



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN C.P.A**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN COMPLEJO
TURISTICO EN EL CANTON SIMÓN BOLÍVAR.”**

Autores:

Suelen Yomara Solís Gómez

Ronald Raúl León Gordon

Asesor:

MBA ENRIQUE ARMENDARIZ LASSO

MILAGRO, ABRIL 2013 ECUADOR



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

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el Proyecto de Grado con el Título “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar.” Presentando como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el Título de Ingeniera en C.P.A

El problema de investigación se refiere a: ¿Por qué en el Cantón Simón Bolívar no existe un lugar de distracción y relajamiento para la ciudadanía del Cantón?

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

.....
Suelen Yomara Solís Gómez
C.I. 1206513705

.....
Ronald Raúl León Gordon
C.I. 0921662078

Tutor.

.....
MBA Enrique Armendáriz Lasso



DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar.”, manifiesto que no hay investigación del tema en la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, ni en ninguna otra biblioteca de la Universidad Estatal de Milagro.

Este proyecto, se lo ha elaborado con la finalidad de aplicarlo en el Cantón Simón Bolívar para satisfacer las necesidades de los ciudadanos que disfruten de este proyecto propuesto.

MilagroAbril del 2013

.....
Suelen Yomara Solís Gómez
C.I. 1206513705

.....
Ronald Raúl León Gordon
C.I. C.I. 0921662078



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniera C.P.A otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

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

.....
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
PROFESOR DELEGADO

.....
PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres y a mi hermano por el gran apoyo incondicional que me han brindado en mi vida estudiantil hacia el cumplimiento de una más de mis metas, además quiero demostrarles mi gratitud y admiración por haberme conducido por el sendero de la superación y progreso porque con sus enseñanzas supieron guiarme por el camino del bien y todos aquellos sabios consejos otorgados para la formación de mi personalidad.

Suelen Solís Gómez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre, mis abuelos, mis hijas y a mi esposa por el gran apoyo incondicional que me han brindado, para poder avanzar un paso más en la vida, además quiero demostrarles mi gratitud y admiración por haberme conducido por el camino correcto y llevarme hasta el sendero de la superación y el profesionalismo.

Ronald León Gordon

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios Nuestro Señor por darnos la sabiduría, fuerza e inteligencia para cumplir nuestros propósitos.

A nuestra Familia por ser el motivo fundamental y el motor que impulsa nuestro desarrollo Profesional.

A la Universidad Estatal de Milagro y la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales que durante cinco años nos acogieron en sus aulas.

A los catedráticos que nos entregaron los conocimientos necesarios para culminar con éxito nuestra carrera.

Y un especial afecto y gratitud a nuestro Tutor de Tesis MBA. Enrique Armendáris Lasso por su colaboración para la realización del presente trabajo y por su apoyo desinteresado.

Suelen Solís Gómez
Ronald León Gordon

CESION 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 “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar.” y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Administrativas Y Comerciales.

Milagro, Abril del 2013

.....

Suelen Yomara Solís Gómez

C.I. 1206513705

.....

Ronald Raúl León Gordon

C.I. 0921662078

INDICE GENERAL

CONTENIDO	Página
Carátula.....	i
Certificado de aceptación.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Calificación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimientos.....	vii
Cesión de derechos de autor.....	viii
Índice general.....	ix
Índice de cuadros.....	xii
Índice de figuras.....	xvi
Índice de anexos.....	xviii
Resumen.....	1
Abstract.....	2
TEXTO	
Introducción.....	3
CAPITULO I EL PROBLEMA	
1.1. Planteamiento del problema.....	5
1.1.1 Problematización.....	5
1.1.2 Delimitación del problema.....	9
1.1.3 Formulación del problema.....	9
1.1.4 Sistematización del problema.....	9
1.2. Objetivos.....	9
1.2.1 Objetivo general.....	9
1.2.2 Objetivo específico.....	9
1.3. Justificación.....	10

CAPITULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico.....	13
2.1.1 Antecedentes históricos.....	13
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	19
2.2 Marco Legal.....	21
2.3 Marco conceptual.....	39
2.4 Hipótesis y variables.....	41
2.4.1 Hipótesis General.....	41
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	41
2.4.3 Declaración de Variable.....	41
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	42

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	43
3.2 La población y la muestra.....	43
3.2.1. Características de la población.....	43
3.2.2. Delimitación de la población.....	43
3.2.3. Tipo de muestra.....	44
3.2.4. Tamaño de la muestra.....	44
3.2.5. Proceso de selección.....	45
3.3. Los métodos y las técnicas.....	45
3.3.1. Métodos teóricos.....	45
3.3.2. Técnicas e instrumentos.....	46
3.4. Propuesta de procesamiento estadístico de la información.....	46

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 Análisis de la situación actual.....	47
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	58
4.3 Resultados.....	58
4.4 Verificación de las Hipótesis.....	60

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1. Tema.....	61
5.2. Fundamentación.....	61

5.3. Justificación.....	62
5.4. Objetivos.....	62
5.5. Ubicación.....	62
5.6. Estudio de Factibilidad.....	64
5.7 Descripción de la propuesta.....	64
5.7.1 Organigrama Estructural.....	65
5.7.2 Manual de Funciones.....	66
5.7.3 Las 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	77
5.7.4 Análisis FODA.....	78
5.7.5 Matriz FOFADODA.....	79
5.7.6 Marketing Mix.....	80
5.7.7 Recursos, Análisis Financiero.....	88
5.8 Impacto.....	97
5.9 Cronograma.....	98
Conclusiones.....	100
Recomendaciones.....	101
Bibliografía de Investigación.....	102
Anexos.....	103

INDICE DE CUADROS

CONTENIDO	Página
Cuadro 1.....	41
Variable dependiente e Independiente	
Cuadro 2.....	42
Variable Independiente	
Cuadro 3.....	42
Variable Dependiente	
Cuadro 4.....	47
Pregunta 1	
Cuadro 5.....	49
Pregunta 2	
Cuadro 6.....	
50Pregunta 3	
Cuadro 7.....	51
Pregunta 4	
Cuadro 8.....	52
Pregunta 5	
Cuadro 9.....	53
Pregunta 6	
Cuadro 10.....	54
Pregunta 7	

Cuadro 11.....	55
Pregunta 8	
Cuadro 12.....	56
Pregunta 9	
Cuadro 13.....	57
Pregunta 10	
Cuadro 14.....	60
Verificación de las Hipótesis	
Cuadro 15.....	66
Manual de Funciones Gerente General	
Cuadro 16.....	67
Manual de Funciones Director Administrativo	
Cuadro 17.....	68
Manual de Funciones Contador	
Cuadro 18.....	69
Manual de Funciones Bodeguero	
Cuadro 19.....	70
Manual de Funciones Limpieza	
Cuadro 20.....	71
Manual de Funciones Cajero 1	
Cuadro 21.....	72
Manual de Funciones Cajero 2	

Cuadro 22.....	73
Manual de Funciones Barman	
Cuadro 23.....	74
Manual de Funciones Jefe de Cocina	
Cuadro 24.....	75
Manual de Funciones Asistente de Cocina	
Cuadro 25.....	76
Manual de Funciones Guardia	
Cuadro 26.....	78
Análisis FODA	
Cuadro 27.....	79
Matriz FOFADODA	
Cuadro 28.....	86
Barreras de entrada	
Cuadro 29.....	86
Servicios Sustitutos	
Cuadro 30.....	87
Determinante de la Realidad	
Cuadro 31.....	87
Poder de Compradores	
Cuadro 32.....	88
Sector Comercial	

Cuadro 33.....	
89Inversión	
Cuadro 34.....	90
Depreciación de Activos	
Cuadro 35.....	90
Financiamiento del Proyecto	
Cuadro 36.....	91
Tabla de Amortización	
Cuadro 37.....	91
Costo de Venta	
Cuadro 38.....	92
Flujo de Caja	
Cuadro 39.....	93
Estado de pérdidas y ganancias	
Cuadro 40.....	94
Balance General	
Cuadro 41.....	95
Van y Tir	
Cuadro 42.....	95
Razones Financieras	
Cuadro 43.....	96
Punto de Equilibrio	

Cuadro 44.....	98
Cronograma de Actividades	
Cuadro 45.....	99
Diagrama Du-Pont	

INDICES DE FIGURA

CONTENIDO	Página
Figura 1.....	8
Complejo turístico	
Figura 2.....	39
Cancha	
Figura 3.....	39
Balón	
Figura 4.....	40
Bar	
Figura 5.....	40
Duchas	
Figura 6.....	41
Piscinas	
Figura 7.....	48
Pregunta 1	
Figura 8.....	49
Pregunta 2	
Figura 9.....	50
Pregunta 3	
Figura 10.....	51
Pregunta 4	
Figura 11.....	52
Pregunta 5	

Figura 12.....	53
Pregunta 6	
Figura 13.....	54
Pregunta 7	
Figura 14.....	55
Pregunta 8	
Figura 15.....	56
Pregunta 9	
Figura 16.....	57
Pregunta 10	
Figura 17.....	63
Ubicación	
Figura 18.....	65
Organigrama estructural	
Figura 19.....	77
Las 5 fuerzas de Porter	
Figura 20.....	82
Logotipo	
Figura 21.....	82
Volante	
Figura 22.....	83
Tarjeta de presentación	

INDICE DE ANEXOS

CONTENIDO Página

Anexo 1.....	103
Preguntas para la encuesta	
Anexo 2.....	106
Proformas	
Anexo 3.....	109
Visitas a Complejos Turísticos	
Anexo 4.....	112
Tabla de Costos mensual	
Anexo 5.....	113
Tabla de Costos unitarios	
Anexo 6.....	114
Detalle de los Gastos	
Anexo 7.....	115
Presupuesto de Venta año 1	
Anexo 8.....	116
Presupuesto de Venta año 2	
Anexo 9.....	117
Presupuesto de Venta año 3	
Anexo 10.....	118
Presupuesto de Venta año 4	

Anexo 10.....	119
Presupuesto de Venta año 5	
Anexo 11.....	120
Presupuesto de inventario año 1	
Anexo 12.....	121
Presupuesto de inventario año 2	
Anexo 13.....	122
Presupuesto de inventario año 3	
Anexo 14.....	123
Presupuesto de inventario año 4	
Anexo 15.....	124
Presupuesto de inventario año 5	
Anexo 16.....	125
Razones Financieras año 1	
Anexo 17.....	126
Razones Financieras año 2	
Anexo 18.....	127
Razones Financieras año 3	
Anexo 19.....	128
Razones Financieras año 4	
Anexo 20.....	129
Razones Financieras año 5	

RESUMEN

Este proyecto que se ha propuesto es sobre la creación de un Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar, de nivel económico medio alto porque el servicio que se ofrecerá será de muy buena calidad, nuestra prioridad principal es la ciudadanía en general que se beneficiará con las diferentes opciones que se presentarán para su elección.

Los servicios serán variados y con innovación donde empezará desde las canchas sintéticas, canchas de vóley, piscinas, juegos infantiles, pista de baile y restaurante.

El propósito por el cual se ha planteado esta propuesta se debe que en este Cantón no existe una empresa que brinde este servicio con calidad y eficiencia, siempre que se la ciudadanía quiere tener sus momentos de distracción o relajamiento no cuentan con un lugar así, para aquello debe dirigirse hacia otras ciudades y cantones aledaños para disfrutar de un momento de distracción y relajamiento.

Por esta razón se ha realizado un estudio de mercado mediante una encuesta donde se han formulado diversas preguntas que se realizarán a la ciudadanía en general, que permita conocer las necesidades y los requerimientos que desean las personas para estos acontecimientos.

ABSTRACT

This project that has been proposed is on the creation of a resort in the Canton Simón Bolívar, level of medium to high income because the service to be offered will be of very good quality, our main priority is the citizenry in general that will benefit from the different options that will be presented for election.

Services will be varied and with innovation where will begin from the synthetic courts, volleyball courts, swimming pools, water slides, children's games, dance floor and a restaurant.

The purpose for which it has been raised this proposal should be that in this canton not there is a company that provide this service with quality and efficiency, provided that the citizenship wants to have their moments of distraction or relaxation do not have a place as well, for what must be directed toward other surrounding cities and cantons to enjoy a moment of distraction and relaxation.

