6.- ¿Por qué medio de comunicación se informa mejor de los centros de recreación de la ciudad y sus servicios ofertados?

CUADRO 8

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Televisión	129	33,59%
Radio	36	9,38%
Prensa escrita	165	42,97%
Hojas volantes	54	14,06%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, vía naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 6



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, vía naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La encuesta realizada a los pobladores de la ciudad de milagro dan como resultado que se informan de los centros recreacionales y sus servicios ofertados por medio de la prensa escrita como mayoría con 42,97%, seguida de la televisión con 33,59%, y por radio con 9,38% mientras por medio de hojas volantes con 14,06% que dan como resultado que una de las maneras más usuales para informarse de los usuarios es por medio de prensa escrita.

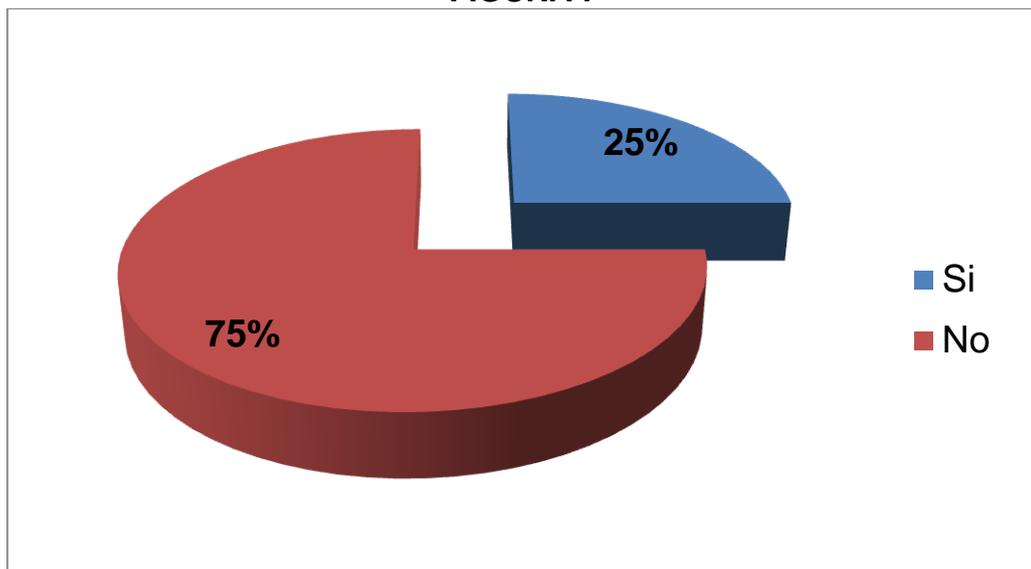
7.- ¿Cree usted que el Municipio de la ciudad está trabajando en fomentar el Turismo en el Cantón?

CUADRO 9

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	96	25,00%
No	288	75,00%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 7



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La opinión por parte de la ciudadanía milagreña es en su gran mayoría con 75% es que el Municipio de la Ciudad de Milagro no incentiva al turismo, mientras que el 25% no comparten la misma idea expresando que el Municipio si fomenta el Turismo dentro del cantón.

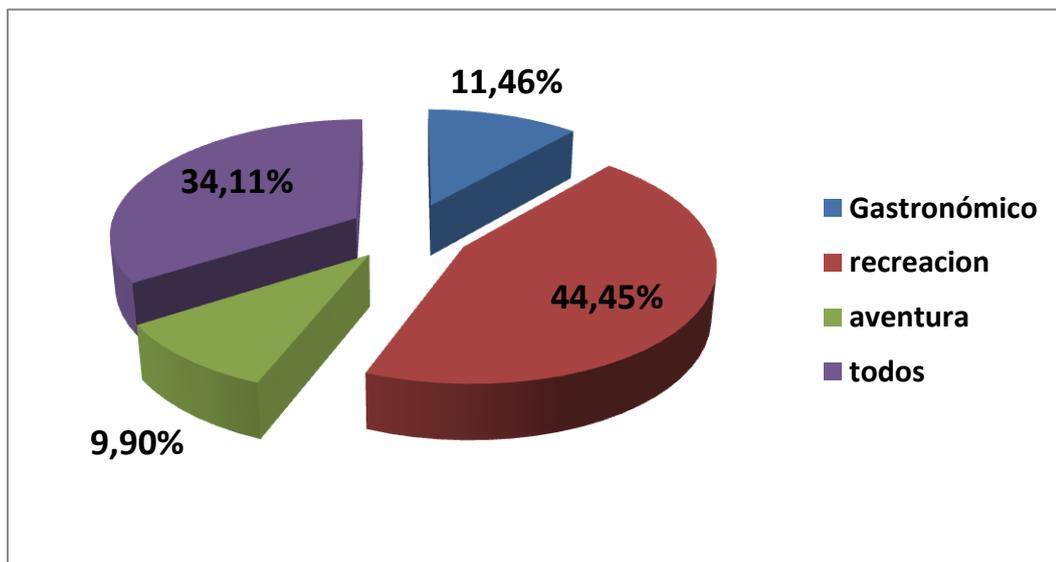
8.- ¿Qué tipo de Turismo cree usted que el Municipio debería fomentar en la ciudad?

CUADRO 10

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Gastronómico	44	11,46%
Recreación	171	44,45%
Aventura	38	9,90%
Todos	131	34,11%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 8



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La población milagreña señala que el tipo de turismo que se debe fomentar dentro del cantón para su desarrollo debe ser de recreación con el 44,45%, mientras que el 11,46% opina que el turismo gastronómico, tenemos también que un 9,90% le gustaría que sea de aventura, y como última opción con un 34,11% le gustaría que sean todos los antes mencionados

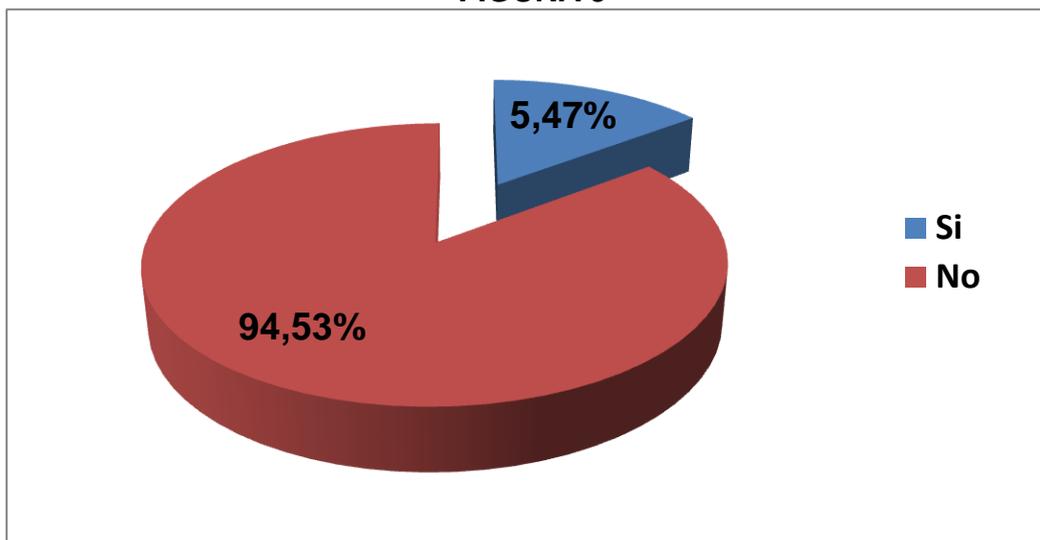
9.- ¿Cree usted que los sitios recreacionales de la ciudad están siendo bien administrados?

CUADRO 11

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	21	5,47%
No	363	94,53%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 9



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La población Milagreña opina con un 5,47% que los lugares de esparcimiento que existen en la ciudad de Milagro si se encuentran bien administrados, mientras que un 94,53% opina todo lo contrario, ya que su infraestructura no mejora desde hace años.

10.- ¿Cree usted que los administradores de los centros recreacionales deberían tener conocimiento en Gestión de Empresas Turísticas?

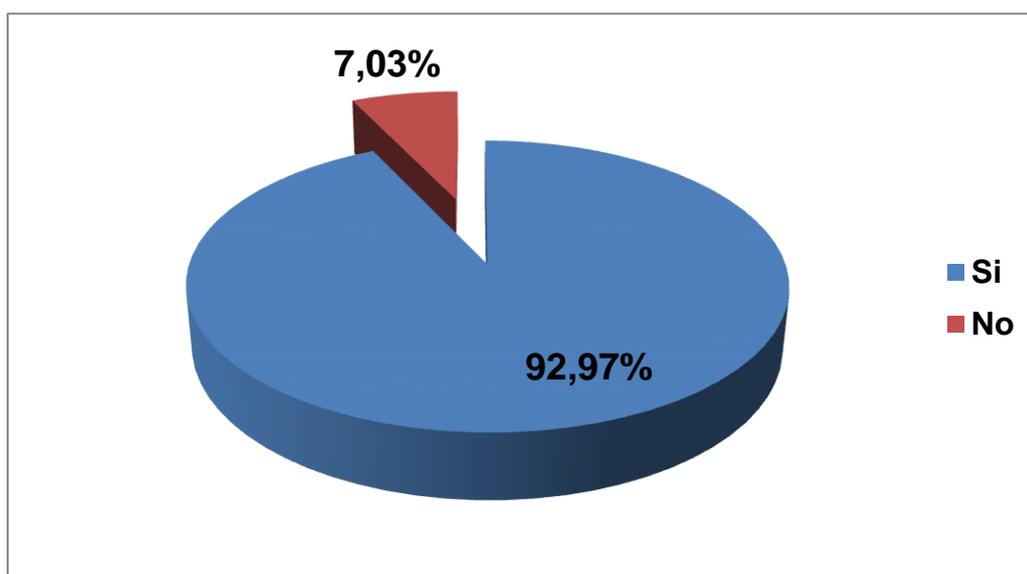
CUADRO 12

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	357	92,97%
No	27	7,03%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)

AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 10



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)

AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La mayor parte de las personas respondieron que los administradores de los centros recreacionales deberían capacitarse en Gestión de Empresas Turísticas para poder brindar mejores servicios a los usuarios con un 92,97%, en contra de un mínimo de 7,3% que piensan que no es necesario tener conocimientos sobre Gestión de Empresas Turísticas.

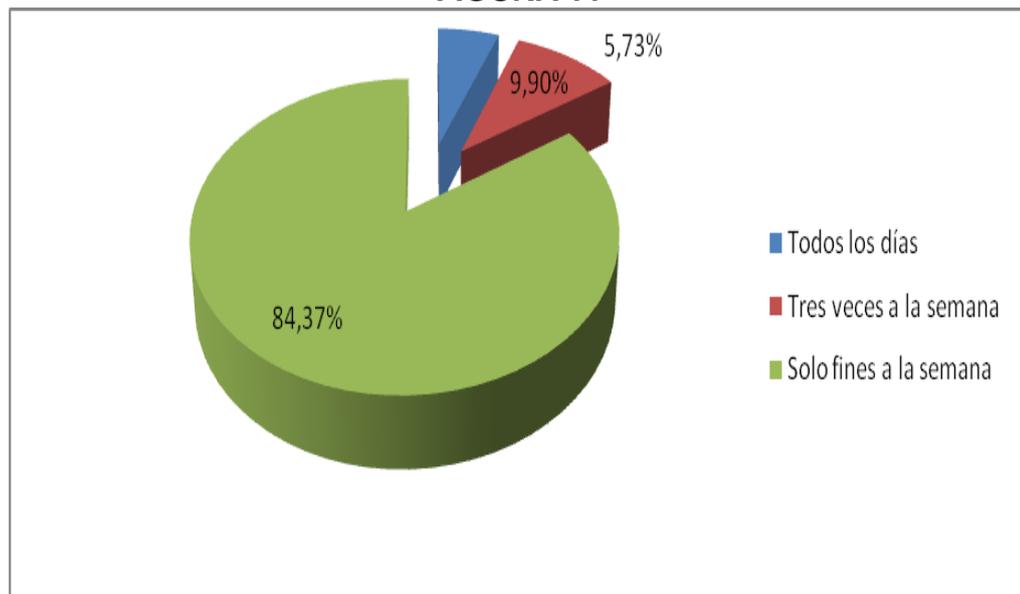
11.- ¿Con que frecuencia al mes visita usted los sitios recreacionales de la ciudad?

CUADRO 13

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Todos los días	22	5,73%
Tres veces a la semana	38	9,90%
Solo fines a la semana	324	84,37%
TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

FIGURA 11



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, via naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La respuesta con mayor porcentaje por parte de la ciudadanía para la visita de los centros recreacionales es de 84,37% que visitan los centros recreacionales durante los fines de semana, y con tres veces a la semana con 9,90%, y con muy poca aceptación todos los días con un 5,73%.

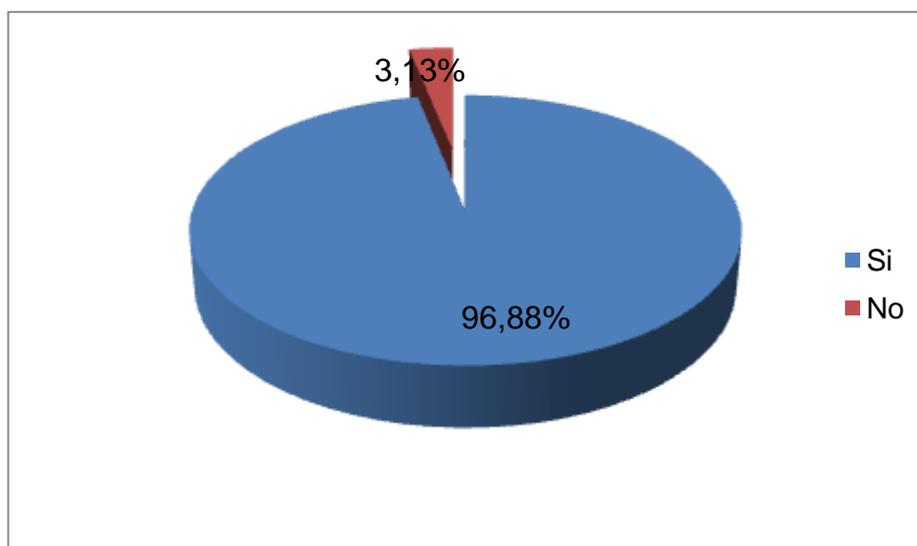
12.- ¿Le gustaría que se creara un Centro Recreacional en la vía Milagro-Naranjito para incentivar el turismo del Cantón?

CUADRO 14

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	372	96,88%
No	12	3,13%
AUTOR: TOTAL	384	100,00%

FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, vía naranjito)
 DIANA ABARCA

FIGURA 12



FUENTE : CIUDAD DE MILAGRO (paseo shopping, centro, vía naranjito)
 AUTOR: DIANA ABARCA

Análisis: La muestra responde a que la creación de un centro de recreación en la vía Milagro-Naranjito cuenta con una buena aceptación por parte de la ciudadanía de Milagro con 96,88%, y un 3,13% de opiniones que no se lleve a cabo la creación del centro de recreación en la vía Milagro-Naranjito.

4.1 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

En las sociedades preindustriales, encontramos que la disposición de tiempo libre era reservada a una casta ociosa, que disfrutaba del mismo tal como lo concebían los griegos, esto es, como derecho solo de una minoría, que por su linaje y pertenencia podía vivir sin trabajar.

La gran masa no se sustraía del trabajo, salvo en aquéllos casos de inactividad forzada, en que por condiciones del clima o por azares del destino, el individuo quedaba excluido de la cadena productiva.

Con el surgimiento de las primeras sociedades industriales, se produce el éxodo hacia las grandes urbes, lugar de asentamiento de las primeras fábricas, y se transforman las condiciones del trabajo, aumentando las presiones del mismo sobre el individuo, en aras del aumento de la productividad. El trabajo se convierte en el valor fundamental del sistema social, instaurándose una verdadera moral del trabajo, siendo el ocio criticado desde un punto de vista moral y económico.

Siglos después los conceptos han variado a tal punto que el turismo de entretenimiento es parte fundamental de la planta turística, frente a un mundo convulsionado y estresado, donde la recreación es la receta para mitigar las consecuencias de la inactividad de la sociedad moderna.

Hace algunos años atrás las actividades diarias de la sociedad milagreña solo eran reflejadas en el trabajo a menudo, sin momentos de esparcimiento y relajación, por la falta de tiempo y espacios que estos demandaban, en la actualidad el fenómeno de la industrialización en la sociedad le ha dado al ocio una concepción netamente compensadora y ello se demuestra en el afán de los trabajadores por lograr concesiones que disminuyan el tiempo laboral y por consiguiente aumente el tiempo de descanso. De allí que en los últimos tiempos haya surgido la industria del entretenimiento con la finalidad de otorgarle sentido y calidad al tiempo libre y menos stress al individuo.

Si bien es cierto que la Ciudad de Milagro desde hace muchos años atrás carece de infraestructura recreativa y sus habitantes de espacios de esparcimiento familiar, nuestra intención es que esta propuesta sea utilizada como proyecto pionero sobre turismo recreativo, teniendo el optimismo de que este centro recreacional no solo dará esparcimiento a la población del cantón, sino apoyo pedagógico a los centros educativos sobre la conservación del medio en que vivimos y momentos de relax a la sociedad.

Por lo arriba expuestos, se concluye que las tendencias de este tipo de turismo va creciendo cada día, existen muchas personas que por recursos económicos o de tiempo, buscan lugares cercanos o aledaños para disfrutar de una mañana y tarde en familia donde puedan combinar la gastronomía con las actividades de recreación y el contacto con la naturaleza.

4.2 RESULTADOS

La necesidad de la Ciudad de Milagro de contar con un centro recreacional con actividades innovadores e infraestructura adecuada para poder satisfacer las necesidades de los visitantes trabajando con un turismo sostenible contribuye al desarrollo turístico del cantón y la mejora en la calidad de vida de sus habitantes.

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÒTESIS

Hipótesis General

¿Cómo contribuirá la creación de un centro recreacional para el desarrollo turístico de la población Milagreña?

De los resultados obtenidos mediante las encuestas, se puede comprobar que existe un 96,88% de la población Milagreña que aseguran que es de suma importancia que se cree un centro recreacional que incluya actividades innovadoras juegos tradicionales que ayuden a rescatar las tradiciones y contribuyan sana distracción y a la unión familiar.

Hipótesis Particulares

1.- La falta de una buena infraestructura afecta al desarrollo del turismo del cantón.

De los resultados obtenidos de la pregunta 1 en las encuestas podemos verificar nuestra hipótesis, donde la población milagreña cree en un 94,79% que los centros recreacionales no cuentan con buena infraestructura y esto afecta al desarrollo de los sitios turísticos del cantón y el disfrute de los momentos libres en unión familiar.

2.- Los productos turísticos ayudan a la continuidad del negocio.

Mediante la pregunta 3 de las encuestas podemos verificar nuestra hipótesis al tener un 42,19% de las encuestas que eligen un producto turístico por los servicios que este ofrece, lo cual nos demuestra que los productos turísticos innovadores y con buen servicio ayudan a la continuidad de los mismos.

3.- La falta de un plan de marketing afecta a la afluencia de visitantes a los centros de recreación de la Ciudad de Milagro.

De los resultados obtenidos en la pregunta 5 tenemos que la publicidad de los centros recreacionales es mala con un 68,75% de las encuestas, con lo que podemos verificar nuestra hipótesis de que la falta de un buen marketing influye a la poca afluencia de visitantes a los centros turísticos de la localidad.

4.- La falta de apoyo de los gobiernos seccionales perjudica al crecimiento turístico de la ciudad.

Con las encuestas realizadas a la comunidad de diferentes sectores del Cantón se ha podido constatar con un 75% de la pregunta 7 que el municipio no ha estado fomentando el turismo en el cantón y esto ha afectado drásticamente al desarrollo turístico del cantón.

5.- La mala administración de los centros recreacionales existentes está contribuyendo a que la ciudad de Milagro no sea un potencial turístico.

El mal manejo de los centros recreacionales existentes en la zona y la falta de personal calificado y competente para la administración de los mismos han perjudicado de manera significativa a la continuidad de los negocios turísticos del cantón, lo que se ha podido demostrar en la pregunta 9 con un 94,53% y en la pregunta 10 con un 92,97%, verificando nuestra hipótesis de que es necesario personal capacitado en áreas de turismo para una buena administración.

6.- Un centro recreacional bien equipado contribuye al crecimiento turístico de la Ciudad.

Con los resultados de las encuestas en las preguntas 11 y 12, a la población se ha podido constatar que les gustaría la creación de un buen centro recreacional bien equipado que contribuya al desarrollo turístico del cantón.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de un Centro Recreacional para el desarrollo turístico de la población con la implementación de juegos tradicionales en la Ciudad de Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

En el Ecuador la actividad turística empezó desde hace muchos años gracias al esfuerzo de varios gobiernos de turno que se interesaron por el turismo como fuente importante de ingreso como en el gobierno del Ing. Isidro Ayora en 1930 el cual facilitó el ingreso de los viajeros al país e impulsó la promoción e información turística del país.

Ahora bien, para que ocurra el hecho turístico y a partir del desplazamiento que conlleva, se han debido desarrollar los denominados servicios básicos del turismo – alojamiento, alimentación y transporte-, materializados en hoteles, restaurantes, líneas aéreas y de buses entre otras. La consecuencia inmediata al desarrollo de tal estructura para la atención del turista ha sido la de otorgar al turismo un tratamiento diferenciado de otras prácticas recreativas, encubriendo en muchos análisis su esencia en manos del consumo. Esto propició una atención casi exclusiva a los aspectos económicos originados a partir de tales desplazamientos.

Como consecuencia del desplazamiento que se observó tras finalizar la segunda guerra mundial y donde las actividades que involucraban al turismo se empezaron hacer más notorias, nace la necesidad de brindar a la población un espacio de esparcimiento, es así como en Australia a principios del año de 1980 se

construyeron las primeras piscinas naturales que se las conocía como Schwimmteich.

La importancia del turismo recreacional se evidencia no solo en nuestro país, investigaciones realizadas por países vecinos de América Latina como Brasil, Colombia, Perú entre otros han descubierto que los fenómenos sociales de mayor importancia como la violencia intrafamiliar, el alcoholismo y tantos otros que inhiben la normal formación de los niños y a la postre impiden el desarrollo social de las comunidades es por la falta de opciones adecuadas de recreación para niños, jóvenes, adultos y ancianos, para lo cual es fundamental que el entorno en que se desenvuelve un individuo este dotado de opciones sanas y equilibradas de esparcimiento.

Una serie de sociólogos neo marxistas franceses, partiendo de criterios europeos, siguen el mismo itinerario de reflexión que pocos años antes habían desarrollado algunos sociólogos norteamericanos, como Mead, Wolfenstein, Riesman o Kaplan entre otros, consideran el ocio como un factor claro de liberalización en la era de la producción y el trabajo.

Empiezan a considerarlo como si fuera una conquista social, hablan abiertamente de la moralidad del placer y, por primera vez en la historia, vinculan el ocio con la sociedad de consumo; el último de los autores nombrados incluso incluye dentro del concepto " OCIO" todo lo que no es producir.

Los nuevos productos son la respuesta de las empresas de turismo y ocio a las nuevas demandas de satisfacción y tienen mucho que ver con la realización de actividades de contraste con el trabajo diario y con el ámbito de lo cotidiano a lo largo de todo el año. Son actividades como el contacto con la naturaleza, el patrimonio cultural, el deporte, la aventura, el descubrimiento, la relación, los acontecimientos, el descanso, la lectura, la gastronomía, los negocios o los multimedia entre otros.

Turismo, ocio, cultura, deporte, relación... ¿estamos hablando de lo mismo? ¿Responden todos estos conceptos a las mismas motivaciones por las que se mueven los consumidores contemporáneos de turismo y ocio en busca de la satisfacción?

5.3 JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de Milagro son pocos los centros de recreación que cuentan con una buena infraestructura, a pesar de ello estos continúan ofreciendo servicios en condiciones antihigiénicas y con personal no calificado para este tipo de sitios turísticos, es por eso que esta propuesta está enfocada en la necesidad con la que cuenta la ciudad de Milagro de un centro recreacional bien equipado, y que cuente con personal calificado en el área del turismo para satisfacer las necesidades de los visitantes.

Una de las ventajas que tendría esta propuesta frente a las ya existentes es justamente el contar con una buena infraestructura, ofrecer servicios de juegos recreativos tradicionales, que ayudaran a que la población y en especial la juventud tengan una forma más sana de divertirse y ayudara a desarrollar sus destrezas tanto físicas como mentales.

Como centro recreacional se debe manejar el turismo de forma sostenible, respetando la capacidad de carga del establecimiento lo cual permite tener un producto turístico a largo plazo, por tal motivo no hace falta reinventar el turismo, solo se necesita tener creatividad y manejar de forma correcta los conocimientos con los recursos para crear servicios innovadores comerciales para el mercado interno y externo.

Partiendo de este análisis profundo que se ha realizado, se puede expresar con certeza que es importante que la ciudad de Milagro cuente con un centro de recreación bien equipado con la implementación de juegos tradicionales, la misma que permitirá el desarrollo social, económico y cultural de sus habitantes.

Partiendo de que Milagro está próximo a convertirse en capital de la región 5 es indispensable que este dotada de servicios turísticos recreativos, y contando en un futuro con la rehabilitación del ferrocarril en nuestro Cantón, y un buen producto turístico natural en la zona de los viveros es indispensable asociar estos dos recursos naturales y culturales, con un atractivo de complemento para hacer de la vía Milagro - Naranjito un centro de atracción para los habitantes del cantón y de las zonas aledañas, y tener un producto novedoso para los futuros turistas que visitaran el Cantón gracias al Ferrocarril.

La recreación como factor importante para el desarrollo del individuo se caracteriza como educación en el tiempo libre que intenta generar aprendizajes

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la Propuesta

Crear un Centro Recreacional para el desarrollo turístico de la población con la implementación de juegos tradicionales en la ciudad de Milagro.

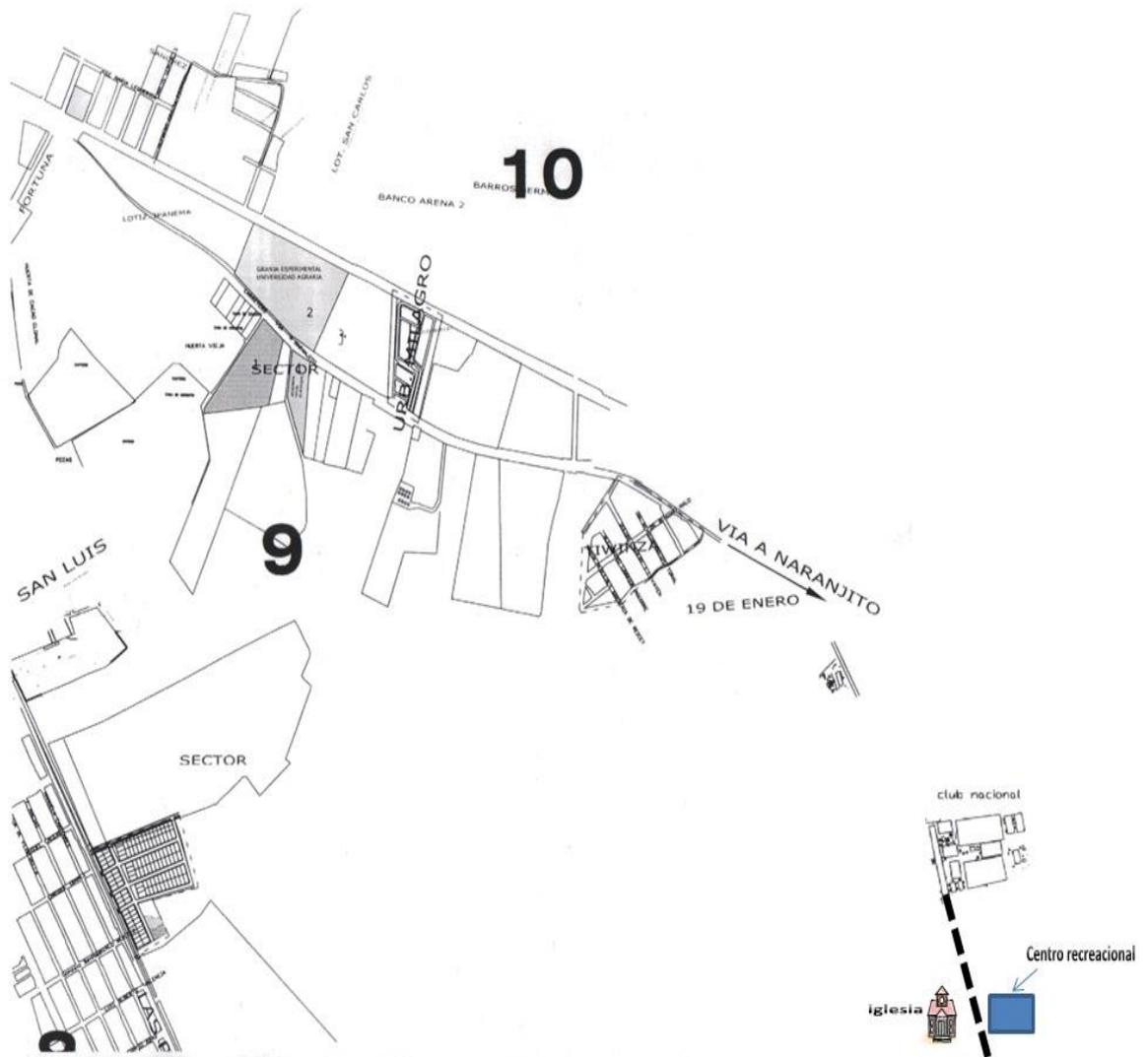
5.4.2. Objetivo Específico de la propuesta