For this reason it has been carried out a study of market by means of a survey where number of questions have been raised that is to be performed on the citizenry in general, to let you know the needs and requirements that they want the people to these events.

INTRODUCCION

El proyecto surge por la no existencia de un Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar con un alto nivel de calidad, es decir un lugar donde la población pueda desarrollar actividades recreacionales y disfrutar al aire libre de la naturaleza.

La realización de este proyecto tiene como idea principal promocionar el turismo en el Cantón, provocando la atracción y distracción de las personas de distintos lugares del Ecuador, además que los Simoneños no necesiten viajar a otros lugares para poder disfrutar de un buen servicio con alto nivel de calidad.

Con esto se esperaría atraer más turistas, lograr un buen posicionamiento del mercado y obtener la rentabilidad del Complejo Turístico, basándonos en el buen servicio lo cual será nuestro elemento diferenciador que nos distinguirá de los Complejos existentes en los Cantones aledaño.

No podemos olvidar que la infraestructura juega un papel importante para el desarrollo del proyecto con el cual se esperaría brindar una mayor apertura al turismo del Cantón Simón Bolívar tanto para los turistas nacionales como extranjeros, con ello también se crearían fuentes de trabajo para los habitantes del sector que de una u otra manera nos ayudaran a sacar adelante el proyecto.

Este proyecto tiene como objetivo analizar la factibilidad de un Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar ya que actualmente no cuenta con el espacio adecuado para el desarrollo de diversas actividades como: futbol, básquet, natación, entre otras y también existe escasez de recreaciones infantiles, por ende la creación de un Complejo contribuirá con el progreso del Cantón para darle mayor prestigio y reconocimiento a nivel nacional y porque no a nivel internacional.

El desarrollo de esta tesis consta de 5 capítulos en el primer capítulo trata sobre la planeación del problema, formulación, su delimitación, la sistematización y la determinación del tema; en el segundo capítulo se mostrará el marco teórico donde la información que se tendrá se la adquirió de libros y de las páginas web para poder dar a conocer cómo se va a realizar este estudio, en el capítulo tercero es la metodología de la investigación que utilizará, en el capítulo cuarto el análisis de los resultados que se presentarán en cuadros y gráficos con sus respectivos análisis de

lo que se obtuvieron mediante las encuestas realizadas a la ciudadanía en general de un marco de preguntas, en el capítulo quinto es la propuesta del proyecto donde se tratará todo sobre la investigación que se realizó para el desarrollo de este trabajo.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

El Cantón Simón Bolívar está ubicado al noreste de la Provincia del Guayas, se puede llegar a través de las siguientes rutas: Por la vía Guayaquil – Jujan, Transporte Simoneña; vía Guayaquil – Milagro Transporte Mariscal Sucre, es una zona de gran riqueza agrícola en la que se destacan los cultivos banano, café, soya, arroz, caña de azúcar, cacao y árboles frutales, el mismo que consta con un numero de 25.483 habitantes(censo 2010 INEC).

Los Simoneños no cuentan con lugares de entretenimiento que brinde las comodidades y diversiones en un alto nivel de modernidad y diversidad, es necesario que en estos tiempos de cambios se comience invertir en el turismo.

La creación de un complejo turístico además de las diferentes ventajas antes mencionadas, ayudara a que las personas se reúnan y disfruten en familia, además que puedan gozar de un lugar de entretenimiento masivo que les brinde comodidad y relajamiento que deseen.

Como se ha mencionado anteriormente el Cantón Simón Bolívar no posee un Complejo Turístico moderno en la cual la población pueda recrearse y divertirse en el día como en la noche, donde puedan servirse diferentes bebidas ya sea para niños como para adultos y que a su vez encuentren variedades en platos típicos (nacionales e internacionales), a su vez contar con distracciones como: canchas de futbol, un coliseo poli funcional que tendrá canchas de baloncesto, vóley e indor, juegos infantiles y por ultimo un malecón donde se podrá realizar ecoturismo.

Hemos observado que la población no dispone de un lugar donde puedan desarrollar actividades recreacionales y disfrutar al aire libre de la naturaleza ya que en la actualidad, enfrenta graves problemas ambientales.

La población está en constante crecimiento por ende necesita áreas verdes y lugares para desarrollar actividades deportivas como canchas multifuncionales, malecón, gimnasio, etc.; con esto estaríamos aportando al mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes de Simón Bolívar, formando personas integrales que cooperen con el desenvolvimiento del país ya que el incremento de visitas al Cantón, provenientes de Guayaquil, Duran, Milagro, Jujan provocan un mayor grado de preparación por parte de sus habitantes.

Por otra parte, la presencia de complejos turísticos en otros cantones cercanos como el Cantón Jujan y Milagro no representaría competencia alguna para Simón Bolívar que sería un fiel reflejo del desarrollo sostenible que puede lograr un cantón.

En el desarrollo del proyecto las oportunidades serían:

- Ingresar a un mercado que presenta una demanda potencial por cubrir.
- Contar con una excelente infraestructura para el desarrollo de las actividades mencionadas anteriormente
- Buscar patrocinio de programas de televisión del tipo de revista familiar y suplementos en periódicos, para presentar segmentos en los cuales podamos mostrar el tipo de servicios con que cuenta el Complejo Turístico.
- Con el proyecto se estaría al mismo tiempo contribuyendo de manera directa o indirectamente con el avance potencial la red turística del Cantón.

El Complejo Turístico del Cantón Simón Bolívar se realizaría en tres etapas que se detallan a continuación:

La primera comprendería el primer tercio del terreno que se ubica al pie de la vía Jujan – Simón Bolívar. Esta etapa comprende creación de un paradero de buses. También se proyecta la construcción de un paradero turístico con un patio de comida típica al aire libre con acabados rústicos (de preferencia en caña y madera), canchas de fútbol (sintéticas), áreas de descanso y recreación con bancas, áreas verdes y juegos infantiles. El área de comidas al aire libre tendrá un

área especial semicubierta o descubierta para el desarrollo de ferias, exposiciones, eventos culturales, etc.

En la segunda etapa se prevee el construir un coliseo poli-funcional para el desarrollo de actos de diferente tipo (social, cívico, conciertos, eventos deportivos, etc.). El coliseo estará compuesto por una cancha poli funcional (baloncesto, vóley, indor futbol) con las medidas reglamentarias. Accesos principales y salidas de emergencia. Iluminación natural y artificial optima, ventilación natural y comodidad en todos sus espacios.

Es cierto que la elaboración de este proyecto es muy costosa pero a través de la investigación se determinara si será rentable o no, esta construcción se la realizará con productos de calidad, ya que tenemos que cuidar la integridad de los clientes.

En la actualidad el Cantón Simón Bolívar existen muchos servicios gracias a su desarrollo como Cantón que son: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, servicios de internet, esto permite que el inversionista se sienta más tranquilo, además su ubicación se encontrará en un lugar cercano al centro de la urbe, para los clientes y el inversionista es de mucha importancia que no sea tan alejado ni sólido, ya que después la población puede ser asechada por delincuentes.

Asimilando esta necesidad de recreación para los seres humanos vemos la factibilidad de construcción de un complejo turístico donde se puedan desarrollar actividades tanto deportivas como recreativas para la comunidad.

Al no existir un lugar que llene las expectativas de las personas de recrearse completamente moderno, la población opta en salir a otras ciudades y así se pierde el turismo en el cantón y además la retroalimentación del efectivo.

La población deberá adaptarse a políticas de control que implemente el dueño, para así mantener en mejores condiciones el establecimiento, estas políticas serán mostradas al ingreso del establecimiento.

El Complejo Turístico constara con la implementación del servicio de asistencia médica, primeros auxilios de personal capacitado que tendrá la empresa, el servicio de asistencia medica será con cargo a los clientes.

Todo el personal que estará sirviendo al inversionista será un personal de calidad, seleccionado, para que la comunidad se sienta conforme y satisfecha. El servicio que ofrecerá el complejo será de primera calidad, tanto para los clientes como para mantenimiento de las instalaciones, ofrecerá fiabilidad además confianza para seguridad y calma de los clientes.

Al no implantarse este proyecto las personas del cantón básicamente seguirán en el abandono turístico, quizás la juventud enriqueciéndose de vicios, además que el efectivo no circule por el Cantón.

Este complejo tendrá siguientes instalaciones:

Canchas sintéticas.

Piscinas

Duchas

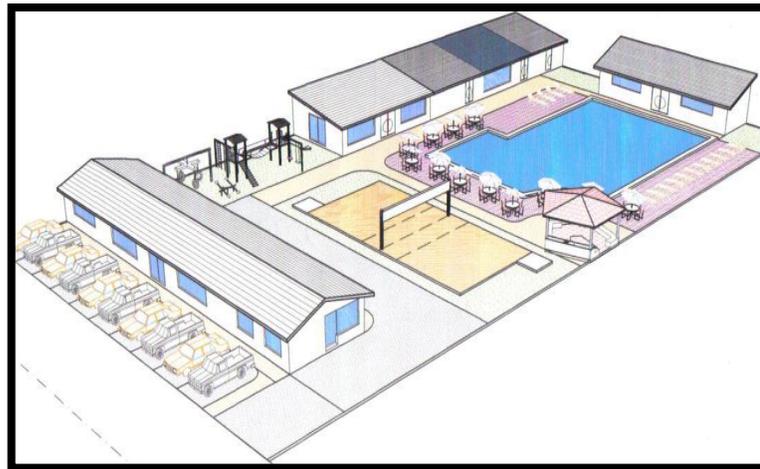
Patio de comida

Salón de baile

Servicios sanitarios

Parqueadero

Figura N°. 1
COMPLEJO TURISTICO



Fuente: Constructores Ortiz&Ortiz
Elaborado por: Ronald león y Suelen Solís

1.1.2. Delimitación del problema

País:	Ecuador
Región:	Costa
Provincia:	Guayas
Cantón:	Simón Bolívar

1.1.3. Formulación del problema

¿De qué manera incide la ausencia de un complejo recreacional con un alto nivel de modernidad en el Cantón Simón Bolívar?

1.1.4. Sistematización del problema

- ¿Cómo afectan los altos costos de inversión para la realización de un complejo turístico?
- ¿De qué manera afecta la ubicación de la infraestructura de acuerdo a los gustos y preferencias de la población?
- ¿Cuáles han sido las consecuencias de la falta de un complejo turístico con infraestructuras adecuadas en el cantón Simón Bolívar?
- ¿De qué manera influye la competencia para el desarrollo del complejo turístico?

1.1.5. Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Cantón Simón Bolívar.

1.2.OBJETIVOS.

1.2.1 Objetivo General.

- Determinar la factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Cantón Simón Bolívar, utilizando la aplicación de herramienta investigativas que proporcione información veraz con el fin de obtener rentabilidad y beneficio para el inversionista.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Identificar de qué manera afectan los altos costos de inversión para la realización de un complejo turístico.
- Analizar la localización de acuerdo a los gustos y preferencias de la población.
- Investigar cuales han sido las consecuencias de la falta de un complejo turístico con infraestructuras adecuadas en el cantón Simón Bolívar
- Analizar cómo influye la competencia para el desarrollo del complejo turístico.

1.3.JUSTIFICACION

El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la creación de un Complejo Turístico en el sector de la Av. 12 de Octubre vía Jujan en el Cantón Simón Bolívar; el mismo que pretende satisfacer de mejor manera el confort de los visitantes tanto nacionales y extranjeros, se pretende poseer un criterio adecuado de todos los beneficios y limitaciones que posee la zona a través de la recolección y análisis de documentos que contribuyan a elaborar la estructura de la mencionada investigación, concluyendo con las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas a las cuales estaría sujeto el proyecto.

En una visión más amplia de la factibilidad del proyecto es a través del estudio de mercado, porque permite avizorar la aceptación o no del producto o servicio que pretende alcanzar el proyecto, mediante un análisis de la oferta y la demanda; permitiendo realizar estimaciones de las mismas.