- Crear un centro recreacional que ofrezca servicios innovadores en la ciudad de Milagro.
- Ofrecer paquetes pedagógicos a centros educativos para incentivar a la juventud a recrearse con juegos tradicionales.
- Motivar a los empresarios de la ciudad a invertir en sitios turísticos de semejanza.
- Capacitar a los habitantes del recinto los Linderos de Venecia sobre competencias turísticas.
- Fomentar en la población una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales de la ciudad.
- Obtener prestigio a nivel local y provincial sobre la fomentación de turismo sostenible.
- Culturizar a la población sobre técnicas de reciclaje y cuidado del medio ambiente.
- Formar parte del inventario turístico de atractivos de la provincia del Guayas.
- Ofrecer una vivencia de calidad al visitante, lo cual implica identificar sus expectativas y poder superarlas.

5.5 UBICACIÓN

Este centro recreacional estará ubicado en la Ciudad de Milagro, Km 7^{1/2} vía a naranjito, en medio de toda la zona turística llamada la Ruta de los Viveros, Provincia del Guayas, Ecuador.

FIGURA 13



5.6 FACTIBILIDAD

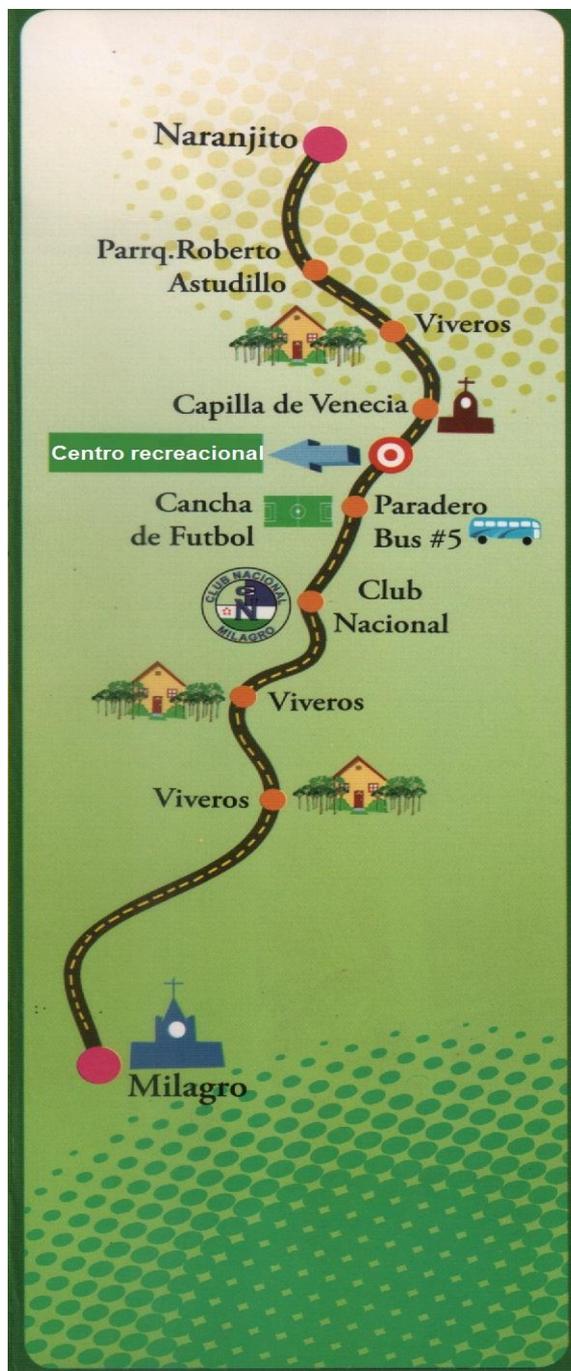
ANALISIS DE FODA

Cuadro 15

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Ubicación.➤ Variedad de paquetes turísticos.➤ Trabajar de forma sostenible.➤ Solvencia económica.➤ Contar con áreas de descanso bien equipadas.	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Dependencia con proveedores➤ Limitada capacidad de carga en el establecimiento.➤ Precios bajos por competencia.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Desastres naturales➤ Falta de apoyo del Municipio.➤ Competidores reconocidos en sectores aledaños.➤ Inseguridad en el sector.	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Incentivos por parte del gobiernos para realizar turismo como: feriado, ferias entre otros➤ Financiamientos por parte de instituciones públicas y privada para este tipo de proyectos.➤ Alianzas estratégicas con empresas y centros educativos.

Ubicación del Proyecto

El centro Recreacional estará ubicado en el Km. 71/2 vía a Naranjito, en medio de la zona turística de Milagro " La Ruta de los Viveros" en medio de un entorno natural.



Descripción del Negocio

Los centros recreacionales son espacios dentro o fuera de una ciudad destinada a actividades recreativas, el cual puede ser público o privado con un conjunto de atracciones, con espacios para el ocio, entretenimiento, educación y cultura.

El negocio tendrá una capacidad de carga de aproximadamente 150 personas, donde se ofrecerá paquetes turísticos empresariales y educativos, con una infraestructura adecuada para la completa satisfacción del cliente, acompañada de una atención de primera con personal calificado. Con las siguientes áreas de recreación.

Cuadro 16

AREAS	ACTIVIDADES
Deportes	Indoor – Básquet – Vóley - Natación
Juegos de mesa	Billar – Pin Pon - Fútbolín Ajedrez Domino Damas Póker Juego de Cartas (cuarenta – veinte uno)
Gastronomía	Comida típica Platos a la Carta Bebidas Naturales
Entretenimiento	Películas Videos Musicales Partidos De Futbol (nacionales e internacionales)
Juegos Infantiles	Columpios Resbaladeras Casita de Campo

Equipo Gerencial Promotores

Cuadro 17

SOCIOS	APORTACION	DETALLE DE APORTACION	%
Diana Abarca	\$32.400,00	Terreno y Edificio	49,83
Franco Cueva	\$16.309,95	Efectivo	25,09
Anabella Abarca	\$16.309,95	Efectivo	25,09
TOTAL	\$65.019,90		100%

El entorno Macroeconómico

El entorno macroeconómico es muy bueno para el turismo recreativo en el Cantón, las perspectivas para el futuro parecen ser muy positivas, el turismo tiene una gran capacidad de recuperación que supera los factores negativos con relativa rapidez.

Actualmente el Cantón Milagro representa un sector estratégico para este tipo de actividades, contando en su zona urbana y rural con Empresas públicas y privadas que tienen a su cargo una amplia nomina de trabajadores los cuales necesitan tiempo y un sitio de distracción tanto para sus celebraciones empresariales como para con sus familias.

El Cantón cuenta con grandes empresas como son: El Ingenio Azucarero Valdez, Codana, Proquiandina, Devies, Paseo Shopping, y las Agencias Bancarias, todas estas empresas que buscan espacios de recreación para que sus empleados confraternicen y mejoren su estado de ánimo para que tengan un mejor desempeño laboral , y que se convierten en un mercado potencial para el centro recreacional.

En conclusión el entorno macroeconómico es muy bueno para fomentar el turismo recreativo en el Cantón, por ser un lugar con un buen clima, rico en variedad de flora, poseer una gastronomía variada, y uno de los pocos lugares del país donde el impacto ambiental se puede decir no ha dejado mayores consecuencias.

La Industria

- La amenaza de competidores potenciales
Rutas turísticas gastronómicas y turismo comunitario que planea la prefectura del Guayas introducir en la lista de actividades de la provincia.
- El poder de la demanda
Turistas más exigentes y versátil con facilidades tecnológicas para buscar una oferta a sus gustos personales.
- El poder de los proveedores
Cambio en sus precios y políticas de crédito.
- La amenaza de sustitutos
- Ofertas en el mercado local de productos de menor calidad pero con precios bajos.
- La rivalidad competitiva
Los complejos recreacionales mejor dotados de servicios existentes cerca del cantón, como es el caso de Aguamarina y Rey Park.

Resultados de la investigación de Mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios en un cierto periodo.

El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizaran para llegar hasta esos demandantes.

De esta manera con el estudio realizado en el Cantón de Milagro se ha podido llegar a la conclusión que este es un Cantón importante en la provincia del Guayas el cual no ha tenido un desarrollo turístico que se debería dar gracias a su buen clima y recursos naturales propios del sector, por lo cual nace la idea de crear un Centro Recreacional con la implementación de juegos tradicionales.

Para ver el entorno en el que se desarrollara el proyecto, procedemos a estudiar el mercado de manera minuciosa, a través de las encuestas a 384 pobladores del cantón de las edades entre 17 años en adelante, sin distinción de raza o sexo.

Con los resultados obtenidos mediante la investigación de estudio de mercado, se determinó que existe un gran potencial de clientes en escuelas, colegios, y jardines infantiles, dentro y fuera del cantón que realizan sus giras de estudio al fin de año o periodo escolar, también se ha podido captar el grupo de las empresas públicas y privadas las cuales están privadas de realizar sus integraciones empresariales o capacitaciones por no existir un centro recreacional confiable que ofrezca diferentes alternativas para el ocio y re creacionismo.

En conclusión el mercado meta será el siguiente:

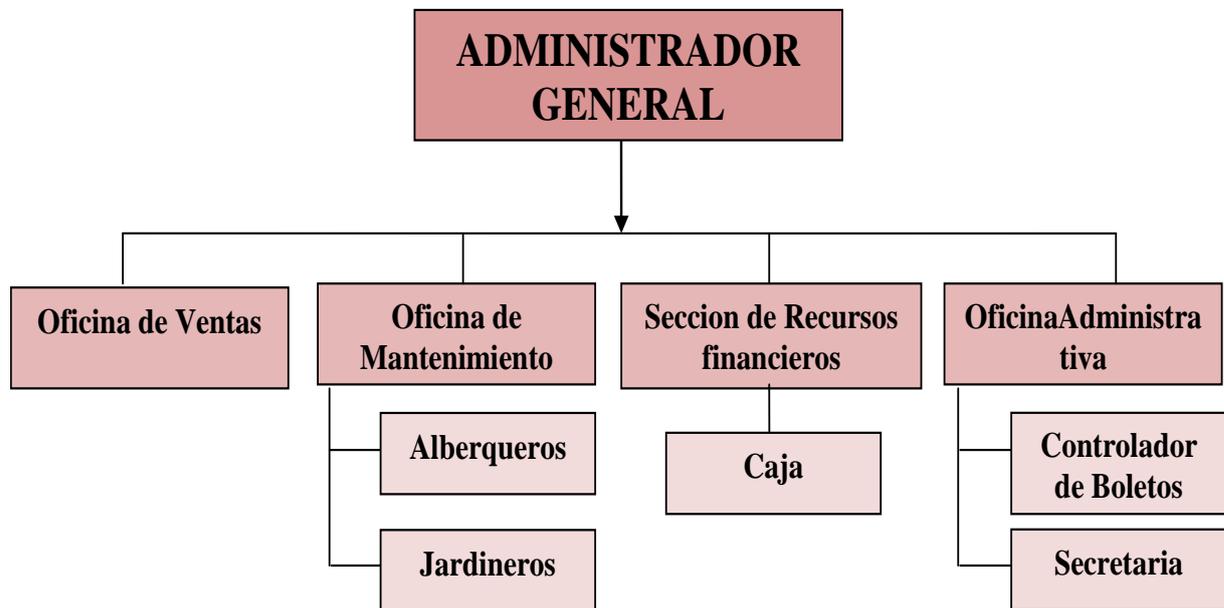
- Colegios, escuelas y jardines de infantes públicos y privados, con ingresos medios para ciertos paquetes estudiantiles recreacionales, con alianza con los dirigentes de la institución.
- Empresas públicas o privadas, donde podrán elegir paquetes recreativos institucionales, y para conferencias o capacitaciones.
- En la web al público en general nacional.
- Personas de la tercera edad, con paquetes turísticos de salud con actividades de recreación.

La Administración

El Centro Recreacional contara en su estructura organizacional con los siguientes cargos y departamentos:

- Administrador General
- Oficina de Ventas
- Oficina de Mantenimiento
- Oficina de Recursos Financieros
- Oficina Administrativa

Organigrama General



Administrador General:

Función Genérica

Planear, Organizar, Dirigir y Controlar los programas, estrategias y acciones a desarrollar para el óptimo aprovechamiento de los recursos con que cuenta para el funcionamiento de las aéreas que integran el centro vacacional villa catalina

Funciones Específicas:

- Administrar óptimamente los recursos humanos, materiales y financieros del centro vacacional.
- Proponer medidas técnico administrativas para el mejor funcionamiento de los recursos existentes.
- Controlar el manejo del fondo de operación conforme a los lineamientos establecidos.
- Determinar y establecer en coordinación con los jefes de las diversas aéreas que integran el centro vacacional los programas necesarios para el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y financieros, así como el mantenimiento y conservación del centro.