Por otra parte se debe considerar que la investigación planteada es el nacimiento en la gestión de comercializarlo, es decir, se establece el mercado meta, con lo cual se busca estructurar y desarrollar diversas estrategias en el posicionamiento de mercado; dejando en claro que este proceso no es un costo o un gasto si no una inversión que ayuda en la toma de decisiones. En cuanto al establecer los fundamentos matemáticos – financieros que permitan una evaluación correcta y adecuada del proyecto y su rentabilidad, es necesario considerar las posibles herramientas que podemos utilizar para medir el grado de inversión que se requiere y el tiempo de recuperación de la misma. También la estructura organizacional, normas legales, y todos los requerimientos administrativos del nuevo proyecto.

Por último tenemos el análisis de los impactos como posibles consecuencias que puede presentarse en la ejecución del proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, con lo que se trata de establecer la bondad y los efectos que tiene el proyecto.

Hoy en día la actividad turística, tiene como objetivo principal el relajamiento y sociabilización familiar. Las personas buscan nuevas alternativas de recreación y de esparcimiento tanto físico como espiritual, ya que al relajarse mejorara su calidad de vida tratando de disminuir el esfuerzo mental que se originan por problema.

En estos tiempos el turismo es uno de los sectores más importantes, porque mediante el turismo se difunde diversidades de lugares y culturas encantadoras a nivel nacional como internacional.

El sector turístico es uno de los más importantes de la economía de nuestro país, tanto por el nivel de riqueza que genera como por el empleo que proporciona. Es un sector en continuo crecimiento.

Simón Bolívar es un Cantón que se encuentra en pleno desarrollo tanto en lo tecnológico como económico. Por lo tanto el motivo de este estudio de investigación es dar a conocer como ha influido en el turismo al no existir una infraestructura adecuada, la cual se ajuste a las necesidades de quienes gustan de un lugar atractivo, divertido y moderno.

Lo que ha ocasionado un desinterés cada vez mayor en las personas en especial en la familia que es la más afectada al no contar con lugares propicios para tener una mejor relación y comunicación familiar.

A través de esta investigación se pretende encontrar herramientas que ayuden a mejorar las deficiencias existentes en la infraestructura de complejo turístico, lo cual dificulta que las personas puedan desestresarse.

La importancia del presente proyecto radica en que incentivará, activará y apoyará al desarrollo ecológico turístico, así como al manejo sustentable de los recursos naturales que posee este lugar, y será una fuente de ingresos para la economía de los habitantes de la población de Simón Bolívar.

Su justificación está dada en la inadecuada y escasa infraestructura con que cuenta el Cantón de Simón Bolívar lo que ha impedido el desarrollo del turismo y por ende el crecimiento económico y social de este Cantón.

El turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en la Agenda del País porque plantea una forma de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos para generar bienestar de manera equitativa sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza cultural, por su calidad y la mayor del mundo por unidad de territorio.

Este proyecto surgió como respuesta a la necesidad que tenía el Cantón Simón Bolívar, ya que actualmente no cuenta con un lugar donde niños y adultos puedan gozar del sano esparcimiento, áreas verdes y demás atractivos de interés para la población. Con la finalidad de conocer la

opinión de los usuarios, se realizó una investigación de mercado a los habitantes del Cantón Simón Bolívar y el resultado que se obtuvo fue muy interesante.

Al no tener fuentes generadoras de trabajo se ven obligados a migrar hacia otras ciudades aledañas o a su vez al exterior generando que la mano de obra se encuentre en constante descenso, por tal motivo al realizar este proyecto en gran parte ayudara a que la migración se detenga un poco e incentivara a la producción local en vista que el turismo no solo pertenece a un sector exclusivo. Al establecer fuentes de trabajo mediante el turismo optimizara sus recursos y tiempo provocando una reactivación económica en el sector.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO.

2.1.1 Antecedentes Históricos.

Un complejo turístico es un sitio diseñado especialmente para satisfacer las necesidades de las personas, el turismo hace referencia a los procesos por los cuales se han desarrollado áreas urbanas con la finalidad fundamental de producir servicios y bienes que producen satisfacción a la sociedad.

Estos espacios por parte de sus usuarios son considerados muy buenos. La construcción de estos espacios ha proporcionado la oportunidad de generar ingresos a través de la comunidad.

“Simón Bolívar se extiende hacia el Este de la Provincia. Su territorio permaneció al Cantón Yaguachi. Su cantonización se efectuó el 27 de Mayo de 1991. La cabecera cantonal es Simón Bolívar con su parroquia del mismo nombre. La parroquia rural es Coronel Lorenzo de Garaicoa.”¹

El Cantón de Simón Bolívar está limitado de la siguiente manera:

Al Norte: La Provincia de Los Ríos y el Cantón Jujan

Al Sur: Con los Cantones Naranjito y Milagro

Al Este: Con el Cantón General Elizalde Bucal

Al Oeste: Con los Cantones Milagro y Jujan.

¹http://www.efemerides.ec/1/nov/can_25.htm

El clima de Simón Bolívar es propicio para la Producción y Trabajo por este motivo los habitantes del Cantón realizan sus actividades principalmente en el Cultivo de Arroz, Cacao, Banano, entre otros.

Podemos describir que el cantón en un 80 % se identifica como productor agrícola, un 10 % se dedica a la cría y explotación de ganado vacuno y un 9% se dedica al Comercio, el 1% que es el restante se dedica a la Industria. En este caso los grupos beneficiarios serían los agricultores, los ganaderos y los comerciantes, considerando que en el aspecto Agrícola, Ganadero, Comercial e Industrial se encuentran involucradas todas las comunidades de este Cantón que se agrupan en la Cabecera Cantonal y en sus 72 Recintos.

El Gobierno Municipal de Simón Bolívar, dirigido por su Alcalde el Ing. Jorge Vera Zavala quien se ha desempeñado en esta función desde el año 2009 hasta la actualidad junto a los Concejales Principales, tienen como objetivo más importante de esta administración: unir a sus recintos con caminos vecinales, mejoras urbanas, dotar de agua y alcantarillado al cantón en su totalidad.

Además las obras de ornato y embellecimiento que se ejecutan para impulsar el turismo a este bello cantón de la provincia del Guayas, comprende la pavimentación de aceras, bordillos, cunetas y adoquinamiento urbanístico de varios sectores y en otros la colocación de cerámicas decorativas y otras.

Todas estas obras contribuyen al desarrollo sostenible del cantón para a su vez incrementar el turismo tanto de nacionales como de extranjeros.

El turismo recreativo no es otra cosa que el turismo convencional, es decir, los viajes que realiza la gente con fines de descanso, de orden médico, derecreación y esparcimiento, etc., sin otros fines que despejarse del estrés cotidiano, descansar, conocer otros sitios, en fin, vacacionar.

Los años cincuenta su inicio

“En este periodo se sientan las bases que posibilitan el boom turístico de la década siguiente y que determinan su evolución posterior. Así en 1951 se creaba el Ministerio de Información y Turismo, y en 1958 entraba en vigor el convenio Internacional del Turismo en 1954.

El hecho más significativo de esta década lo constituye el Plan de Estabilización económica 1959, que proporciona las condiciones mínimas de desarrollo turístico como actividad económica e implica una nueva orientación de la política económica.”²

La preocupación turística descansa fundamentalmente en la Administración Pública, cuya actuación se centra en aspectos normativos y de política turística.

En los años 1960

Denominada la década del boom turístico. Las instituciones públicas muestran un claro interés por la formación y la cristalización de la enseñanza turística.

Los años sesenta son identificados como los del boom turístico español. La primera razón que justifica este hecho es la recuperación de las economías europeas después de la Reconstrucción posterior a la II Guerra Mundial, la constitución de economías del bienestar el registro de tasas de crecimiento elevadas en esos países. Por parte española, la conciencia de muchas de las diferentes administraciones, y también del conjunto de la ciudadanía, de la necesidad de generar ingresos aprovechando valores climáticos, naturales, artísticos y económicos, favorecedores de la entrada de turistas extranjeros, alentaron el crecimiento de la oferta turística, muchas veces no exenta de problemas, fundamentalmente de saturación y sostenibilidad, que surgirían pronto.

En 1963 nace la Escuela Oficial de Turismo para capacitar a quienes hayan de dedicarse profesionalmente a actividades relacionadas con el tráfico turístico, siendo referencia, asimismo, para los centros no oficiales ya existentes, ordenando la formación turística de carácter oficial, dependiendo del entonces llamado Ministerio de Información y Turismo. Se intensifican las tareas de promoción del turismo por la Administración central y se dan destacados pasos -quizás más formales que efectivos- para impulsar y controlar las actividades turísticas privadas, de gran pujanza en las zonas más demandadas por los turistas.

El turismo no va a mantenerse al margen de esta coyuntura de crisis económica y política, cuyos principales rasgos desde la perspectiva turística se resumirían al plantear un panorama de inestabilidad en la administración turística, con numerosos ministros responsables de diferentes ministerios. La crisis sitúa la cobertura del déficit comercial por parte del turismo tan sólo en un

²FERNANDEZ, José, curso de financiación del sector turístico, edición año 2009

50% -a pesar del crecimiento de los ingresos por turismo, las importaciones crecieron aún más deprisa-, retrae la inversión pública y privada en infraestructuras y promoción turística, se producen quiebras en el sector turístico nacional e internacional.

El turismo ya puede considerarse un servicio de primera necesidad, sustituyendo anteriores conceptos que lo relacionaban con el lujo y, como consecuencia de la crisis económica, los turistas acuden relativamente más a destinos cercanos y tradicionales que a lugares lejanos y exóticos, tendencia que parecía imponerse poco tiempo antes.

La Institucionalidad Pública del Turismo en el Ecuador, nace a raíz de la creación del ente oficial del manejo turístico. El primero de ellos fue una oficina de turismo adscrita a la presidencia de la República durante el gobierno de Alberto Enríquez Gallo, oficina que luego derivaría en la creación sucesiva de CETURIS en el año de 1964.

Luego ocho años más tarde en 1972, nace la Dirección Nacional de Turismo (DITURIS) adscrita al Ministerio de Recursos Naturales. El 20 de julio de 1989, durante el Gobierno del Dr. Rodrigo Borja, DITURIS se transforma en CETUR – Corporación Ecuatoriana de Turismo hasta el establecimiento del Ministerio de Información y Turismo que fue creado el 10 de agosto de 1992, al inicio del gobierno de Sixto Durán Ballén, tras suprimir la Secretaría Nacional de Comunicación SENAC, entidad dependiente de la Presidencia de la República, con la visión de posicionar al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social, frente al crecimiento del sector turístico.

“En enero del 2000, el Dr. Gustavo Noboa Bejarano, en calidad de Presidente de la República, le devuelve la categoría de Ministerio a la entonces Subsecretaría de Turismo del MICIP y la fusiona al Ministerio de Ambiente en una sola entidad denominada Ministerio de Turismo y Ambiente. En abril del 2000 el mismo Presidente de la República, individualiza el funcionamiento de las dos áreas turismo y ambiente con total independencia jurídica, financiera y administrativa, dejándolos como Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente, lo cual se mantiene en efecto hasta la fecha con actividades de coordinación entre estas dos carteras de Estado”.³

³www.turismo.gov.ec y Ministerio de Turismo del Ecuador.

“El Estado sigue aplicando en varios países de Europa y América un Plan Integral de Marketing Turístico(2006 -2020), con el cual pretende el incremento de las visitas a Ecuador en los próximos 10 años, objetivo primordial del Fondo Mixto de Promoción Turística de Ecuador.

De acuerdo a los avances del Sector Turístico en la economía del Ecuador mencionados anteriormente, existe actualmente una fuerte demanda por parte de los Municipios al Ministerio de Turismo para asumir varias funciones relacionadas con el desarrollo del turismo local, como una alternativa clara para dinamizar la economía. Los Alcaldes, los Concejales y la propia población de muchos Municipios con 'vocación' turística, están orgullosos de ofrecer su cultura, su gastronomía y sus paisajes a visitantes externos que desean compartirlos. Para ello han decidido embellecer su ciudad y mejorar sus servicios para ofrecer una buena acogida a los turistas nacionales y extranjeros, según Ministerio de Turismo, 2009.