- Coordinar la recopilación de información para integrar el presupuesto anual de egresos e ingresos del centro vacacional.
- Promover por medio de acciones directas la comercialización del centro.
- Elaborar y proponer programas de remodelación y ampliación del centro vacacional.
- Llevar a cabo visitas periódicas a las instalaciones que integran el centro, para detectar fallas y notificarlas al jefe inmediato del área para su reparación.
- Presentar los informes periódicos y extraordinarios que le sean solicitados por sus superiores.
- Analizar, determinar y presentar para su autorización las compras directas necesarias para el funcionamiento continuo y óptimo del centro vacacional.
- Controlar y verificar los depósitos de los ingresos por concepto de ventas generadas en el centro vacacional, de acuerdo a la normatividad establecida por la subdirección de servicios turísticos.

Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato

Alberqueros

Función Genérica.

Mantener y conservar en perfectas condiciones de limpieza, presentación y uso, todas las piscinas.

Funciones específicas:

- Vaciar y lavar piscina 2 veces al mes.
- Aspirar, recoger y desalojar la basura y objetos que se encuentren en el interior de las piscinas.
- Solicitar a su jefe inmediato en las fechas señaladas, la dotación necesaria de herramientas y materiales de trabajo para la realización de sus actividades.
- Reportar diariamente a su jefe inmediato sobre los desperfectos y deterioros de piscinas.
- Aplicar los productos químicos necesarios para desinfectar el agua de piscinas, así como conservar el nivel adecuado de alcalinidad de las mismas.
- Conservar limpias las zonas de pasillos y andadores aledaños a las piscinas, así como libre de basura las canaletas y arroyos por donde circula el agua para el llenado y vaciado de las piscinas.

- Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato

Jardineros

Función Genérica:

Conservar, limpiar y podar las aéreas verdes que formen parte del centro vacacional.

Funciones Específicas:

- Conocer y poner en práctica técnicas para conservar en óptimas condiciones los jardines del centro.
- Decorar y arreglar jardines, macetas, macetones y jardineras.
- Reemplazar plantas y/o pasto nuevos en los lugares donde estos hayan sufrido deterioro, o sea de constante tránsito.
- Podar plantas y pastos periódicamente.
- Aflojar la tierra y aplicar fertilizantes adecuados según el tipo de plantas.
- Recolectar basura, residuos y hojas que se encuentren en las distintas aéreas verdes que integran el centro.
- Realizar siembra e injertos de nuevas y mejores plantas, cuidando de su buen crecimiento.
- Regar, en los días y horarios mas adecuados en base a la experiencia.
- Localizar, fumigar y controlar las plagas que existan en las distintas aéreas del centro, utilizando el equipo y pesticidas adecuados, para el exterminio o control de las mismas.
- Solicitar en las fechas señaladas los materiales necesarios para desempeñar sus labores en forma óptima y oportuna.
- Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato.

Caja

Función Genérica

Realizar los cobros correspondientes a los servicios que presta el centro vacacional.

Funciones Específicas

- Efectuar el cobro correspondiente a entradas y acceso a vestidores familiares a todos los derechohabientes y público en general que solicite el servicio.
- Recibir y revisar el fondo de caja al inicio de sus operaciones.

- Verificar que la numeración de los boletos recibidos para su venta coincida con la marcada en el reporte.
- Efectuar y entregar a la sección de recursos financieros el corte de caja correspondiente a la venta del día.
- Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato.

Controlador de Boletos

Función Genérica.

Recibir, revisar y relacionar los talones de acceso al balneario, permitiendo o restringiendo el ingreso de los visitantes en apego a la normatividad establecida.

Funciones Específicas.

- Recibir los boletos de entrada y dar acceso a los visitantes del balneario.
- Restringir el acceso a los visitantes que se presenten en estado alcohólico o con visibles muestras de consumo de alguna droga.
- Elaborar y canalizar diariamente al área de recursos financieros el reporte de boletos recibidos junto con los talones correspondientes.
- Verificar que el boletaje adquirido por los usuarios, correspondan a las personas que solicitan ingreso.
- Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato

Secretaria

Función Genérica:

Mecanografiar, controlar y archivar la información que se genere en la administración general.

Funciones Específicas:

- Atender con rapidez y amabilidad las llamadas telefónicas.
- Vigilar y controlar la existencia de papelería y artículos de escritorio.
- Mecanografiar la documentación generada en la administración general.
- Recibir, canalizar y archivar la correspondencia.
- Controlar el archivo dinámica y profesionalmente.
- Contar con un directorio telefónico actualizado.
- Registrar los mensajes recibidos y concertar las citas de su jefe inmediato.
- Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato.

Ventaja Competitiva

Cuadro 18

Descripción	Competidor 1 Visaltur	Competidor 2 Aquamarina	Nosotros	F/D
PRODUCTO				
Variedad	D	F	F	Característica común +
Personal	D	D	F	Ventaja Competitiva
PRECIO				
Bajos	F	F	F	Característica común +
Formas de Pago	D	D	F	Ventaja Competitiva
PROMOCION				
Gratuidad	D	D	F	Ventaja competitiva
Marketing	D	F	F	Característica común +
PLAZA				
Ubicación	F	D	F	Característica común +
Capacidad	D	F	F	Característica común +

Planificación Estratégica

Misión

Somos una Centro Turístico que ofrece servicios de recreación a nivel local y nacional, fomentando la integración familiar mediante una sana diversión disfrutando de actividades recreativas con la seguridad y el confort que las familias merecen.

Visión

Ser el mejor centro recreacional del cantón, donde la calidad y seguridad de sus instalaciones diseñadas en armonía con la naturaleza ayuden a al disfrute y buen estado de sus visitantes.

Valores y Cultura

LIDERAZGO

El liderazgo basado en la confianza del valor de cada persona en lo que esta pueda generar, estimulando la participación, el intercambio de ideas de cada uno de los que forman parte de la empresa. Nuestros líderes estimulan un ambiente de trabajo armónico y democrático, en donde la dignidad, alegría y creatividad de la gente sean tomadas en cuenta en las tomas de decisiones.

INTEGRIDAD

Como centro recreacional tenemos el compromiso de hacer las cosas bien desde el principio, al ser sinceros con nuestros clientes y consientes en el manejo de los recursos naturales, apoyamos el trabajo en equipo, abordamos los trabajos y retos como unidades sinergia, con una visión compartida, en trabajar de forma sostenible.

Determinación de los Objetivos

- Aumentar los ingresos mensuales en un 8%
- Lograr una participación de mercado del 25% para el primer semestre
- Aumentar la capacidad de carga del complejo.
- Promover el turismo local
- Promover el turismo sostenible

Plan de Mercado

Plan Comercial

Se comercializara paquetes recreacionales a las escuelas, colegios, jardines infantiles, empresas públicas y privadas y a personas de la tercera edad.

Según la estacionalidad nuestro plan de mercado sería el siguiente:

Cuadro 19

Meses	Estacionalidad
ENERO (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
FEBRERO (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
MARZO (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
ABRIL (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
MAYO (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
JUNIO (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
JULIO (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO,	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES

DOMINGO)	COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
AGOSTO (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
SEPTIEMBRE (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
OCTUBRE (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
NOVIEMBRE (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS
DICIEMBRE (MIERCOLES, JUEVES, VIERNES, SABADO, DOMINGO)	JUBILADOS – EMPRESAS – ESCUELAS - JARDINES COLEGIOS – PUBLICO GENERAL - EVENTOS

PAQUETES PARA COLEGIOS Y ESCUELAS

- 1.-Piña colada virgen de bienvenida (colegios)
- 2.- Normas de Seguridad del complejo
- 3.- Exposición de flora de la zona
- 4.- Charla sobre medio ambiente y reciclaje

Incluye

Piscina

Juegos deportivos (Indoor, Básquet, Vóley)

Juegos de mesa

Cancha múltiple

Pista de baile

Internet

Sala de entretenimiento

Alimentación

Horario

Miércoles - Domingo 9h00 – 18h00

Precio

\$ 15

Promoción

Tutor o maestro responsable entrada gratis (free)

PAQUETES PARA JARDINES DE INFANTES

- 1.- Jugo Natural de bienvenida
- 2.- Normas de seguridad del complejo
- 3.- Exposición de flora de la zona
- 4.- Charla sobre medio ambiente y reciclaje

Incluye

Piscina

Juegos deportivos (Indoor, Básquet, Vóley)

Cancha múltiple

Juegos infantiles

Sala de entretenimiento

Alimentación

Horario

Miércoles - Domingo 9h00 – 18h00

Precio

\$15

Promoción

Tutor o maestro encargado entrada gratis

PAQUETES PARA EMPRESAS (integraciones)

- 1.- Coctel de bienvenida
- 2.- Normas de seguridad del complejo

Incluye

Piscina

Cancha múltiple

Juegos deportivos (Indoor, Básquet, Vóley)

Juegos de mesa

Sala de entretenimiento

Alimentación

Pista de baile

Internet

Horario

Miércoles - Domingo 9h00 – 18h00

Precio

\$20

PAQUETES PARA EMPRESAS (CONFERENCIAS)

Incluye

Cabaña equipada (Sillas, mesas, equipo de audio y video)

Coffee break

Lunch

Juegos de mesa

Sala de entretenimiento

Internet

Horario

Miércoles - Domingo 9h00 – 18h00

Precio

\$25

PAQUETES PARA JUBILADOS

1.- Bebida de bienvenida

Incluye:

Piscina

Cancha múltiple

Juegos deportivos (Indoor, básquet, Vóley)

Juegos de mesa

Sala de entretenimiento

Alimentación

Horario

Miércoles – Domingo 9h00 – 18h00

Costo: \$15

Plan publicitario

Cuadro 20

MEDIOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Periódico local	\$50	600
Televisión local	100	1200
Total	150	1800

Establecimiento de planes de acción

Establecimiento de Estrategias

Cuadro 21

RIESGOS	DESCRIPCION	ESTRATEGIA
Riesgos Macroeconómicos	Nuevas políticas económicas	Diversificación de los productos
Riesgos de Mercado	El mercado se satura por la misma oferta con la competencia	Alianzas estratégicas con empresas publicas y privadas, añadir valor agregado.
Riesgos Financieros	Baja en los precios por una competencia agresiva	Buscar fuente de financiamiento o alianzas con otras empresas.
Riesgo Comercial	Por el periodo de estacionalidad o clima	Realizar paquetes para realizar agroturismo a centros educativos de Guayaquil a precios bajos.

Factibilidad Legal

Para el funcionamiento y creación de un centro recreacional es importante contar con los siguientes permisos:

RUC.- El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Se deben inscribirse al RUC todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Requisitos para obtener el RUC

PERSONAS NATURALES.

- Copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente
- Copia de la última papeleta de votación
- Copia de un documento que certifique la dirección. (Factura de Agua, luz o teléfono).
- En el caso de profesionales adjuntar el título de instrucción superior.
- En el caso de artesanos adjuntar una copia de la Calificación Artesanal.
- En el caso de ser extranjero deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o del pasaporte y copia del censo.

PERSONAS JURÍDICAS

- Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil
 - Cuando la Ley lo exija así.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- En caso de ser extranjero se deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o pasaporte y censo.

- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

IEPI.- Es una institución comprometida con la promoción de la creación intelectual y su protección apoyados en un sistema gerencial de calidad, talento humano competitivo y servicios técnicos que satisfagan las necesidades de los usuarios de acuerdo a la ley nacional, tratados y convenios internacionales vigentes.

Requisitos

- Copia de cedula
- Copia del manual
- Pago de tasa de \$15 dólares

Solicitud legalmente fundamentada y con el patrocinio de un abogado. Poder original o copia del mismo con la razón de un notario de que es fiel copia del original.

Permiso de Bomberos

Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- Copia del RUC
- Copia Nombramiento Representante Legal
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal
- Planilla de Luz
- Permiso de Salud
- Sanidad
- Intendencia de Policía
- Permiso uso del Suelo

Patente Municipal.

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.
(Ventanilla Única)

Base Legal: Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386

Código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001. Art. III 33 al III.

46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de 1997); R.O. 234 del 29 de Dic. De 2000

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Permiso del ministerio de turismo

Para obtener el permiso del Ministerio de Turismo se necesita:

1.- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.

2.- Nombramiento del Representante legal, debidamente inscrito en la oficina de registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.

3.- Certificado del Instituto ecuatoriano de propiedad intelectual IEPPI, de no encontrarse registrada la razón social se dirigirá a:

Quito: Av. Republica #396 y Diego de Almagro. Edif. FORUM 300 (Mezanine) Telf. 022508000

4.- Copia del RUC

5.- Fotocopia de la cedula de ciudadanía, según sea la persona natural ecuatoriana y extranjera.

6.- Fotocopia del certificado de votación.

7.- Lista de precios (original y copia).

8.- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato.

9.- Fotocopia del contrato de compra – venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar la razón social.

10.- Presentar la solicitud de Registro (modelo).

Legalización de las microempresas turísticas.

Sociedad de responsabilidad limitada.

Es la que contrae una responsabilidad societaria, entre 3 hasta 15 personas, las mismas que solo responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen su actividad de comercio bajo una razón social, a la que se añadirán, en todo caso la palabra “Compañía Limitada”.

Requisitos:

1.- Escritura pública. Que debe estar elaborada por un abogado patrocinador y registrada en una Notaría Pública con la firma de sus socios.

En esta debe contener los siguientes puntos:

- Identidad de la Compañía
- Identidad de los socios.
- Requisitos reales.
- Aspectos de funcionalidad de la compañía.

2.- Aprobación: este debe contener la aprobación de la Superintendencia de Compañías.

Para lo cual requiere una solicitud de aprobación.

3.- Publicación de un extracto de la escritura constitutiva en un medio de comunicación masivo.

4.- Inscripción en el Registro Mercantil.

5.- Inscripción en el Registro de sociedades.

Compañía anónima.

Para describir los requisitos es necesario entender que para la constitución de la compañía anónima existen dos procedimientos: simultáneo y el sucesivo.

Simultaneó: La compañía se constituye mediante escritura pública, en un solo acto por convenio entre los que la otorgan. En esta compañía no existe límites de accionistas.

Sucesivo: La compañía puede constituirse de forma sucesiva por suscripción pública de accionistas. (Art.160 LC).

Requisitos

Para la aprobación por la Superintendencia de Compañías SE REQUIERE.

- 1.- Solicitud de aprobación
- 2.- Publicación de un extracto de la escritura constitutiva en un medio de comunicación masivo.
- 3.- Inscripción en el Registro Mercantil.
- 4.- Inscripción en el Registro de sociedades.