También se produce el surgimiento del turismo social a través del INSERSO (Instituto Nacional de Servicios Sociales) en 1985, intensificando su actividad en la década de los noventa, especialmente a partir del momento en que el programa de vacaciones para la tercera edad pasa a ser gestionado por el IMSERSO (Instituto de Migraciones y Servicios Sociales), incluyendo actividades del Instituto de Migraciones.

En este desolador marco de referencia se está produciendo una verdadera explosión de estudios académicos sobre esta materia, pudiéndose afirmar que prácticamente no existe universidad alguna en la que no se haya implantado el análisis completo y detallado de la actividad turística como una carrera, rama o especialidad a incluir en su estructura, organización y oferta docente. Por ello, por este desequilibrio, por esta carencia, es por lo que recibimos con especial complacencia e interés libros como el que tenemos la oportunidad de prologar y presentar al lector ocupado en, y preocupado por, estos temas.

El ámbito de la Economía del Bienestar, ha permitido en la etapa moderna el surgir de grandes áreas de la actividad económica con un contenido monográfico y una metodología propia. Ello ha desembocado en la aparición, sucesivamente, de la “Economía del Medio Ambiente”, de la “Economía de la Educación”, de la “Economía de Defensa”, de la “Economía de la Criminalidad”, de la “Economía de la Tercera Edad” o de la “Economía del Tiempo” consideradas todas ellas como las “hijas legítimas” de la Economía del Bienestar. Se caracterizan todas y cada una de ellas porque, con independencia de la distinta naturaleza de las áreas

estudiadas, se utiliza por lo general la misma metodología, por una parte, y se da una versión completa y casi exhaustiva de su contenido y funcionamiento. Pues bien, la “Economía del Turismo” podría añadirse a este elenco o conjunto, situándose a la misma altura, con idéntico alcance y similares pretensiones. De esa forma recuperamos para el estudio del sector turístico el nivel y el tono académico necesarios que hoy más que nunca resultan imprescindibles.

El objetivo de la satisfacción del turista

“El objetivo principal del complejo turístico debe contribuir a la satisfacción del turista, garantizando una rentabilidad a corto y a largo plazo. Pero la satisfacción depende de múltiples factores, muchos de ellos no directamente controlables desde ámbitos de una empresa. En primer lugar, existen muchas empresas, en el país de origen, que, una o u otra manera, están ofreciendo lugar, partes o componentes del viaje al turista. En segundo lugar, una vez en el destino la satisfacción no depende solamente de la oferta turística en sentido estricto, si no que existen determinados recursos de atracción, como la bonanza del clima o la tranquilidad, que no pueden ser totalmente garantizado”.⁴

Precios y mercados inmobiliarios

La llegada de turistas un destino supone un incremento de la demanda que tiene a elevar los precios de aquellos productos para los que la empresa no pueden aumentar la cantidad ofrecida a corto plazo. Sin embargo, existen también muchos productos que se pueden conseguir a unos precios dados independientemente de las cualidades consumidas, es decir, que su consumo en el destino no provoca escases puesto que la cantidad ofrecida se adapta a las necesidades de los consumidores, por el ejemplo la gasolina.

Un proceso de transformación global: hacia un nuevo turismo.

“La explicación del auge del fenómeno turístico puede resumirse a partir del aumento del nivel de renta y del tiempo libre en los países desarrollados, unido a la reducción del precio real de las tarifas aéreas, a la intensificación de los procesos de producción de los servicios turísticos, etc.”⁵

La naturaleza turística.

De la fobia a la construcción social del espacio turístico.

⁴PEREZ, Eduardo, gestión y dirección de empresas turísticas, año 2008, objetivo de la satisfacción turística.

⁵ REYES AVILA, Turismo Sostenible, colección problemas internacionales nº 28, editorial IEPALA, año 2007

“La aparición de la figura del turista es un hecho relativamente reciente en la historia de la humanidad. Si bien la curiosidad es una característica innata del ser humano, no hace más que unos pocos siglos que la satisfacción de esta necesidad adquiere carácter turístico gracias al desarrollo tecnológico de los medios de transporte y de la tercerización de la sociedad.”⁶

Gestión pública del turismo.

“El turismo es una de las actividades económicas que más ha crecido en las últimas décadas llegando a tener un gran impacto social y económico, más allá de su estricto ámbito sectorial. Esto se explica, en parte, por dos de sus características que son la estructura compleja de su tejido empresarial y su transversalidad. Con la intervención de muchos actores, su actividad se desarrolla en relación muy estrecha con otros sectores económicos”.⁷

2.1.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES.

Es importante la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación del Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar con el propósito de lograr el desarrollo sostenible de la siguiente manera:

- La ciudadanía del Cantón Simón Bolívar con el desarrollo del proyecto tendrían empleos directos en la etapa de construcción y posteriormente en el área administrativa y operativa, en el funcionamiento del Complejo Turístico.
- No existe un Complejo Turístico adecuado, es decir que cumpla con las expectativas del usuario, esto nos motivó a elaborar un proyecto de nivel superior a desarrollar en Simón Bolívar. Constituyendo una excelente alternativa para los turistas que deseen visitar Simón Bolívar y disfrutar de su vida pausada, tranquila y campestre.
- Es una propuesta para los visitantes de distintos sectores tanto local como nacional, que desean disfrutar de un agradable descanso, disponiendo de confort y un acogedor estilo campestre.
- Tendría una infraestructura adecuada con servicios que marcarán la diferencia con respecto a otros centros turísticos de Cantones cercanos a Simón Bolívar.

⁶ANTON, Salvador y GONZALEZ, Francesc, La construcción social del espacio turístico, primera edición del año 2007, editorial UOC.

⁷ARCARONS, Ramón, Gestión pública del turismo, primera edición 2010, editorial UOC

Este proyecto tiene por objeto ofrecer tanto para la ciudadanía del sector como para los turistas nacionales y extranjeros, la posibilidad de recrearse, disfrutar y liberarse de las tensiones de la vida cotidiana, además del stress de la ciudad.

El Cantón Simón Bolívar es un rincón escondido no solo de la provincia del Guayas sino del Ecuador. Aunque solo cuenta con 22 años de creación, la mayoría de sus calles no son asfaltadas, no cuentan con buen servicio de alcantarillado ni de agua potable, por su pequeña extensión territorial y sus edificaciones modernas que dan pauta para continuar con el desarrollo turístico.

Es notorio que a la población le hace falta un lugar donde puedan desarrollar actividades recreacionales y disfrutar al aire libre de la naturaleza ya que en la actualidad, enfrenta graves problemas ambientales. Entre los más visibles están la contaminación de ríos y esteros por la gran cantidad de desechos que las personas arrojan sin importarles que destruyan todo rastro de vida existentes.

En comparación al proyecto de factibilidad de la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Lucía, siendo sus autores Alexis Leonor Lucí González, Mercedes Clemencia Ruiz Coello.

Esta investigación está alineada con nuestro proyecto ya que buscan a través de la investigación el mecanismo para sacar adelante el proyecto, sus objetivos no se parecen a los de este proyecto porque están enmarcados en el desarrollo del cantón y generar ingresos para expandirse a otros recintos e incrementar la afluencia de turistas, tienen como misión y visión lo siguiente.

Misión: Ofrecer una infraestructura y servicios de alta calidad a todos los usuarios que se sirvan del uso de nuestras instalaciones, logrando de esta manera satisfacer un mercado que está en constante cambio y dispuesto a hacer del Cantón Santa Lucía un lugar de destino turístico dentro de la Provincia del Guayas.

Visión: Sobresalir en el ámbito del entretenimiento y sano esparcimiento desde la puesta en marcha del proyecto.

Proyecto de factibilidad de la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Lucía, es muy interesante y de gran ayuda, para la elaboración de otras investigaciones, sin embargo como se lo menciono anteriormente está enfocado al desarrollo socio económico del cantón Santa Lucía.

2.2 MARCO LEGAL.

Ley del Deporte, Educación Física y Recreación.

Art. 1.- Ámbito.-Esta ley se fomenta, protegen y regulan al sistema deportivo, educación física y recreación, en el territorio nacional, regula técnicas administrativamente a las organizaciones deportivas y a sus dirigentes, la utilización de escenarios deportivos públicos o privados financiados con recursos del Estado.

Art. 2.- Objeto.- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público e interés social. Esta Ley regula el deporte, educación física y recreación; establece las normas a las que deben sujetarse estas actividades para mejorar la condición física de toda la población, contribuyendo así a la consecución del Buen Vivir.

Art. 3.- De la Práctica del Deporte, educación física y recreación.- La práctica del deporte, educación física y recreación debe ser libre y voluntaria y constituye un derecho fundamental y parte de la formación integral de las personas. Serán protegidas por todas las Funciones del Estado.

Art. 4.- Principios.- Esta Ley garantiza el efectivo ejercicio de los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización coordinación, participación, transparencia, planificación y evaluación, así como universalidad, accesibilidad, la equidad regional, sociable, económica, cultural, de género, etnia, sin discriminación alguna.

Art. 5.- Gestión.- Las y los ciudadanos que se encuentren al frente de las organizaciones amparadas en esta Ley, deberán promover una gestión eficiente, integradora y transparente que priorice al ser humano.

La inobservancia de estas obligaciones dará lugar a sanciones deportivas sin perjuicio de la determinación de las responsabilidades correspondientes por los órganos del poder público.

Art. 6.- Autonomía.- Se reconoce la autonomía de las organizaciones deportivas y la administración de los escenarios deportivos y demás instalaciones destinadas a la práctica del deporte, la educación física y recreación en lo que concierne al libre ejercicio de sus funciones.

Las organizaciones que manteniendo su autonomía, reciban fondos públicos o administren infraestructura deportiva de propiedad del Estado deberán enmarcarse en la Planificación

Nacional y Sectorial, sometiéndose además a las regulaciones legales y reglamentarias, así como a la evaluación de su gestión y rendición de cuentas.

Las organizaciones deportivas que reciban fondos públicos responderán sobre los recursos y los resultados logrados a la ciudadanía, el Gobierno Autónomo descentralizado competente y el Ministerio Sectorial.

Art. 7.- De las Comunas, Comunidades, Pueblos y Nacionalidades.- El Estado garantizará los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, a mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad en el ámbito deportivo, recreativo y de sus prácticas deportivas ancestrales.

Ley No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002.

CONGRESO NACIONAL⁸

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de Enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

CAPITULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

⁸<http://www.turismo.gob.ec/>

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

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

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

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

Ministerio de Turismo

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS 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.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Ministerio de Turismo

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- 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, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban solicitarse y emitirse.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

CAPITULO III

DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, como un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;
3. El Ministro del Ambiente o su delegado;
4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;
5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;
6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;
7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,

8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

Ministerio de Turismo

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomarán por mayoría de los miembros presentes en la sesión.

Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se hará en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;

11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y

12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.- El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

- a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado; Ministerio de Turismo
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d) Los centros de información turística;
- e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,
- f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

CAPITULO V

DE LAS CATEGORIAS

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

CAPITULO VI

AREAS TURISTICAS PROTEGIDAS

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

aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

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

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

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos.

Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación.

En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística, y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente.

Ministerio de Turismo

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país.

Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohíbe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato.

Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en remplazo temporal e improrrogable de hasta tres años.

Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

CAPITULO VII

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

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

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia 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 trayente 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.

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.

Art. 28.- Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea esta impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de

turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias y eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente. Estos gastos no requerirán descertificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o representación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país.

Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

Art. 29.- Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder de ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta. El Servicio de Rentas Internas establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

Art. 30.- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio. También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

Ministerio de Turismo

Art. 31.- Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la

compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija.

El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamada. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en el mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 34.- Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

- a.** Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
- b.** Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c.** Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art. 35.- El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos.

Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las respectivas resoluciones de calificación y concesión de beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas, para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de acuerdo con la Ley y el Reglamento.

De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se procederá a la cancelación del registro y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

Ministerio de Turismo

Art. 36.- No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes:

- a. Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y,
- b. Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

Art. 37.- Los bienes importados bajo el amparo de esta Ley no podrán ser vendidos, arrendados, donados ni cedidos a terceros bajo cualquier otra modalidad, antes del período de depreciación contable del bien. El quebrantamiento de esta norma será sancionado con el triple del valor de los derechos arancelarios que fueron objeto de exoneración.

No se aplicará esta disposición en el caso de traspaso de dominio a otro prestador de servicios turísticos, calificado por el Ministerio de Turismo.

CAPITULO VIII

DE LOS COMITES DE TURISMO

Art. 38.- El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

- a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;

- b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación;
- c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y,
- d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo.

Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

CAPITULO IX

PATRIMONIO AUTONOMO

Art. 39.- Para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, constituido a través de la suscripción de un contrato irrevocable de fideicomiso mercantil, siendo el Estado el constituyente y beneficiario del mismo.

Este patrimonio autónomo estará gobernado por el Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador; que estará conformado por el Ministro de Turismo, o su delegado; el Ministro de Relaciones Exteriores, o el Subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores a cargo de asuntos económicos como su delegado; y por el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, o, su delegado. El Ministro de Turismo tendrá voto dirimente. También formarán parte de este Consejo con voz, pero sin voto 3 delegados de los organismos gremiales de turismo reconocidos por el Ministerio de Turismo, los cuales serán elegidos por un colegio electoral a cargo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, quienes deberán tener experiencia empresarial en mercadeo y recogerán el criterio de todas las organizaciones nacionales de turismo.

Ministerio de Turismo

Art. 40.- El patrimonio autónomo contará con los siguientes ingresos:

- 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;
- b) El producto de la venta de bienes inmuebles de propiedad del Ministerio de Turismo;
- c) Los valores por cesión de registro de turismo;
- d) Cualquier otro ingreso que no sean los ordinarios, del Presupuesto General del Estado para el gasto corriente del ministerio;
- e) Una partida para capitalizar el patrimonio que anualmente se establecerá en el Presupuesto General del Estado. Adicionalmente la contribución de US \$ 5.00 por cada pasaje

aéreo que se enla en el Ecuador para viajar fuera de país, que se cobrará en la forma que establezca el Reglamento a esta ley;

f) Los fondos provenientes de gobiernos de países amigos, de organismos internacionales o cualquier otra donación que se efectúe para el patrimonio autónomo; y,

g) Los valores que se recauden por legados y donaciones de sociedades y personas naturales o jurídicas. La deducción se aplicará hasta un máximo del 10% de la base imponible del ejercicio económico del año en que haga la donación.

Art. 41.- El patrimonio autónomo gozará de exoneración y franquicia postal y aduanera para sus importaciones.

CAPITULO X

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

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.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimin a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

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.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;

b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;

Ministerio de Turismo

- c.** El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d.** El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e.** En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f.** Los demás determinados en otras leyes.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

Art. 48.- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

Art. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

Art. 51.- Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

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.

Ministerio de Turismo

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.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 54.- En lo que no estuviere previsto en esta Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

Art. 56.- El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

Art. 59.- La derogatoria de las disposiciones tributarias de esta Ley, requerirán de una norma expresa y específica, conforme manda el artículo 2 del Código Tributario.

Art. 60.- No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

DISPOSICIONES FINALES

Art. 61.- Refórmese el artículo 3 del Decreto Supremo 1269, de 20 de agosto de 1971, publicado en Registro Oficial No. 295 de 25 de agosto de 1971, por el siguiente texto: "El Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos es responsable del control y estricto cumplimiento del presente Decreto, a objeto de que el diez por ciento adicional al consumo en concepto de propina que se paga en los establecimientos, hoteles, bares y restaurantes de primera y segunda categoría, sean entregados a los trabajadores, sin descuentos ni deducciones de ninguna naturaleza".

En los artículos de este Decreto Supremo, que se refiere a Ministerio de Previsión Social y Trabajo, cámbiese por Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

Art. 62.- Concédase al Ministerio de Turismo y a sus delegados, jurisdicción coactiva para la recaudación de los recursos previstos en esta ley.

Art. 63.- Deróguese la Ley Especial de Desarrollo Turístico, en actual vigencia, sin perjuicio de ello, se respetarán los derechos adquiridos bajo la vigencia de la ley derogada.

DISPOSICION FINAL

La presente Ley entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Cancha: Zona del área de juego en la que se desarrolla principalmente el juego.

Figura 2Cancha



Fuente:www.google.com.ec

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Balón: El Balón (o vulgarmente conocido como Pelota o Bolas) es una bola redonda utilizada para realizar anotaciones en muchos deportes.

Figura 3Balón



Fuente:www.google.com.ec

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Bar: Establecimiento de bebidas o manjares, que suelen tomarse de pie ante el mostrador.

Figura 4Bar



Fuente: www.google.com.ec

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Duchas: Aparato o instalación que permite hacer caer o dirigir agua, en forma de chorro o lluvia, sobre el cuerpo para asearlo.

Figura.5Duchas



Fuente: www.google.com.ec

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Piscina: Es un espacio acuático donde se pueden practicar la natación para estimular el cuerpo y muchas veces sirven para realizar terapias.

Figura 6Piscina



Fuente:www.google.com.ec

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

¿De qué manera incide la creación de un complejo para mejorar el nivel de vida en la población del Cantón Simón Bolívar?

2.4.2 Hipótesis Particulares

- La motivación de las personas ayudaran a una mejor relación familiar.
- La sociabilización ayuda a mejorar como ser humano.
- La recreación evitara el estrés, disminuyendo las diversas tenciones emocionales de las personas.

2.4.3 Declaración de Variables

CUADRO 1Tema: Variables Dependientes e Independientes

Variable Independiente	Variable Dependiente
La motivación de las personas	Mejora la relación familiar
La sociabilización	Mejora como ser humano
La recreación evitara el estrés	Disminución de tendencias emocionales

Fuente: Autores propios

Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

2.4.4. Operacionalización de las Variables

CUADRO 2 Tema: Variables Independientes

Variable Independiente	Conceptualización	Indicadores
La motivación de las personas	Son los recursos que se generan en la inversión de los proyectos	<ul style="list-style-type: none"> • Inflación
La sociabilización	Material, equipamiento e instalaciones que permite el desarrollo de una actividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo. • Calidad. • Innovación • Creación
La recreación evitara el estrés	Identificar cada uno de los mensajes que se proporcionan, con la finalidad de informar o persuadir al turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Calidad

Fuente: Autores propios

Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Cuadro 3 Tema: Variables Dependientes

Variable Dependiente	Conceptualización	Indicadores
Mejora la relación familiar	Generar fuentes de trabajo para la ciudadanía del Cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Economía • Aumento de visitantes
Mejora como ser humano	Desarrollar actividades que vayan de acuerdo a la necesidad de cada uno de los ciudadanos	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia • Disponibilidad
Disminución de tendencias emocionales	Implementación de áreas verdes para producir bienes y servicios que producen satisfacción a la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudadanía • Economía • Recreación

Fuente: Autores propios

Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

La investigación fue descriptiva, tomando en consideración las opiniones de los ciudadanos que habitan en el Cantón Simón Bolívar, recopilando los datos necesarios para buscar el lugar donde se origina el problema. Además de ser bibliográfica y lincográfica porque se basa en información de libros e internet.

Tipo de investigación

La modalidad de investigación que estableceremos fue muy minuciosa, teniendo en cuenta que trabajaremos directamente con las personas, esto en cierto modo nos ayudará a ser más exactos al momento de realizar nuestra propuesta de solución ya que esto le ofrecerá a nuestra investigación un porcentaje elevado de credibilidad.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características De La Población

El Cantón Simón Bolívar está ubicado al noreste de la Provincia del Guayas, es una zona de gran riqueza agrícola en la que se destacan los cultivos banano, café, arroz, caña de azúcar, cacao y árboles frutales, el mismo que consta con un número de 25.483 habitantes. (Censo 2010 INEC).

3.2.2 Delimitación de la Población

La investigación fue dirigida a la población del Cantón Simón Bolívar con 25.483 habitantes, la población de la Ciudad de Milagro con 166.634 habitantes y la población del Cantón Jujan con 25.179 habitantes por ser cantones aledaños.

3.2.3 Tipo de muestra

Para la siguiente investigación se aplicará el tipo de muestra NO PROBABILISTICA.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se seleccionará en base a la población total del Cantón Simón Bolívar y sus dos cantones aledaños, el cual ascienden a 217.296 habitantes de los cuales utilizaremos el 33% de la población para determinar una muestra representativa de ella.

Formula:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

p = posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,50$.

q = posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,50$.

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

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

Desarrollo de la formula

$n = ?$

$N = 71.708$

$PQ = 0.25$

$E = 5\%$

$Z = 2$

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + p \cdot q}$$
$$n = \frac{71.708(0.25)}{\frac{(71.708-1)0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{71.708(0.25)}{\frac{(71.707)0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{17.927}{44.816875 + 0.25}$$

$$n = \frac{17.927}{45.066875}$$

$$n = 398$$

CANTONES ALEDAÑOS	PORCENTAJES		
	50%	30%	20%
SIMON BOLIVAR	199		
JUJAN		119,4	
MILAGRO			79,6

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección de la muestra es de 398 personas que serán encuestados a la ciudadanía en general; esta cantidad se la logró después de aplicar la formula donde la población fue la cantidad de los habitantes de la Ciudad de Milagro, el Cantón Jujan y el Cantón Simón Bolívar, se efectuará en diferentes lugares de esta ciudad y cantones donde exista mayor afluencia de personas, esto permitirá obtener la información que se requiere para conocer la aceptación que va tener el negocio.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Método inductivo: Es la acción de extraer, a partir de determinadas observaciones o experiencias particulares, el principio general que en ellas está implícito, es decir que va de lo particular a lo general, se lo utilizará cuando tomemos los análisis ya establecidos de investigación para posteriormente ampliarlas en el proyecto.

Método Deductivo: Aquí necesitaremos su aplicación para elaborar el marco teórico que nos permitirá ver cómo se desarrolla la problematización por lo cual se procede lógicamente de lo universal a lo particular.

Método Matemático: Vamos a utilizar este método por las estadísticas luego de recolectar los datos a través de las encuestas, las cuales tendrán que ser calculadas para obtener los resultados.

3.3.2 Técnicas e Instrumentos

Para realizar esta investigación se aplicarán las siguientes técnicas de estudio.

- Encuestas
- Estudio Documental

Encuesta: Para este trabajo de investigación, se aplicará la encuesta la cual nos permitirá conocer el grado de inconformidad de los habitantes por no contar con una adecuada infraestructura de un complejo turístico.

Estudio Documental: Esta investigación como fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie como bibliográfico y hemerográfico, la primera se basa en consultas de libros, la segunda en revistas y periódicos, etc.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Para el procesamiento de la información recolectada mediante encuestas se utilizara es el de descodificar los datos utilizando el programa Excel, para interpretar las estadísticas, los sondeos y analizar la información adquirida por medio de diálogo y de anotaciones, apuntes a través de observaciones personales, esto nos ha permitido identificar las falencias en la infraestructura en los complejos turísticos, la cual mejorará con nuestra propuesta.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

De acuerdo con las diferentes investigaciones realizadas para obtener la debida información que permita llevar acabo nuestro proyecto nos dio como resultado que es muy importante la realización del mismo, ya que la mayor parte de la población encuestada respondió que les gustaría contar con un complejo turístico.