Empresas unipersonales de responsabilidad limitada.

Este tipo de empresa refiere a toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio o cualquier actividad económica que no estuviera prohibida por la Ley.

Requisitos:

- 1.- Nombre, apellido, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente- propietario.
- 2.- La denominación de la empresa.
- 3.- Domicilio fijado para la empresa.
- 4.- El objeto al cual se dedicará.
- 5.- Plazo de duración de la misma.
- 6.- El monto de capital asignado a la empresa por el gerente- propietario.
- 7.- La determinación del aporte del gerente- propietario.
- 8.- Determinación de asignación mensual para el gerente- propietario por el desempeño de labores dentro de la misma.

Registros obligatorios para la microempresa turística en el Ecuador.

En el Ecuador, más del 85% de la microempresas turísticas operan de forma ilegal, por falta de conocimiento sobre los mecanismos y procesos para legalizar sus actividades dentro del marco jurídico que establece la Ley de Turismo, sean estas de propiedad de personas naturales o jurídicas.

Manual del Usuario para el registro de actividades turísticas

Ley de Turismo / Capítulo II

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

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

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

Reglamento General a la Ley de Turismo / Capítulo II

El Registro de Turismo

Art.47.- Obligación del Registro Único de Turismo

Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo al inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la ley de Turismo, obtendrán el Registro de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

Relacionadas con el Registro de establecimientos turísticos. En tales circunstancias, para incursionar en actividades turísticas obtener este registro es una situación IMPERATIVA y no OPTATIVA, para el propietario o representante legal del establecimiento turístico.

Todo establecimiento turístico deberá cumplir con lo establecido en la Ley de Turismo vigente y su Reglamento General para obtener su correspondiente registro.

De las actividades turísticas y quienes las ejercen

- a.- Acceder a los beneficios tributarios que contempla la Ley de Turismo
- b.- Dar publicidad a su categoría
- c.- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento
- d.- Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor, a falta de otra, y
- e.- No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de licencias de funcionamiento,

Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo / Capítulo V

De la licencia anual de Funcionamiento

Art.55.- Requisitos previos para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual estos no podrán operar, y tendrán vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art.56.- Derechos por la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expendido la Licencia Única Anual de Funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

PERIODICIDAD DE LOS PAGOS DE REGISTROS, LUAF (LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO)

1X 1000 SOBRE ACTIVOS FIJOS:

- El pago del REGISTRO es único por cada establecimiento y propietario.
- El pago de la LUAF (Licencia Única Anual de Funcionamiento) es anual.
- El pago de la contribución del 1x1000 sobre los activos fijos es también anual.

Contribución 1 x mil a los activos fijos (FMPTE)

Obligación: Pagar mediante depósito en cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística, la contribución del 1 por mil a los activos fijos.

Plazo: hasta el 30 de abril de cada año.

Base Legal: Ley de Turismo, artículos 39 y 40.

Dirección: Ministerio de Turismo: Av. Eloy Alfaro N32-300 y Carlos Tobar.

Teléfonos: 2507555 2507557

Mail: www.turismo.gov.ec

Según la Ley de Turismo, en su Art. 39 y 40 se establece que para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, cuyo patrimonio autónomo contará con algunos Ingresos, entre ellos:

a) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente TODOS los establecimientos prestadores de servicios al turismo.

Sujetos obligados al pago

Están obligados a realizar este pago todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y Licencia Única Anual de Funcionamiento actualizados para la prestación de servicios turísticos; es decir, contribuyentes que explotan establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transportes (aéreos, terrestres, acuáticos y rentadores de autos) y establecimientos de animación y entretenimiento.

¿Dónde se paga?

Mediante depósito en las cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador FMPTE

1. Banco del Pichincha, Cta. Cte. No. 3056328804, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.

2. Banco del Pacífico, Cta. Cte. No. 5750415, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.

¿Cómo se calcula?

PARA LOS CONTRIBUYENTES SUJETOS A LA DECLARACION Y AL PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA

1. Personas jurídicas

Del monto total de activos fijos (tangibles e intangibles) del contribuyente que consta en el Casillero 369 del Formulario 101 “Declaración del Impuesto a la Renta - Sociedades” se calcula el 1xMil; y, no se practican deducciones. El valor total así calculado se paga con el relleno de los formularios provistos por el Ministerio de Turismo y el depósito en el Banco.

2. Personas naturales

Del monto total de activos fijos (tangibles e intangibles) del contribuyente que consta en el Casillero 333 del Formulario 102 “Declaración del Impuesto a la Renta – Personas Naturales” se calcula el 1xMil; y, no se practican deducciones. El valor total así calculado se paga con el relleno de los formularios provistos por el Ministerio de Turismo y el depósito en el Banco.

Provisión de información

El usuario se acercara a solicitar la información y los requisitos solicitados por la autoridad de acuerdo a la actividad turística que desee emprender. En el litoral, lo hará en la oficina de Coordinación Zonal 5 del Ministerio de Turismo, ubicada en el edificio del Gobierno Zonal, Av Francisco de Orellana y Calle Justino Cornejo, piso 8. En la oficina de Coordinación Zona 5, Área de Regulación y Control, se entregara los formatos necesarios y la solicitud de REGISTRO.

Recepción de documentación y formalidades para el registro

El usuario (persona natural o representante legal) debe llenar el Formato de Solicitud de Registro, y entregarlo debidamente fechado y firmado, adjuntando el expediente y la documentación requerida según la actividad turística en la que desee incursionar. Esta documentación deberá entregarse en el área de regulación y control de la oficina de Coordinación Zona 5, del Ministerio de Turismo.

El funcionario delegado para el efecto, revisara la documentación, receptara el expediente, sellara el Formulario de SOLICITUD DE REGISTRO, y si cumple con los requisitos formales, admitirá el expediente para dar inicio al tramite de registro. El expediente es entregado a los técnicos en turismo (Supervisores de Regulación) para que se programe la vista de evaluación correspondiente.

Evaluación y Categorización

1. Se solicita la visita de evaluación previa del establecimiento y entrevista, preferiblemente con el gerente o propietario o administrador del establecimiento.
2. Al momento de realizar la evaluación en el lugar del establecimiento, el funcionario del Ministerio de Turismo llenara el formato del REGISTRO DE DATOS DE LA HOJA DE PLANTA TURISTICA, con letra de imprenta clara y legible, el mismo que no deberá contener tachones, borrones o enmendaduras.
3. Haciendo uso de la información registrada en la HOLA DE LA PLANTA TURISTICA, el funcionario (técnico) delegado para el efecto, evaluara la infraestructura y servicios del establecimiento tendente a obtener el REGISTRO. Dentro de lo posible, la evaluación del establecimiento se la realizara en presencia del representante legal, propietario o administrador del establecimiento.

Con la evaluación de lograra determinar:

1. Actividad Turística
2. Tipo
3. Capacidad
4. Categoría
5. Dirección
6. Nombre del propietario
7. Número de empleados (diferenciados por genero)
8. Equipos y maquinarias disponibles.
9. Servicios complementarios
10. Demás pormenores que se harán constar en la hoja de planta correspondiente.
11. Se utilizara un solo formulario de PLANTA TURISTICA para cada establecimiento inspeccionado. El formato de Hoja de Planta Turística deberá ser firmado conjuntamente por el funcionario (técnico) delegado para el efecto y el representante legal, propietario o administrador del establecimiento

12. Con el expediente completo y la HOJA DE PLANTA TURISTICA resultante de la evaluación, el funcionario (técnico) delegado para el efecto, informara al representante legal, propietario o administrador del establecimiento sobre los resultados obtenidos, como son: la actividad turística correspondiente, categoría asignada etc.
13. En la oficina de la coordinación Zona 5, el funcionario (técnico) delegado para el efecto, presentara el informe de evaluación del establecimiento, haciendo constar en el documento los datos generales de la evaluación como la dirección, la capacidad, categoría asignada, y además, el cálculo del valor a cancelar por concepto de emisión de REGISTRO.

Cancelación de valores asignados y entrega de comprobantes

- En la coordinación Zona 5, Área de Regulación y Control, se informara al representante legal, propietario o administrador del establecimiento, sobre el valor asignado por concepto de REGISTRO y se le proporcionara además el respectivo formulario para el pago de la contribución del 1x1000 sobre los activos fijos.
- Dichas cancelaciones podrán depositarse en efectivo o en cheque certificado emitido y endosado a nombre del FONDO MIXTO DE PROMOCION TURISTICA, en la cuenta corriente del Banco Pichincha N.7731672 y/o en el Banco del Pacífico Cuenta Corriente N. 5750415.
- Una vez efectuados los pagos correspondientes, el representante legal, propietario o administrador del establecimiento, se acercara a la oficina de la coordinación Zona 5, con las papeletas de deposito del valor del REGISTRO y del valor de la contribución del 1x1000 sobre activos fijos, con su respectivo formulario, todos estos documentos en original y 2 fotocopias simples.
- En la oficina de Coordinación Zona 5, el funcionario (técnico) delegado para el efecto, revisara y receptara los documentos y los respectivos comprobantes de pago, y de ser el caso, admitirá el tramite para la emisión y entrega del REGISTRO al representante legal, propietario o administrador del establecimiento, quien dejara constancia de la recepción del los mismos en el formato correspondiente.

Emisión Del registro

- Una vez recibida la documentación, el funcionario delegado para el efecto anexara los mismos al expediente e inmediatamente procederá a inscribirlo en el LIBRO DE REGISTRO DE LA JURISDICCION CORRESPONDIENTE, con la finalidad de asignarle el numero secuencial que le corresponda, para luego proceder con la elaboración del CERTIFICADO DE REGISTRO.
- Firmados los documentos descritos, estos serán entregados al propietario, representante legal del establecimiento o administrador, a quien se le instruirá sobre la necesidad de que sean ubicados en un lugar visible, conjuntamente con la Lista de Precios de los servicios o productos ofertados.
- El funcionario delegado para el efecto, informara al representante legal, propietario o administrador del establecimiento, que cualquier cambio posterior en relación al registro otorgado como direcciones, de propietario, o cese, deberá ser oportunamente comunicado al Ministerio de Turismo.
- Una vez que el establecimiento haya obtenido el Registro, deberá obtener la LUAF, para lo que cancelara el monto de la siguiente manera:
- Municipios No Descentralizados: En la oficina de Coordinación Zona 5 ubicada en la Av. Fco. De Orellana y Justino Cornejo, Edificio Gobierno Zonal – Piso 8.
- Municipios Descentralizados: En el Municipio correspondiente a su jurisdicción.

Protección al consumidor de servicios turísticos

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

Ley de Turismo, Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Ley de Turismo, Art. 52.- Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;

b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, 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 proporcionen 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 incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

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

De los incentivos y beneficios en general

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

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia 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 respectivo, caso contrario la Municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos Exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás Actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento

de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia.

Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley.

El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

Requisitos

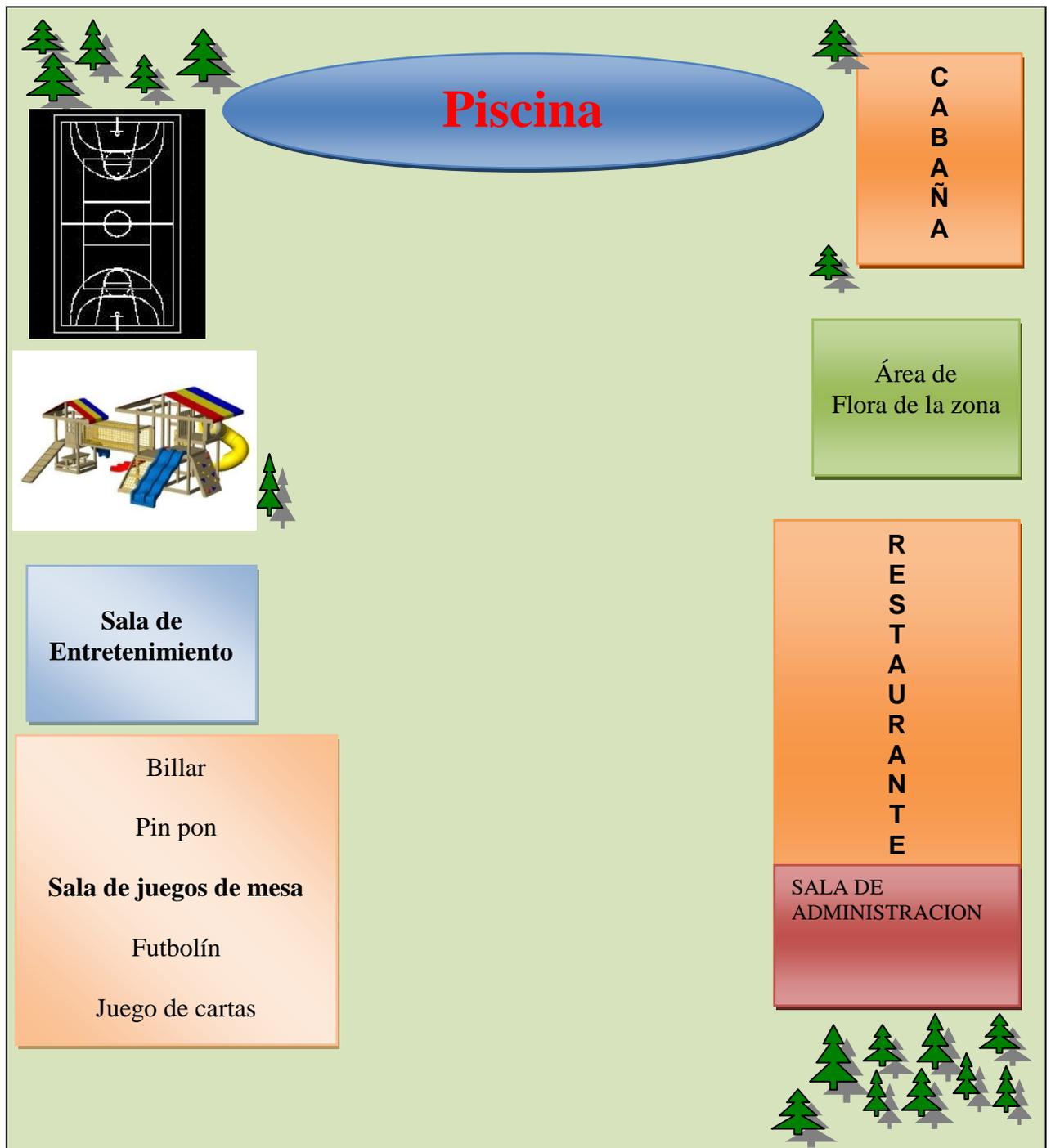
Solicitud de registro Alojamiento – Alimentos y Bebidas

- 1.-** Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- 2.-** Nombramiento del Representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil.
- 3.-** Copia del Registro Único de Contribuyentes
- 4.-** Copia de cedula de identidad a color
- 5.-** Copia de la última papeleta de votación a color
- 6.-** Copia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- 7.-** Certificado del instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, de no encontrarse en las ciudades de:
Quito: Av. Republica 396 y Diego de Almagro, Edif. Fórum
Guayaquil: Av. Fco. De Orellana y Justino Cornejo, Edif. Gobierno Zonal
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril, Edif. Acrópolis
- 8.-** Fotocopia de escritura de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- 9.-** Lista de Precios de los servicios ofertados, original y copia
- 10.-** Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
- 11.-** Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Estudio Técnico

Para la construcción del centro recreacional se cuenta con un terreno de 1.950 metros cuadrados, en donde se ubicaran las diferentes áreas las cuales estarán estratégicamente ubicadas para dar un ambiente armonioso de todos sus elementos.

FIGURA 14



Las diferentes áreas estarán equipadas de la siguiente manera:

Área de la alberca

Constara con una piscina de hormigón de (10x6x1.35) metros cuadrados.

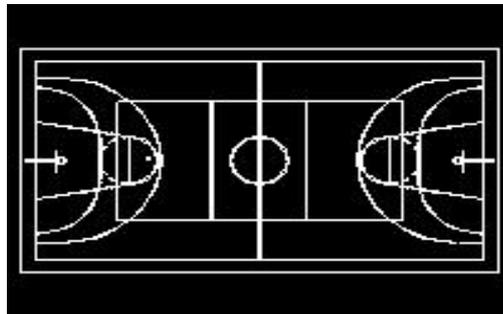
FIGURA 15



Área de Cancha Múltiple (indor futbol, básquet y vóley)

Esta área constara de 25x10 mts², y la cancha será fabricada de concreto y pintada.

FIGURA 16



Área de Cabaña

Esta será de 8x4 mts², y serán fabricadas de maderos y cade, estará equipada con 4 hamacas.

Para las conferencias esta cabaña se equipara con 50 sillas plásticas, 1 mesa cuadrada, 1 proyector marca HP, 1 una lapto marca Hp procesador AMD dual core, memoria 26 B DDR3, disco duro 500 GB

Sala de Entretenimiento

Estará ubicada en un área de 7x5 mts², y estará equipada con lo siguiente:

1 Televisor LCD marca Lg de 50'

1 Equipo de Sonido marca Sony

1 Dvd marca Lg

1 Antena de Directv

Sala de Juegos de Mesa

Esta constara con un área de 15x5 mts², y estará equipada con lo siguiente:

2 Mesas de Billar

1 Futbolín

1 Mesa de Pin Pon

5 Juegos de Naipes

2 Tableros de Ajedrez

2 Tableros de Domino

FIGURA 17



Área de Juegos Infantiles

Estará ubicada en un área de 7x4 mts², la cual constara de:

1 Juego de Columpios

1 Casita de campo

1 Resbaladera

Juego tradicional (rayuela)

FIGURA 18



Restaurante

Cuenta con un área de 92 mts², y estará equipada de la siguiente manera:

1 cocina industrial de 4 hornillas

1 congelador horizontal marca general electric de 21 pulgadas

1 vitrina frigorífica marca indurama

100 platos tendidos

100 juegos de tenedor

100 vasos

60 copas

15 mesas redondas

60 sillas

1 equipo de sonido

4 cuchillos de cocina

1 juego de ollas

5 pailas

10 jarras de vidrio

5 charoles

Área de flora de la zona

Esta contara con un área de 6x5 mts², en donde se podrá apreciar las siguientes plantas:

Veraneras

Crotos

Isoras

Rosas

Cipres

Sala de Administración

Esta ocupara un pequeño espacio de 5x4 mts², y estará equipada con lo siguiente:

- 3 escritorios marca Froxal con tablero R.H. de 1.60 x 70
- 2 computadoras de escritorio marca compac con memoria de 26 B DDR3 y disco duro 500 GB
- 1 impresora multifunción (scanner, impresora, copiadora) marca compac
- 1 archivador de cuatro cajones
- 1 ventilador de tumbado
- 1 pizarra acrílica

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Esta propuesta se va a realizar mediante las aportaciones financieras de los tres socios y otra parte por medio de un préstamo bancario, el objetivo es crear un CENTRO RECREACIONAL que ayude a fomentar el turismo en el cantón por medio de la recreación, el cual va estar dotado por una serie de aéreas de esparcimiento que contaran con lo siguiente:

- 1 piscina
- 1 cancha múltiple
- 1área de juegos infantiles
- 1 área de juegos de mesa
- Restaurante
- Sala de entretenimiento

Las cuales van a estar bien adecuadas para el disfrute de los visitantes.

Para la puesta en marcha de este proyecto se contara con el recurso financiero, humano y tecnológico necesario.

Se trabajara con personal calificado en el área de turismo, y con personal de la zona como apoyo en las actividades de conocimiento de la flora del sector.

Como valor agregado el centro recreacional contara con una pequeña sala de conferencias para las empresas que gusten de estos servicios, la cual contara con equipo audio visual, e inmobiliario necesario para el confort de los asistentes.

Se contara con un espacio físico a disposición de 1.950 metros cuadrados, para la construcción del centro recreacional donde se podrá albergar aproximadamente a 225 personas sin ningún problema.

5.7.1 Actividades

Nuestro producto principal es el turismo recreativo, el cual se trata de un segmento de la industria turística poco desarrollado en el cantón, o más bien mal administrado. En donde las industrias, centros educativos, agencias bancarias, personas de la tercera edad, y visitantes en general serán la mayor demanda con la que se contara. Entre las actividades a realizarse en el centro recreacional tenemos:

- Actividades Deportivas
- Actividades Pedagógicas
- Actividades Empresariales
- Actividades Recreativas
- Eventos



5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Cuadro 22

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
1	MESA DE PIN PON	250,00	250,00
1	FUTBOLIN	200,00	200,00
2	MESA DE BILLAR	900,00	1.800,00
11	JUEGO DE MESA Y SILLA	100,00	1.100,00
50	SILLAS PLASTICAS	6,50	325,00
3	PAILAS GRANDES	50,00	150,00
2	PAILAS PEQUEÑAS	30,00	60,00
5	OLLAS	28,00	140,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		4.025,00
	EQUIPO Y MAQUINARIA		
1	TOSTADORA INDUSTRIAL.	300,00	300,00
1	COCINA	700,00	700,00
1	EXTRACTOR DE JUGO	300,00	300,00
1	EXPRIMIDOR	220,00	220,00
1	CONGELADOR	1.000,00	1.000,00
1	EQUIPO DE SONIDO	240,00	240,00
1	TELEVISOR	900,00	900,00
1	OLLA ARROCERA	450,00	450,00
1	VITRINA FRIGORIFICA	800,00	800,00
1	ANTENA DE DIRECTV	84,00	84,00
	TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA		4.994,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
2	ESCRITORIO	180,00	360,00
2	SILLA DE SECRETARIA	85,00	170,00
1	ARCHIVADOR	130,00	130,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		660,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
2	COMPUTADORAS	687,00	1.374,00
1	LAPTO	772,00	772,00
1	PROYECTOR	659,99	659,99
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2.805,99
	EDIFICIO		
1	CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO	45.000,57	45000,57
	TOTAL EDIFICIO		45000,57
	TERRENO		
1800	PREDIO	18,00	32400,00
	TOTAL DEL TERRENO		32400,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		89.885,56

Cuadro 23

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	4.025,00	10%	33,54	402,50
EQUIPO Y AQUINARIA	4.994,00	10%	41,62	499,40
EQUIPO DE COMPUTACION	2.805,99	33%	77,16	925,98
EDIFICIO	45.000,57	5%	187,50	2.250,03
EQUIPO DE OFICINA	660,00	10%	5,50	66,00
TOTAL	57.485,56		345,33	4.143,91

Cuadro 24 Nómina

NÓMINA AÑO 1		BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aporte s IESS - SOLCA	FDO.RE SEV.	TOTAL BENEFICI OS	REM.	total año 1 BENEFICIO SOCIALES	TOTAL SUELDO AÑO 1	SUELDO AÑO 2	SUELDO AÑO 3	SUELDO AÑO 4	SUELDO AÑO 5
700,00	1 ADMINISTRADOR	700,00	58,33	24,33	29,17	86,45		198,28	700,00	2.379,40	8.400,00	8.736,00	9.085,44	9.448,86	9.826,81
298,00	1 SECRETARIA	298,00	24,83	24,33	12,42	36,80		98,39	298,00	1.180,64	3.576,00	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41
298,00	1 CAJA	298,00	24,83	24,33	12,42	36,80		98,39	298,00	1.180,64	3.576,00	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41
298,00	1 CONTROLADOR DE BOLETOS	298,00	24,83	24,33	12,42	36,80		98,39	298,00	1.180,64	3.576,00	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41
400,00	1 JEFE DE COCINA	400,00	33,33	24,33	16,67	49,40		123,73	400,00	1.484,80	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
298,00	1 AYUDANTE	298,00	24,83	24,33	12,42	36,80		98,39	298,00	1.180,64	3.576,00	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41
300,00	1 GUARDIA	300,00	25,00	24,33	12,50	37,05		98,88	300,00	1.186,60	3.600,00	3.744,00	3.893,76	4.049,51	4.211,49
298,00	2 MESEROS	596,00	49,67	24,33	24,83	73,61		172,44	596,00	2.069,27	7.152,00	7.438,08	7.735,60	8.045,03	8.366,83
298,00	1 ALBERQUERO	298,00	24,83	24,33	12,42	36,80		98,39	298,00	1.180,64	3.576,00	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41
298,00	1 JARDINERO	298,00	24,83	24,33	12,42	36,80		98,39	298,00	1.180,64	3.576,00	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41
	TOTAL	3.784,00							3.784,00	14.203,89	45.408,00	47.224,32	49.113,29	51.077,82	53.120,94

Cuadro 25

DETALLE DE GASTOS										
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEB	MARZO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	ADMINISTRADOR	700,00	700,00	700,00	2.379,40	8.736,00	9.085,44	9.448,86	9.826,81	
	SECRETARIA	298,00	298,00	298,00	1.180,64	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41	
	CAJA	298,00	298,00	298,00	1.180,64	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41	
	CONTROLADOR DE BOLETOS	298,00	298,00	298,00	1.180,64	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41	
	JEFE DE COCINA	400,00	400,00	400,00	1.484,80	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32	
	AYUDANTE	298,00	298,00	298,00	1.180,64	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41	
	GUARDIA	300,00	300,00	300,00	1.186,60	3.744,00	3.893,76	4.049,51	4.211,49	
	MESEROS	596,00	596,00	596,00	2.069,27	7.438,08	7.735,60	8.045,03	8.366,83	
	ALBERQUERO	298,00	298,00	298,00	1.180,64	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41	
	JARDINERO	298,00	298,00	298,00	1.180,64	3.719,04	3.867,80	4.022,51	4.183,41	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		3.784,00	3.784,00	3.784,00	14.203,89	47.224,32	49.113,29	51.077,82	53.120,94	
GASTOS DE GENERALES		ENERO	FEB	MARZO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	AGUA	10,00	10,00	10,00	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38	
	ENERGIA ELECTRICA	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.872,00	1.946,88	2.024,76	2.105,75	
	TELEFONO	30,00	30,00	30,00	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15	
	SERVICIOS DE INTERNET	45,00	45,00	45,00	540,00	561,60	584,06	607,43	631,72	
	PERMISO DE BOMBEROS	5,00	5,00	5,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19	
	PERMISO DE SALUD	4,17	4,17	4,17	50,04	52,04	54,12	56,29	58,54	
	SANIDAD	4,17	4,17	4,17	50,04	52,04	54,12	56,29	58,54	
	PERMISO MIN. TURISMO	25,00	25,00	25,00	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96	
	IEPI	1,25	1,25	1,25	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55	
	INTENDENCIA DE POLICIA	20,83	20,83	20,83	249,96	259,96	270,36	281,17	292,42	
	PERMISO USO DEL SUELO (1% de la inversión de	74,90	74,90	74,90	898,86	934,81	972,20	1.011,09	1.051,53	
	PATENTE MUNICIPAL	66,66	33,54	33,54	435,62	453,04	471,16	490,01	509,61	
	SERVILLETA Y PAPEL H	35,00	35,00	35,00	420,00	436,80	454,27	472,44	491,34	
0,80	100	VAJILLA	80,00	0,00	0,00	80,00	83,20	86,53	89,99	93,59
0,48	100	VASOS	48,00	0,00	0,00	96,00	99,84	103,83	107,99	112,31
14,00	2	TABLAS	28,00	0,00	0,00	84,00	87,36	90,85	94,49	98,27
4,00	10	SERVILLETEROS	40,00	0,00	0,00	40,00	41,60	43,26	44,99	46,79
18,00	5	CHAROLES	90,00	0,00	0,00	90,00	93,60	97,34	101,24	105,29
5,00	10	JARRAS DE VIDRIO	50,00	0,00	0,00	100,00	104,00	108,16	112,49	116,99
		SUMINISTROS DE OFICINA	206,35	0,00	0,00	619,05	643,81	669,56	696,35	724,20
		DEP MUEBLES Y ENSERES	33,54	33,54	33,54	402,50	402,50	402,50	402,50	402,50
		DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	41,62	41,62	41,62	499,40	499,40	499,40	499,40	499,40
		DEP EDIFICIO	187,50	187,50	187,50	2.250,03	2.250,03	2.250,03	2.250,03	2.250,03
		DEP. DE EQUIPO DE COMP.	77,16	77,16	77,16	925,98	925,98	925,98	-	-
		DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	5,50	5,50	5,50	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00
TOTAL GASTOS GENERALES		1.359,66	784,19	784,19	10.552,47	10.808,81	11.075,41	10.426,69	10.715,04	