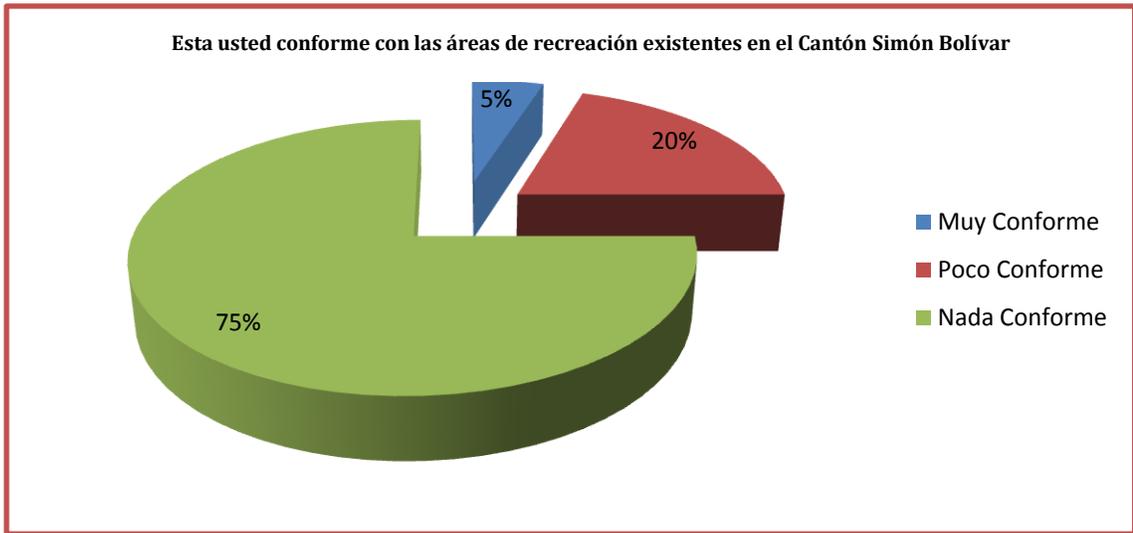
1. ¿Está usted conforme con las áreas de recreación existentes en el Cantón Simón Bolívar?

Cuadro 4¿Está usted conforme con las áreas de recreación existentes en el Cantón Simón Bolívar?

	Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
1	Muy conforme	66	5%
2	Poco conforme	135	20%
3	Nada conforme	197	75%
	Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura7



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 5% de la ciudadanía se sienten conforme con las áreas de recreación existentes, al contrario del 20% está poco conforme porque nos hicieron conocer que se debería de implantar más centros de distracción para todos los ciudadanos, además el 75% de las personas encuestadas no están conforme debido a que dicen que es necesario la implementación de un lugar de recreación, por motivos que para gozar de un día en familia tiene que trasladarse hacia otros lugares cercanos del Cantón para poder tener un espacio para des estresarse y compartir en familia.

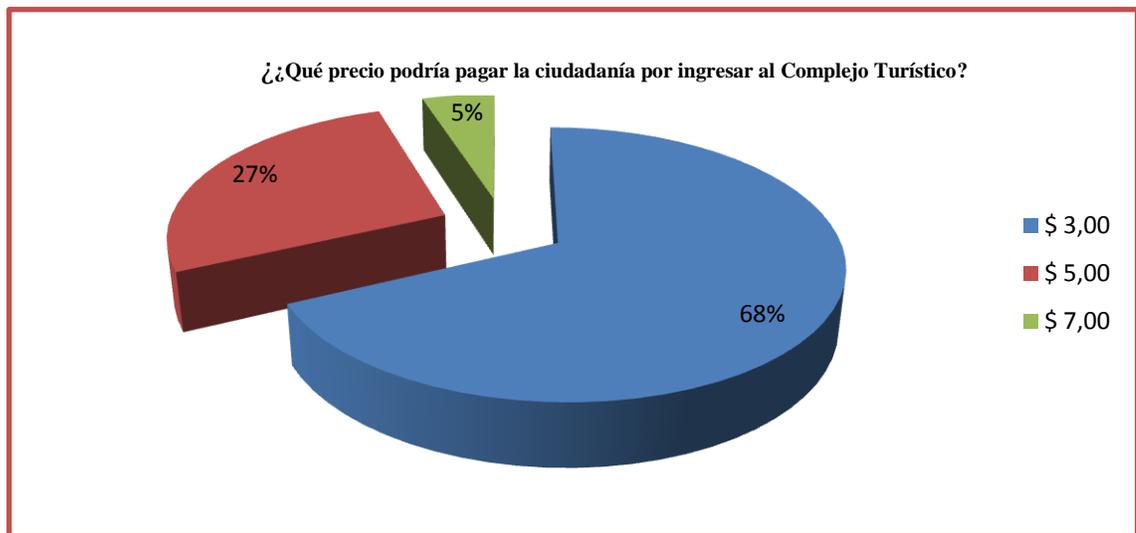
2. ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por ingresar al Complejo Turístico?

Cuadro 5 ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por ingresar al Complejo Turístico?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
\$ 3.00	205	68%
\$ 5.00	136	27%
\$ 7.00	57	5%
Total	399	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 8



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 68% de la ciudadanía está de acuerdo que se realicen las infraestructuras correspondientes para que el Cantón progrese al máximo en el desarrollo económico social que tiene y así brindarles buen servicio a la ciudadanía, el 27% de los ciudadanos esta poco conforme por que no están seguro que aumente el desarrollo del Cantón, el 5% de las personas no está conforme porque para la implementación de infraestructuras se necesita apoyo económico, y no se cuenta con los recursos necesarios.

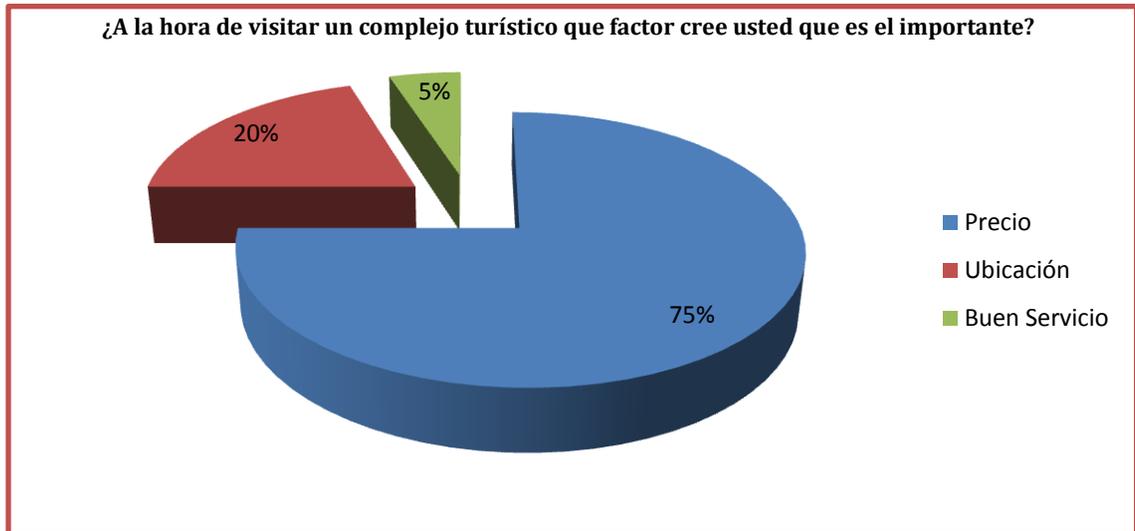
3. ¿A la hora de visitar un complejo turístico que factor cree usted que es el importante?

Cuadro 6 ¿A la hora de visitar un complejo turístico que factor cree usted que es el importante?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
Precio	218	75%
Ubicación	122	20%
Buen Servicio	58	5%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 9



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 75% de la ciudadanía coincide que el precio es factor importante porque tiene que estar al alcance de las personas, el 20% de los ciudadanos considera que es la ubicación, es preferible que se encuentre en la cabecera cantonal, 5% de las personas opto por un buen servicio, porque se necesita cambiar la cultura de los negocio, además que exista una excelente atención a los usuarios.

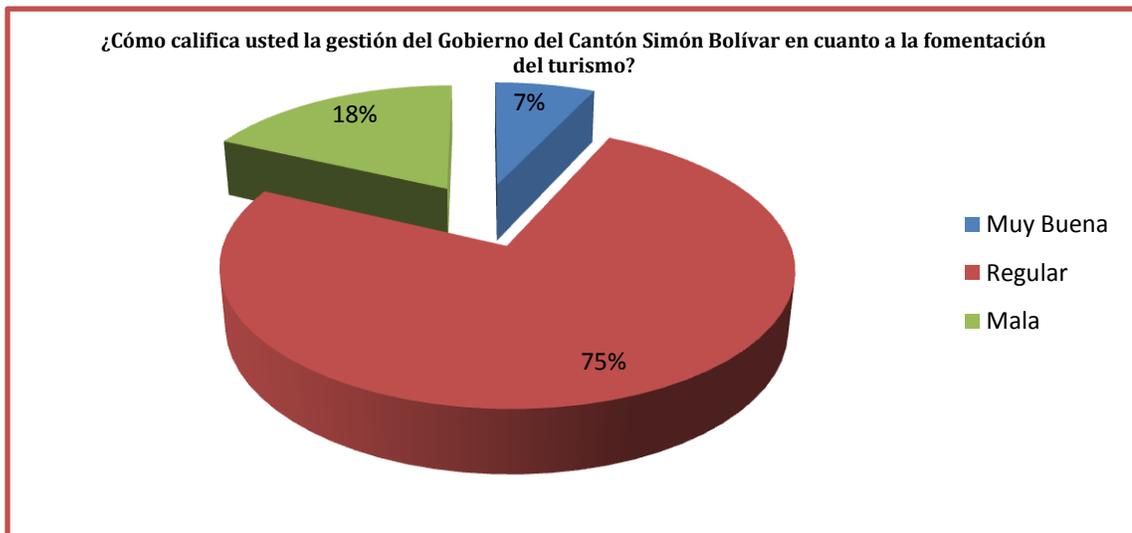
4. ¿Cómo califica usted la gestión del Gobierno del Cantón Simón Bolívar en cuanto a la fomentación del turismo?

Cuadro 7: ¿Cómo califica usted la gestión del Gobierno del Cantón Simón Bolívar en cuanto a la fomentación del turismo?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
Muy buena	72	7%
Regular	228	75%
Mala	98	18%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 10



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 20% de la ciudadanía coincide que es muy buena porque los sitios que existen están limpios, 75% de los ciudadanos considera que es regular, porque notan el poco interés en el gobierno en brindar ayuda necesaria a los inversionistas, 18% de las personas optó que es mala porque no notan el desarrollo turístico del cantón, el pueblo espera más de la actual administración

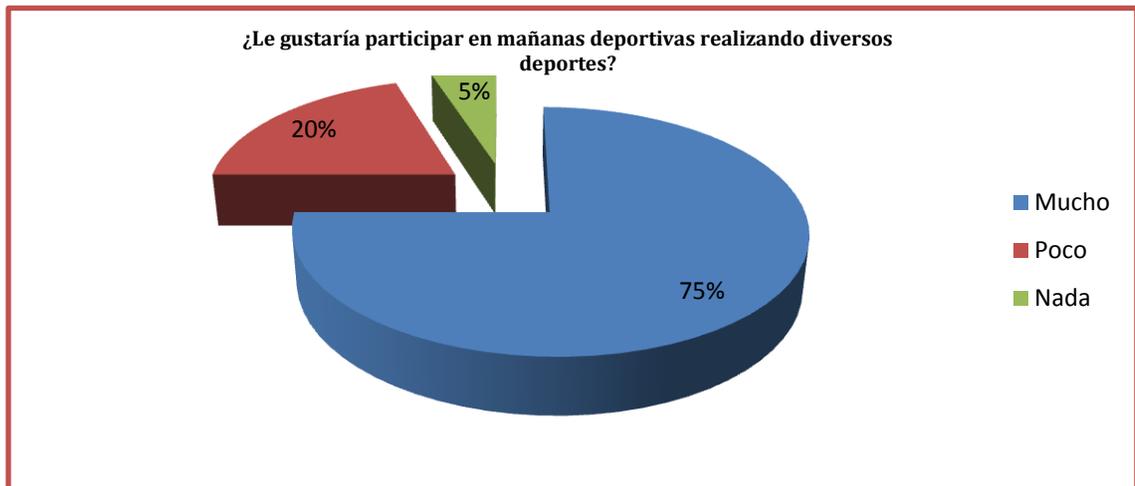
5. ¿Le gustaría participar en mañanas deportivas realizando diversos deportes?

Cuadro 8 ¿Le gustaría participar en mañanas deportivas realizando diversos deportes?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
Mucho	218	75%
Poco	123	20%
Nada	57	5%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 11



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 75% de la ciudadanía coincide que les encantaría porque habría algo nuevo en que divertirse, 20% de los ciudadanos considera que poco porque prefieren por las tardes, ya que laboran hasta los fines de semana, 5% de las personas opto por nada porque consideran mejor otro tipo de deporte.