OTROS GASTOS		ENERO	FEB	MARZO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	DESINFECTANTE	5,00	5,00	5,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
	COLORO	4,00	4,00	4,00	48,00	49,92	51,92	53,99	56,15
	ESCOBAS X 4	8,00	0,00	0,00	8,00	8,32	8,65	9,00	9,36
	TRAPEADOR X 2	6,00	6,00	6,00	72,00	74,88	77,88	80,99	84,23
	PLANTAS	25,00	0,00	0,00	25,00	26,00	27,04	28,12	29,25
	TOALLAS DE COCINA 1 DOC.	9,00	9,00	9,00	108,00	112,32	116,81	121,49	126,34
	ENCENDEDOR	6,00	0,00	0,00	6,00	6,24	6,49	6,75	7,02
	FOCOS 12 UND	41,16	0,00	0,00	41,16	42,81	44,52	46,30	48,15
	FUNDAS DE BASURA	5,00	5,00	5,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
	TOTAL DE OTROS GASTOS	109,16	29,00	29,00	428,16	445,29	463,10	481,62	500,89

GASTO DE VENTAS		ENERO	FEB	MARZO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	1.000,00	300,00	300,00	4.300,00	4.472,00	4.650,88	4.836,92	5.030,39
	TOTAL	1.000,00	300,00	300,00	4.300,00	4.472,00	4.650,88	4.836,92	5.030,39

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	6.252,82	4.897,19	4.897,19	29.484,52	62.950,42	65.302,68	66.823,05	69.367,26
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

				ANUAL				
GASTOS PARA EL FLUJO CAJ	5.907,49	4.551,87	4.551,87	25.340,61	58.806,51	61.158,77	63.605,12	66.149,33
GASTOS GENERALES	1.014,33	438,87	438,87	6.408,56	6.664,91	6.931,50	7.208,76	7.497,11
OTROS GASTOS	109,16	29,00	29,00	428,16	445,29	463,10	481,62	500,89
DEPRECIACION	345,33	345,33	345,33	4.143,91	4.143,91	4.143,91	3.217,93	3.217,93
				4.143,91	8.287,81	12.431,72	15.649,64	18.867,57

Cuadro 26

COSTO DE VENTAS									
CANT.	DETALLE	VALOR	ENER	FEB	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ALIMENTOS (CARNES, VEGETALES, FRUTAS)	5.858,10	5.858,10	5.858,10	70.297,23	73.109,12	76.033,49	79.074,83	82.237,82
	BEBIDAS	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.616,00	5.840,64	6.074,27	6.317,24
	MANTENIMIENTO DE PISCINA	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.872,00	1.946,88	2.024,76	2.105,75
TOTAL			6.458,10	6.458,10	77.497,23	80.597,12	83.821,01	87.173,85	90.660,80

Cuadro 27

PUNTO DE EQUILIBRIO					
PVx	CVx	CF			
	18	8,45	5.774,47	0	
		9,55	=	5.774,4747	
				604,66 mensuales	
UTILIDAD DESEADA					
PVx	CVx	CF	UD	semanas	
	18	8,45	5.774,47	3000	
		9,55	=	8774,4747	
				918,79 mensuales	4
					229,70

COSTOS FIJOS

sueldos	3.784,00
beneficios sociales	957,09
Publicidad	150,00
servicios basicos	235,00
dividendo	648,39
total	5.774,47

Desglose de precio de venta

entrada	3,00
alimentacion	9,00
juegos	6,00
total	18,00

COSTOS VARIABLES

2,25 costo de alimentacion
3,20 mano de obra
3,00 transporte
8,45

Cuadro 28

PRESUPUESTO DE INGRESOS							
INGRESOS POR VENTA	PRECIO	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADA AL COMPLEJO	3,00	2.756,38	33.076,55	35.722,68	38.580,49	41.666,93	45.000,29
ALQUILER PARA EVENTOS 2 al mes	400,00	800,00	9.600,00	10.368,00	11.197,44	12.093,24	13.060,69
PAQUETES 919 *\$18	18,00	16.538,28	198.459,32	214.336,07	231.482,96	250.001,59	270.001,72
TOTAL DE INGRESOS		20.094,66	241.135,88	260.426,75	281.260,89	303.761,76	328.062,70

Cuadro 29

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	4.025,00
EQUIPO Y AQUINARIA	4.994,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.805,99
EDIFICIO	45.000,57
EQUIPO DE OFICINA	660,00
TERRENO	32.400,00
CAJA BANCOS	3.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	92.885,56

Cuadro 30

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		92.885,56
Financiado	30%	27.865,67
Aporte Propio	70%	65.019,89
		92.885,56
TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	14%	0,14 0,14

Cuadro 31

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				27.865,67
1	4.138,30	3.642,32	7.780,62	23.727,37
2	4.756,32	3.024,30	7.780,62	18.971,05
3	5.466,64	2.313,98	7.780,62	13.504,40
4	6.283,04	1.497,58	7.780,62	7.221,36
5	7.221,36	559,26	7.780,62	0,00
	27.865,67	11.037,45	38.903,12	

Cuadro 32

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	20.094,66	241.135,88	260.426,75	281.260,89	303.761,76	328.062,70	1.414.647,97
(-) COSTO DE VENTAS	6.458,10	77.497,23	80.597,12	83.821,01	87.173,85	90.660,80	419.750,01
UTILIDAD BRUTA	13.636,55	163.638,65	179.829,63	197.439,88	216.587,91	237.401,90	994.897,96
COSTOS INDIRECTOS	6.252,82	29.484,52	62.950,42	65.302,68	66.823,05	69.367,26	293.927,92
UTILIDAD OPERACIONAL	7.383,73	134.154,13	116.879,21	132.137,20	149.764,86	168.034,64	700.970,04
(-) GASTOS FINANCIEROS	325,10	3.642,32	3.024,30	2.313,98	1.497,58	559,26	11.037,45
UTILIDAD ANTES PART. IMP	7.058,63	130.511,80	113.854,91	129.823,22	148.267,28	167.475,38	689.932,58
PARTICIPACION EMPLEADOS	1.631,40	19.576,77	17.078,24	19.473,48	22.240,09	25.121,31	103.489,89
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	5.427,24	110.935,03	96.776,67	110.349,74	126.027,18	142.354,07	586.442,70
IMPUESTO RENTA	2.311,15	27.733,76	24.194,17	27.587,43	31.506,80	35.588,52	250.100,56
UTILIDAD NETA	3.116,09	83.201,28	72.582,50	82.762,30	94.520,39	106.765,55	439.832,02

Cuadro 33

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	241.135,88	260.426,75	281.260,89	303.761,76	328.062,70	1.414.647,97
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		241.135,88	260.426,75	281.260,89	303.761,76	328.062,70	1.414.647,97
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	92.885,56	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	14.203,89	47.224,32	49.113,29	51.077,82	53.120,94	214.740,26
GASTO DE VENTAS	-	4.300,00	4.472,00	4.650,88	4.836,92	5.030,39	23.290,19
GASTOS GENERALES	-	6.408,56	6.664,91	6.931,50	7.208,76	7.497,11	34.710,85
OTROS GASTOS		428,16	445,29	463,10	481,62	500,89	2.319,05
COSTO DE VENTA	-	77.497,23	80.597,12	83.821,01	87.173,85	90.660,80	419.750,01
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	19.576,77	17.078,24	19.473,48	22.240,09	25.121,31
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	27.733,76	24.194,17	27.587,43	31.506,80	35.588,52
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	92.885,56	102.837,84	186.714,16	186.252,18	197.839,89	210.557,02	755.520,19
FLUJO OPERATIVO	-92.885,56	138.298,03	73.712,58	95.008,70	105.921,87	117.505,68	530.446,87
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	27.865,67	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	27.865,67	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	4.138,30	4.756,32	5.466,64	6.283,04	7.221,36	27.865,67
PAGO DE INTERESES	-	3.642,32	3.024,30	2.313,98	1.497,58	559,26	11.037,45
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	7.780,62	7.780,62	7.780,62	7.780,62	7.780,62	38.903,12
FLUJO NETO NO OPERATIVO	27.865,67	-7.780,62	-7.780,62	-7.780,62	-7.780,62	-7.780,62	-38.903,12
FLUJO NETO	-65.019,89	130.517,41	65.931,96	87.228,08	98.141,25	109.725,06	491.543,75
SALDO INICIAL		3.000,00					
FLUJO ACUMULADO	-	133.517,41	199.449,37	286.677,45	384.818,69	494.543,75	

Cuadro 34

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>					
CAJA -BANCOS	133.517,41	199.449,37	286.677,45	384.818,69	494.543,75
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	133.517,41	199.449,37	286.677,45	384.818,69	494.543,75
ACTIVOS FIJOS	89.885,56	89.885,56	89.885,56	89.885,56	89.885,56
DEPRECIAC. ACUMULADA	4.143,91	8.287,81	12.431,72	15.649,64	18.867,57
TOTAL DE ACTIVO FIJO	85.741,65	81.597,75	77.453,84	74.235,92	71.017,99
TOTAL DE ACTIVOS	219.259,06	281.047,12	364.131,29	459.054,61	565.561,74
<u>PASIVO</u>					
<u>CORRIENTE</u>					
PRESTAMO	23.727,37	18.971,05	13.504,40	7.221,36	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	19.576,77	17.078,24	19.473,48	22.240,09	25.121,31
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	27.733,76	24.194,17	27.587,43	31.506,80	35.588,52
TOTAL PASIVO	71.037,90	60.243,45	60.565,32	60.968,25	60.709,83
<u>PATRIMONIO</u>					
APOORTE CAPITAL	65.019,89	65.019,89	65.019,89	65.019,89	65.019,89
UTILIDAD DEL EJERCICIO	83.201,28	72.582,50	82.762,30	94.520,39	106.765,55
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	83.201,28	155.783,78	238.546,08	333.066,47
TOTAL PATRIMONIO	148.221,17	220.803,67	303.565,97	398.086,36	504.851,91
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	219.259,06	281.047,12	364.131,29	459.054,61	565.561,74
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Cuadro 35

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-92.885,56	138.298,03	73.712,58	95.008,70	105.921,87	117.505,68

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	17%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	530.446,87
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	92.885,56
TASA DE RENTIMIENTO PROM	114,22%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		341.492,99
VAN	POSITIVO	248.607,43
INDICE DE RENTABILIDAD I.	MAYOR A 1	1,37
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	37,36
TASA INTERNA DE RETORNO		121%

RAZONES	
UTILIDAD NETA	439.832,02
VALOR DEL CREDITO	27.865,67
VENTAS	1.414.647,97
COSTO DE VENTA	713.677,93
TOTAL DEL ACTIVO	71.017,99

INDICE INVERSION TOTAL	MAYOR A 1	15,78
MONTO DE INVERSION	MAYOR A 1	50,77
MARGEN NETO DE UTILIDAD (UTILIDAD VENTA)	MAYOR A 1%	198%
MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	MAYOR A 1	10,05

5.7.3 Impacto

Son muchos los beneficios obtenidos con la ejecución de esta propuesta, puesto que el Cantón de San Francisco de Milagro, próximo a convertirse en capital de la región cinco de nuestra provincia necesita estar dotada no solo de servicios básicos, sino también de servicios turísticos que ayuden al descanso y relajación de sus habitantes y de los futuros visitantes que vendrán a la ciudad.

Esta iniciativa de la creación de un centro recreacional va más allá de solo implementar un centro de distracción y recreación, busca motivar a los demás empresarios existentes en la zona a que participen en el sector turístico como fuente principal de ingresos para el cantón, y de la misma manera contribuir como un modelo de sitio turístico innovador para que los centros de recreación existentes en la zona tomen las medidas necesarias para que innoven sus servicios, infraestructura y capaciten a su personal, y se pueda trabajar en conjunto para poder tener el desarrollo turístico del cantón.

La implementación de este centro recreacional le ofrecerá a la población milagreña, y a la población de los cantones y ciudades aledañas un lugar con juegos tradicionales, con servicio de calidad a cargo de personal calificado y con conocimientos de lo que es el turismo de recreación como base importante del desarrollo del individuo, ofreciendo diversas formas de diversión para grandes y chicos sin distinción de edad.

Otro aspecto importante con la ejecución de esta propuesta es brindar nuevas fuentes de trabajo no solo a la población del sector, sino también a los profesionales del turismo que se reciben de la Universidad Estatal de Milagro.

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- Con la realización de esta propuesta se podrá dar fuentes de trabajo a más de 10 personas, mejorando la calidad de vida de ellos y de sus familiares.
- Mejorar la imagen turística del cantón con un nuevo producto en oferta.
- Motivar a los distintos centros de recreación de la ciudad a la mejora de su infraestructura.
- Mejorar la calidad de servicio al cliente de la ciudad.
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes del recinto Los Linderos de Venecia, con la afluencia de visitantes al sector.
- Iniciar el reconocimiento y desarrollo turístico del Cantón.
- Con la creación e implementación del centro recreacional se posibilitara una mayor afluencia de turistas atraídos por las diferentes actividades innovadoras con las que contara el centro recreacional y contribuirá a la unión familiar y a la distracción sana y confortable por medio de los juegos tradicionales.

Conclusiones

- Luego de haber realizado el estudio de mercado y de factibilidad de la creación de un Centro Recreacional con la implementación de juegos tradicionales, podemos llegar a la conclusión, que el hecho de incorporar a las actividades recreacionales, juegos ancestrales ha mostrado gran interés por parte de la población Milagreña ya que fomentarán el turismo dentro del cantón ayudando al desarrollo turístico del mismo.
- El turismo sostenible puede incrementar de manera directa el desarrollo de la población mediante la afluencia turística.
- Que el Turismo es una actividad innovadora y muy importante para el desarrollo socio económico de los pueblos.
- Que el turismo es una carrera que prepara profesionales capacitados para dar asesoramiento, mantenimiento, dirección administrativa y diseño de empresas turísticas como son: hoteles, agencia de viajes, bares, operadoras, restaurantes, salones de eventos.
- Que es inaceptable que en nuestro Cantón Milagro con tanto recurso natural no se fomente y desarrolle el turismo como debería ser, y que pueblos aledaños con infraestructura medianamente buena goce de mayor desarrollo turístico que nuestro cantón.

Recomendaciones

- Mi recomendación principal es que las Autoridades Municipales de turno y los que vendrán con el pasar de los años, se enfoquen en el turismo como una nueva e innovadora fuente de ingreso para el cantón, empezando con micro proyectos que involucren a diferentes sectores de la ciudad a participar de forma directa en la ejecución de los mismos.

- Motivar con planes de micro créditos a los diferentes centros de recreación de la ciudad para la mejora de sus instalaciones y capacitación constante de sus empleados para ofrecer servicios de calidad.

- Fomentar en la población milagreña una consciencia de lo que es el practicar un turismo sostenible en nuestro cantón, para contar con un producto turístico no solo a corto plazo sino enfocarlo hacia nuestras futuras generaciones.

- Brindar fuentes de trabajo a los futuros profesionales del turismo que salen de la Universidad Estatal de Milagro, para que pongan en práctica sus conocimientos frescos e innovadores, y poder tener una buena administración en los sitios turísticos del cantón.

- Dotar los centros turísticos del cantón con servicios y precios accesibles a los de la población, sin bajar la calidad de los mismos.

- Finalmente sería de suma importancia que el cantón de San Francisco de Milagro ocupara un lugar significativo dentro del inventario turístico de la provincia del Guayas.

Bibliografía

- MULLER, Jan Marco: *ORIGEN DE LOS CENTROS COMERCIALES Y RECREACIONALES EN SANTA FE*, <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/bogota/centros.htm>, extraído el 20 de Junio de 2011.
- GOMES, Mery del Socorro: *RECREACIÓN FACTOR DEL DESARROLLO INTEGRAL DEL SER HUMANO*, <http://www.redcreacion.org/documentos/.../Recreavalle.htm>, extraído el 20 de Junio de 2011.
- WIKIPEDIA, Turismo: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>, extraído el 20 de Junio de 2011.
- FRANCESC VALLS, Josep: *GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO Y OCIO*, Gestión 2000, Barcelona, 2000.
- FRANCESC VALLS, Josep: *Las Claves del Mercado Turístico*, Deusto, España, 2003.
- LANQUAR, Robert: *MARKETING TURÍSTICO*, Ariel S.A, España, 2001.
- MURILLO VARGAS, Guillermo: *TEORÍAS CONTEMPORÁNEAS DE LA ORGANIZACIÓN Y DEL MANAGEMENT*, Ecoe, Colombia, 2008.
- MOREIRA BARAHONA, Ramón: *LA RECREACIÓN UN FENÓMENO SOCIO CULTURAL*, Santiago de Cuba, 1977.
- JIMENES, Dinelo, y, ALVARADO, L: *LÚDICA Y RECREACIÓN*, Magisterio, Santafé de Bogotá, 2000.
- MUNNE, F: *Psicología del tiempo libre*. Trillas, México, 1987.
- CUENCA, Manuel: *OCIO Y DESARROLLO HUMANO*. Propuesta para el 6to Congreso Mundial de Ocio. Universidad de Deusto. Bilbao. 2000.
- GOELDNER, Charles: *Turismo (PLANEACION, ADMINISTRACION Y PERSPECTIVA)*, Limusa, Mexico, 2011.
- OSORIO C, Esperanza, y, RICO A, Carlos: *DISEÑO Y EVALUACION DE PROGRAMAS DE RECREACION*, Funlibre, Colombia, 2005.
- ZIPEROVICH, Andres: *TURISMO Y RECREACION*, Trillas, Mexico, 2004.
- OSORIO CORREA, Esperanza: *RECREACION Y ADULTO MAYOR (OCIO PARA UNA VIDA PLENA)*, Funlibre, Colombia, 2002

ANEXOS



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO
PROVINCIA DEL GUAYAS.**

COOPERACION: Su ayuda es clave para nosotros. Le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

OBJETIVO: Crear un Centro recreacional para el desarrollo turístico de la población en la ciudad de milagro.

INSTRUCCIONES: Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible. No deje espacios en blanco.

NOMBRE:

EMPRESA:

TÍTULO PROFESIONAL:

CARGO:

PREGUNTAS:

1.- ¿Gusta con su familia salir los fines de semana para recrearse en algún lugar turístico?

SI

NO

¿Por qué?

2.- ¿Cuáles son los sitios recreacionales que usted visita con mayor frecuencia los fines de semanas o en épocas de vacaciones?

¿Cree usted que los lugares recreacionales que visita con mayor frecuencia están bien dotados e implementados para promover el turismo en el cantón milagro?

4.- ¿Considera usted que se debería crear e implementar en el cantón milagro un centro recreacional “bien equipado que permita el desarrollo turístico en la localidad?

SI

NO

¿Por qué?

5.- ¿Estaría de acuerdo que en el centro recreacional a implementarse se incluyan juegos recreativos ancestrales que incentive a la juventud a una diversión sana y confortable?

SI

NO

¿Por qué?

¿Qué sugerencias daría usted para que la atención al cliente sea optima y de calidad en el centro recreacional a crearse e implementarse en el cantón milagro?



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

Encuesta dirigida a la población del cantón Milagro, con el objetivo crear un centro recreacional para el desarrollo turístico de la población en la ciudad de milagro.

<p>Solicitamos de la manera más cordial, nos colabore con la contestación de las siguientes preguntas que servirán en gran medida para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación</p>			
<p>1) ¿Cree usted que los centros de recreación de la ciudad de Milagro cuentan con una buena infraestructura?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>2) ¿En qué condiciones piensa usted que se encuentran las instalaciones de los sitios de recreación de la ciudad para brindar sus servicios?</p> <p>Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Regular <input type="checkbox"/></p> <p>Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>3) ¿Cuáles de las siguientes características le llaman la atención a la hora de escoger un sitio de recreación?</p> <p>Imagen <input type="checkbox"/></p> <p>Precio <input type="checkbox"/></p> <p>Servicios <input type="checkbox"/></p> <p>Higiene <input type="checkbox"/></p> <p>Todos <input type="checkbox"/></p>	<p>4) ¿Qué tipo de actividades le gustaría que se incluyeran en un centro recreacional??</p> <p>Deportivas <input type="checkbox"/></p> <p>Culturales <input type="checkbox"/></p> <p>Pedagógicas <input type="checkbox"/></p> <p>Otras <input type="checkbox"/></p>
<p>5) ¿Cómo cree usted que se realiza la publicidad de los sitios de recreación de Milagro?</p> <p>Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>6) ¿Por qué medio de comunicación se informa mejor de los centros de recreación de la ciudad y sus servicios ofertados?</p> <p>Televisión <input type="checkbox"/></p> <p>Radio <input type="checkbox"/></p> <p>Prensa escrita <input type="checkbox"/></p> <p>Hojas volantes <input type="checkbox"/></p>	<p>7) ¿Cree usted que el Municipio de la ciudad está trabajando en fomentar el turismo en el Cantón?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>8) ¿Qué tipo de turismo cree usted que el Municipio debería fomentar en la Ciudad?</p> <p>Gastronómico <input type="checkbox"/></p> <p>Recreación <input type="checkbox"/></p> <p>Aventura <input type="checkbox"/></p> <p>Todos <input type="checkbox"/></p>
<p>9.) ¿Cree usted que los sitios recreacionales de la ciudad están siendo bien administrados?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>10.) ¿Cree usted que los administradores de los centros de recreacionales deberían tener conocimiento en Gestión de empresas turísticas y ocio?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>11.) ¿Con qué frecuencia al mes visita usted los sitios recreacionales de la ciudad?</p> <p>Todos los días <input type="checkbox"/></p> <p>Tres veces al mes <input type="checkbox"/></p> <p>Solo fines de semana <input type="checkbox"/></p>	<p>12) ¿Le gustaría que se creara un Centro recreacional en la vía Milagro – Naranjito para incentivar el turismo del Cantón?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>

TÍTULO

CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE MILAGRO

			VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	La falta de un Centro Recreacional fomenta la migración de sus habitantes hacia otros cantones afectando al desarrollo turístico de la Ciudad de Milagro.		Centro Recreacional	Desarrollo turístico
OBJETIVO GENERAL	Desarrollar una nueva alternativa de recreación y descanso para la población milagreña y las personas que transitan por la vía Milagro-Naranjito para que de esta manera ayude al desarrollo turístico que no está siendo aprovechado adecuadamente.		Alternativa de recreación y descanso	Desarrollo turístico
SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
1.- ¿De qué manera la falta de una buena infraestructura está afectando al desarrollo del turismo del cantón?	1.- Analizar el inventario de infraestructura turística del cantón.	1.- La falta de una buena infraestructura afecta al desarrollo del turismo del cantón.	Infraestructura	Desarrollo del turismo
2.- ¿Cómo la falta de productos turísticos está afectando a la continuidad del negocio?	2.- Elaborar productos turísticos sostenibles	2.- Los productos turísticos ayudan a la continuidad del negocio.	Productos turísticos	Continuidad del negocio
3.-¿ Cómo la falta de un plan de marketing está afectando a la afluencia de visitantes a los centros de recreación de la Ciudad de Milagro?	3.- Diseñar un Plan de Marketing	3.- La falta de un plan de marketing afecta a la afluencia de visitantes a los centros de recreación de la Ciudad de Milagro	Plan de marketing	Afluencia de visitantes
4. ¿Cómo la falta de apoyo de los gobiernos seccionales perjudica al crecimiento turístico de la ciudad?	4.- Proponer a los gobiernos seccionales micro proyectos turísticos como nueva fuente de desarrollo de la ciudad.	4.- La falta de apoyo de los gobiernos seccionales perjudica al crecimiento turístico de la ciudad	Falta de apoyo	Crecimiento turístico
5.- ¿De qué manera la mala administración de los centros recreacionales existentes está contribuyendo a que la ciudad de Milagro no sea un potencial turístico?	5.- Trabajar con Licenciados en Turismo capacitados en gestión de empresas de ocio.	5.- La mala administración de los centros recreacionales existentes está contribuyendo a que la ciudad de Milagro no sea un potencial turístico.	Mala administración	Potencial turístico
6.- ¿De qué manera la falta de un centro recreacional bien equipado está afectando al crecimiento turístico de la Ciudad de Milagro?	6.- Crear un sitio recreacional con servicio de calidad y recursos recreativos innovadores para contribuir al desarrollo turístico de la Ciudad de Milagro.	6.- Un centro recreacional bien equipado contribuye al crecimiento turístico de la Ciudad	Centro recreacional	Crecimiento turístico



SOLICITUD DE REGISTRO ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



.....,a.....de.....del20....

Yo,..... en calidad de Representante Legal de La empresa..... solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

Nombre del Establecimiento:.....

Ubicación del establecimiento:

Provincia	Cantón	Ciudad
-----------	--------	--------

.....

Calle	No.	Transversal	Sector	Teléfono
-------	-----	-------------	--------	----------

Fecha de Constitución:.....

Fecha de Inicio de Operaciones:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....Número de cédula.....Monto de inversión:

Número de empleados:.....

Número de mesas:..... Número de plazas.....

Número de habitaciones:..... Número de plazas.....

Observaciones:.....

.....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

PLATOS DE VENTA EN EL CENTRO RECREACIONAL

Fritada de pollo #20		Seco de Gallina #20	
2 Pollo	12,00	2 Gallinas	20,00
Aceite 2 Lt	4,40	Tomate	0,75
Ajo	1,00	Cebolla	0,75
Yuca	2,00	Ajo	0,5
Cebolla	0,50	Naranja 5	1,00
Tomate	0,50	Arroz 10 Lb	4,00
Limon	1,00	Achiote	0,50
Sal	0,10	Sal	0,08
Pimiento	0,25	Yerbabuena	0,20
TOTAL	21,75	Laurel	0,20
Costo por plato	1,09	Yerbita	0,10
Precio de Venta	2,50	Maduro	1,00
Ganancia por plato	1,41	Aceite	2,20
Ganancia de fin de Semana	56,50	TOTAL	31,28
ingresos por ventas del Mes	226	Costo por plato	1,56
		Precio de Venta	3,00
		Ganancia por plato	1,44
		Ganancia de fin de Semana	57,44
		Ganancia del Mes	229,76

Fritada de Chanco #20		Salchipapas # 50	
Carne de Cerdo 10 Lbs	25,00	Papa 24 Lb	4,80
Papa 6 Lbs	1,20	Chorizos 50	13
Verde	1,00	Aceite 4 Lt	8,80
Maduro	1,00	Cebolla	1,00
Mote 4Lb	4,00	Tomate	1,00
Aceite	4,40	Limón	1,00
Cebolla	0,50	Sal	0,20
Tomate	0,50	Mayonesa	2,40
Limón	1,00	Salsa de Tomate	1,40
Pimiento	0,50	TOTAL	33,60
Ajo	1,50	Costo por salchipapa	0,67
Sal	0,10	Precio de venta	1,25
TOTAL	40,70	Ganancia por salchipapa	0,58
Costo por plato	2,04	Ganancia de fin de Semana	57,8
Precio de Venta	3,00	Ganancia del Mes	231,2
Ganancia por plato	0,97		
Ganancia de Fin de Semana	38,6		
Ganancia del Mes	154,4		

HOT DOG # 48		EMPANADAS # 50	
Pan	7,80	EMPANADAS 50 und.	2,50
Salchichas	1,20	Queso	2,50
Mayonesa	2,40	Aceite	4,40
Salsa de Tomate	1,40	TOTAL	9,40
Mostaza	1,50	Costo por plato	0,19
Papitas	1,80	Precio de Venta	0,50
Fundas	0,50	Ganancia por empanada	0,31
TOTAL	16,60	Ganancia de Fin de Semana	31,2
Costo por hot dog	0,35	Ganancia del Mes	124,8
Precio de Venta	2,00		
Ganancia por hot dog	1,65		
Ganancia de fin de semana	158,8		
Ganancia del Mes	635,2		

Jugos Naturales Naranja # 50		Jugos Naturales Zanahoria # 30	
Naranjas 200 und	8,00	Zanahoria	8,00
Vasos 50	0,76	Vasos 30	1,25
TOTAL	8,76	TOTAL	9,25
Costo por jugo	0,18	Costo por jugo	0,31
Precio de Venta	1,00	Precio de Venta	1,00
Ganancia por jugo	0,82	Ganancia por jugo	0,69
Ganancia de fin de semana	82,48	Ganancia de fin de semana	41,5
Ganancia del Mes	329,92	Ganancia del Mes	166,0

coktel # 48	
piña	4
leche condensada	6
hielo	2
ron	5,5
esencia de coco	1,5
total	19
costo por coktel	0,40
precio de venta	3,00
ganancia por coktel	2,60
ganancia de fin de semana	250,00
ganancia al mes	1000