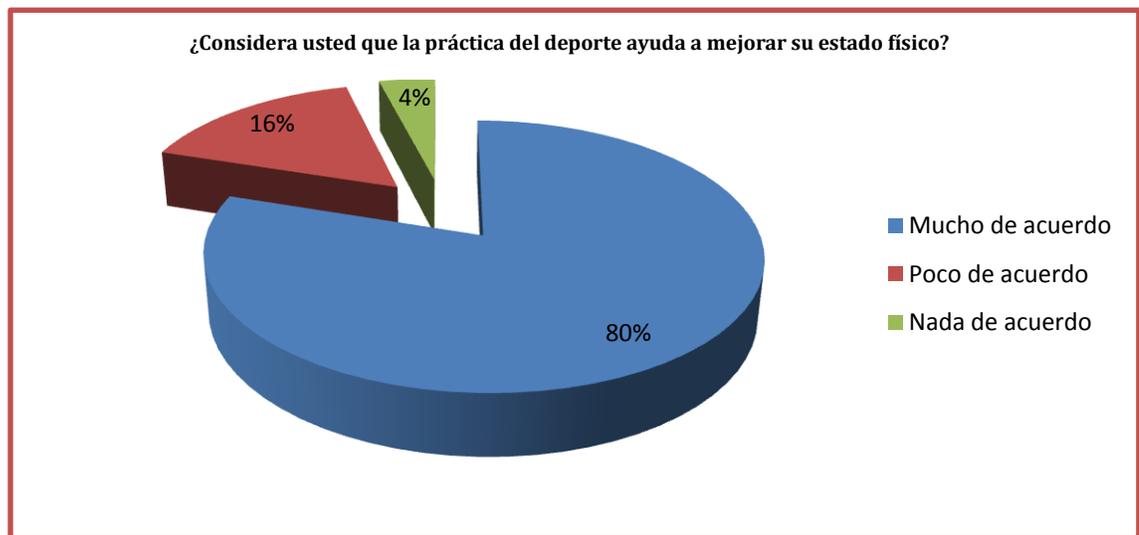
6. ¿Considera usted que la práctica del deporte ayuda a mejorar su estado físico?

Cuadro9¿Considera usted que la práctica del deporte ayuda a mejorar su estado físico?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
Mucho de acuerdo	218	80%
Poco de acuerdo	124	16%
Nada de acuerdo	56	4%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 12



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 80% de la ciudadanía coincide que está muy de acuerdo no hay nada mejor para tener un mejor rendimiento físico, 20% de los ciudadanos esta poco de acuerdo, ya que dicen que aparte del ejercicio físico se necesita proteínas y nutrientes correctos, 4% de las personas dice que no está de acuerdo porque prefiere la cirugía estética y nutricionista para lograr un buen estado físico.

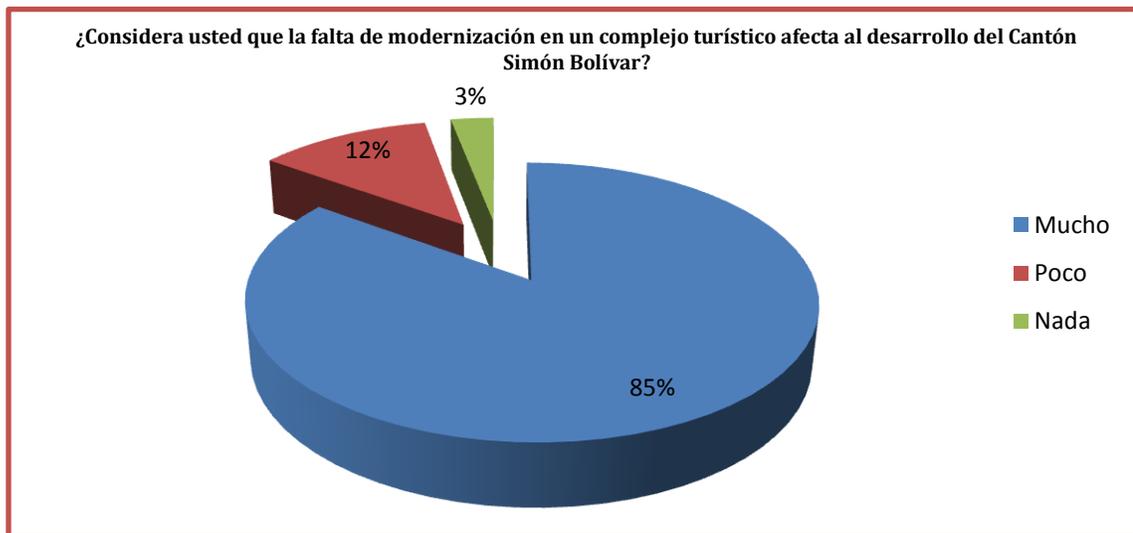
7. ¿Considera usted que la falta de modernización en un complejo turístico afecta al desarrollo del Cantón Simón Bolívar?

Cuadro 10: ¿Considera usted que la falta de modernización en un complejo turístico afecta al desarrollo del Cantón Simón Bolívar?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
Mucho	217	85%
Poco	123	12%
Nada	58	3%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 13



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 85% de la ciudadanía considera que mucho, ya que en este cantón se necesita algo nuevo, el complejo turístico daiquiri no es moderno, 12% de los ciudadanos considera que poco, opinan que la población no sabe cuidar las cosas, ellos se enfocan directamente al costo-beneficio, 3% de las personas opto por nada, se conforman con algo sencillo pero divertido.

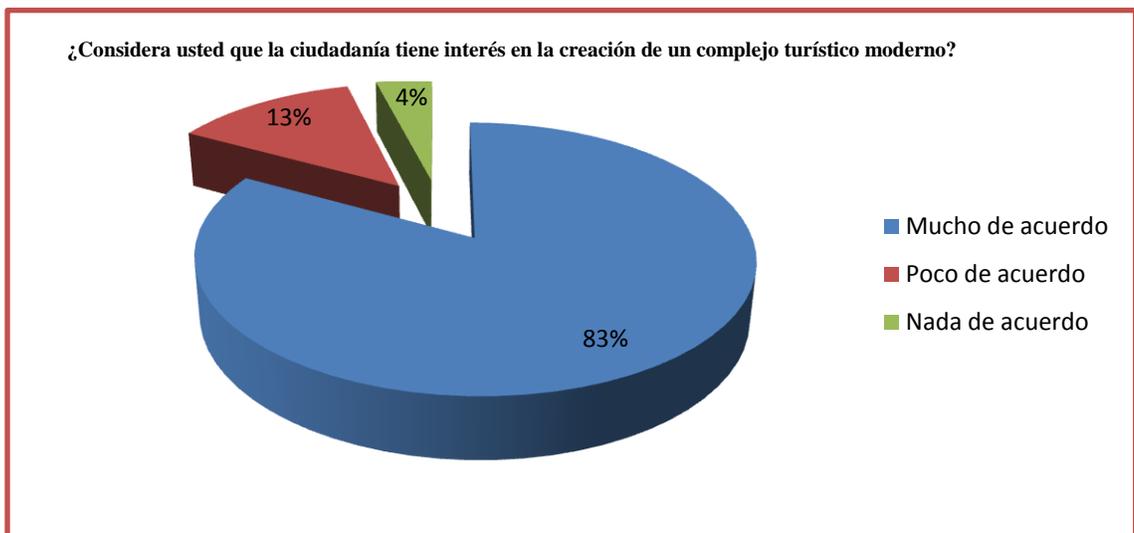
8. ¿Considera usted que la ciudadanía tiene interés en la creación de un complejo turístico moderno?

Cuadro 11; Considera usted que la ciudadanía tiene interés en la creación de un complejo turístico moderno?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
Mucho de acuerdo	122	83%
Poco de acuerdo	230	13%
Nada de acuerdo	56	4%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 14



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 83% de la ciudadanía considera esta muy de acuerdo, porque necesita distracción y cambio para el cantón, 13% de los ciudadanos considera que poco, no saben si la población visite el lugar constantemente, 4% de las personas opto por nada, se conforman con lo poco que hay en el cantón.

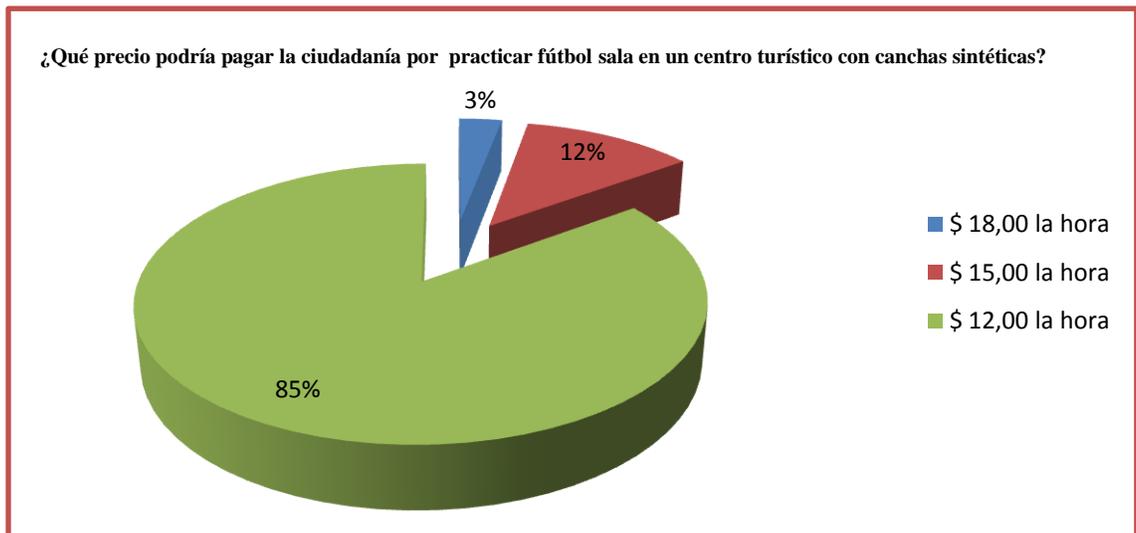
9. ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por practicar fútbol sala en un centro turístico con canchas sintéticas?

Cuadro 12; ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por practicar fútbol sala en un centro turístico con canchas sintéticas?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
18.00 la hora	32	3%
15.00 la hora	88	12%
12.00 la hora	278	85%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura 15



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 85% de la ciudadanía considera que 12 dólares está bien para empezar por ser un cantón en su reciente desarrollo, 12% de los ciudadanos considera que 15 dólares la hora está bien porque se enfocan en el precio de otras ciudades, 3% de las personas opto 18 dólares la hora, dicen que es un precio justo y cómodo para pagar entre todos los usuarios.

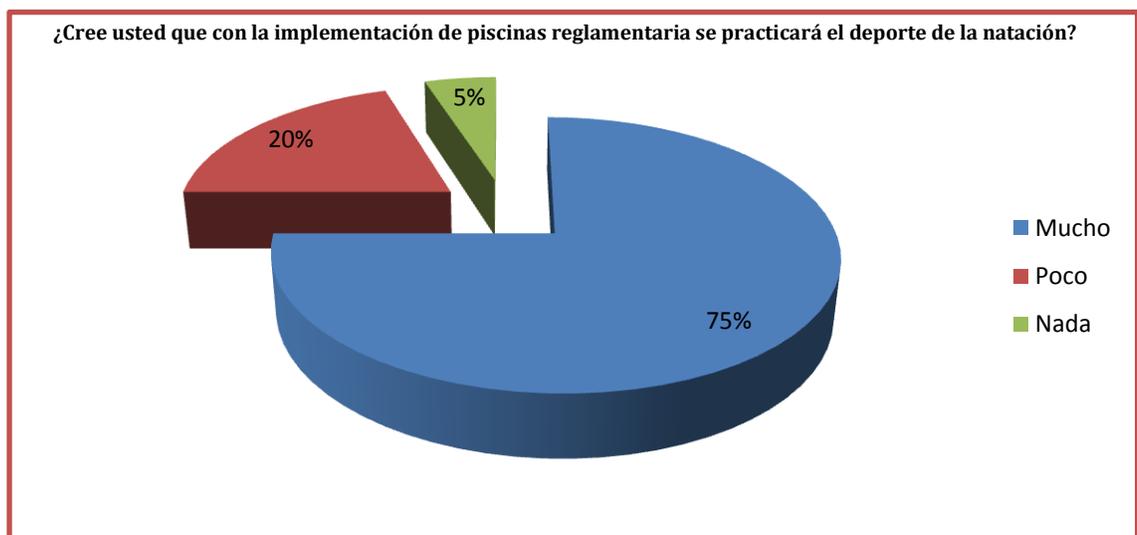
10. ¿Cree usted que con la implementación de piscinas reglamentaria se practicará el deporte de la natación?

Cuadro 13; Cree usted que con la implementación de piscinas reglamentaria se practicará el deporte de la natación?

Respuesta	# de Respuesta	Porcentajes
Mucho	218	75%
Poco	125	20%
Nada	55	5%
Total	398	100%

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Figura N°. 16



Realizado Autores RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Análisis:

El 75% de la ciudadanía está de acuerdo que se construyan piscinas reglamentarias para que la población practique el deporte de la natación, el 20% de los ciudadanos esta poco conforme por que no están seguros que la ciudadanía tome esta opción, el 5% de las personas no está conforme porque no hay apoyo de la liga deportiva cantonal para que la ciudadanía conozca esta disciplina.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

De acuerdo con la información obtenida en las encuestas realizadas a la ciudadanía y comparadas con otras encuestas que se efectuaron en el cantón Milagro se ha podido observar y finalmente después de analizar una a una las variables de la investigación podemos decir que en su mayoría predomina el nivel socioeconómico medio, con un poder relativamente básico de acuerdo a los niveles e intervalos señalados en el estudio.

Se puede decir que existe un horizonte para este negocio, las personas han respondido positivamente al cuestionario cuando se les pregunta si disfrutaría de un lugar de entretenimiento familiar, ya que en la realidad no existe un lugar donde puedan disfrutar de un día en familia o con amigos. La diferencia del proyecto es el trabajo que se va a contribuir en el crecimiento de la ciudad.

4.3 RESULTADOS

1. ¿Está usted conforme con las áreas de recreación existentes en el Cantón Simón Bolívar?

La mayor parte de las personas encuestadas están consiente de la poca existencia que hay delas áreas de recreación existentes.

2. ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por ingresar al Complejo Turístico?

Un gran porcentaje de las personas encuestadas están de acuerdo que el precio a pagar por el ingreso al complejo turístico sea de \$3,00.

3. ¿A la hora de visitar un complejo turístico que factor cree usted que es el importante?

Las personas encuestadas coincide que el precio es factor importante porque tiene que estar al alcance de las personas, también se considera que es la ubicación, que es preferible que se encuentre en la cabecera cantonal.

4. ¿Cómo califica usted la gestión del Gobierno del Cantón Simón Bolívar en cuanto a la fomentación del turismo?

La mayoría de las personas encuestadas coincide que es muy buena porque los sitios que existen están limpios.

5. ¿Le gustaría participar en mañanas deportivas realizando diversos deportes?

La personas encuestadas coincide que les encantaría porque habría algo nuevo en que divertirse.

6. ¿Considera usted que la práctica del deporte ayuda a mejorar su estado físico?

La mayoría de la ciudadanía encuestada coinciden que está muy de acuerdo no hay nada mejor para tener un mejor rendimiento físico.

7. ¿Considera usted que la falta de modernización en un complejo turístico afecta al desarrollo del Cantón Simón Bolívar?

Las personas encuestadas considera que mucho, ya que en este cantón se necesita algo nuevo todo el tiempo.

8. ¿Considera usted que la ciudadanía tiene interés en la creación de un complejo turístico moderno?

La mayoría de la ciudadanía encuestada considera que esta muy de acuerdo, porque necesita distracción y cambio para el cantón.

9. ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por practicar fútbol sala en un centro turístico con canchas sintéticas?

Las personas encuestadas considera que \$12 dólares está bien para empezar, pero que con el pasar el tiempo y el éxito del negocio en precio disminuya.

10. ¿Cree usted que con la implementación de piscinas reglamentaria se practicará el deporte de la natación?

La mayoría de la ciudadanía encuestada está de acuerdo que se construyan piscinas reglamentarias para que la población practique el deporte de la natación.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 14 Verificación de Hipótesis

Hipótesis general	Verificación de Hipótesis
¿De qué manera incide la creación de un complejo para mejorar el nivel de vida en la población del Cantón Simón Bolívar?	En la pregunta 8 de la encuesta que como debe ser un complejo turístico. Aunque la mayoría de las personas encuestas se encuentran de acuerdo que se cree en este Cantón un complejo turístico que permita a la ciudadanía en general un momento de distracción.
Hipótesis particulares	Verificación
N.-1 La motivación de las personas ayudara a una mejor relación familiar	En la pregunta 2 y 9 de las encuestas trata del costo del ingreso al complejo turístico. Con esto se daría que personas de otros lugares asistan a este complejo turístico y de esa manera contribuiría con el desarrollo socioeconómico de este Cantón.
N.-2 La sociabilización ayuda a mejorar como ser humano	En la pregunta 4 y 7 de las encuestas trata sobre la falta de gestión sobre las infraestructuras existentes debido que en Cantón no existe un negocio que ofrezca a sus cliente los que estos requieran.
N.-3 la recreación evitara el estrés, disminuyendo las diversas tenciones emocionales de las personas.	En la pregunta 3 trata de sobre los factores importantes de un complejo turístico. Con esto se daría que personas de otros lugares disfruten de la realización de eventos sociales y deportivos.

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Desarrollo y análisis financiero del complejo turístico "ARDEKO" en el Cantón Simón Bolívar

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La serie de acontecimientos que suceden en la vida diaria, han dado paso a nuevas formas y estilos de vida. Cada día aumentan las cifras de personas que fallecen por una enfermedad cardíaca, problema que pudiera reducirse si las personas acudieran con frecuencia a realizar alguna actividad deportiva.

Consideramos que la instalación de la cancha sintética en el complejo turístico ayudará a mejorar la expresión, la coordinación y flexibilidad del cuerpo. Además la práctica constante del deporte ayuda a reducir el colesterol y eliminar toxinas del cuerpo, se quema calorías manteniendo el cuerpo en el peso ideal. La práctica del deporte en ciudades pequeñas como el cantón Simón Bolívar ha ido perdiendo el interés poco a poco. Esto nos lleva a asumir el reto de fomentar un deporte que cada vez toma mayor fuerza y un gran número de aficionados como lo es el fútbol sala. El Fútbol Sala por su conformación y acción de juego, ayuda a la integración deportiva, recreativa y social del individuo, es un deporte orientado con un ingrediente especial que nos ayuda a evitar la violencia, aspecto fundamental para aumentar el grado de tolerancia y respeto a las normas sociales, no solo el futbol sala sino también otros deportes que se podrán realizar en el complejo

5.3 JUSTIFICACIÓN

Es importante realizar alguna actividad de recreación que nos permita mejorar nuestra calidad de vida y reducir el estrés en la población. Lo cual nos ha llevado a la determinación de construir un complejo turístico que satisfaga las necesidades de los clientes

En estos tiempos es muy común encontrarse con personas que no pueden distraerse, ya sea por la falta de tiempo o un lugar apropiado, Con del complejo turístico “ARDEKO” que contará con una infraestructura moderna y adecuada, permitirá ofrecer un servicio mucho mejor, para que las personas que gustan de un momento de diversión, compañerismo e interrelación con los demás.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Obtener la factibilidad económica mediante los Estados Financieros del Complejo Turístico ARDEKO en el Cantón Simón Bolívar.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Organizar Mañanas deportivas para fortalecer la recreación del deporte.
- Brindar servicios bien organizados, de alta calidad y garantizados.
- Lograr que el servicio sea conocido nacional e internacionalmente.
- Incrementar el porcentaje de mercado turístico

5.5 Ubicación

País: Ecuador

Región: Costa

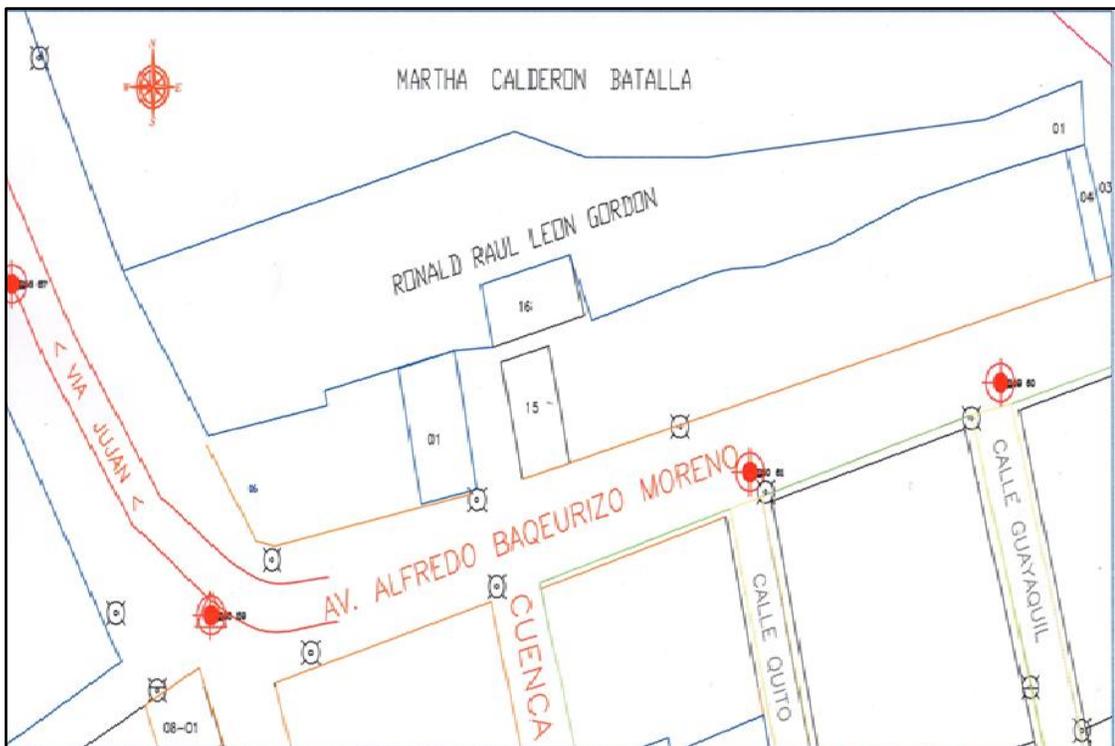
Provincia: Guayas

Cantón: Simón Bolívar

Ciudadela: 12 de Octubre

Dirección: Avenida. 12 de Octubre y Cuenca, vía Jujan

Figura 17 Ubicación



Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

5.6 Estudio de Factibilidad

Este proyecto es factible y aplicable, debido a que los objetivos propuestos son posibles aplicarlos, pues se cuenta con los recursos necesarios para una adecuada ejecución. Ya que existe el compromiso social, profesional y la motivación, esto responde a la necesidad imperiosa de fortalecer el turismo en el Cantón Simón Bolívar.

Con esta propuesta ayudaremos a encontrar una mejor y adecuada forma de reducir el estrés, y un mejor estado físico que se verá reflejada en la concurrencia frecuente de quienes gustan de un momento divertido asistiendo al complejo turístico “ARDEKO”

MISIÓN

El complejo turístico “ARDEKO”, tiene como misión ofrecer a los distintos sectores del Cantón Simón Bolívar, y sus alrededores, un servicio de excelente calidad con modernas y amplias instalaciones con el fin de explotar el potencial turístico que tiene el cantón generando rentabilidad para la empresa.

VISIÓN

Ser una empresa líder en prestación de servicios turísticos en mediano plazo, siendo una empresa que inspire confianza, solidez y seguridad y de esta forma promover el desarrollo turístico en el Ecuador.

VALORES

- Trabajo en equipo
- Ética
- Puntualidad
- Generosidad
- Cordialidad

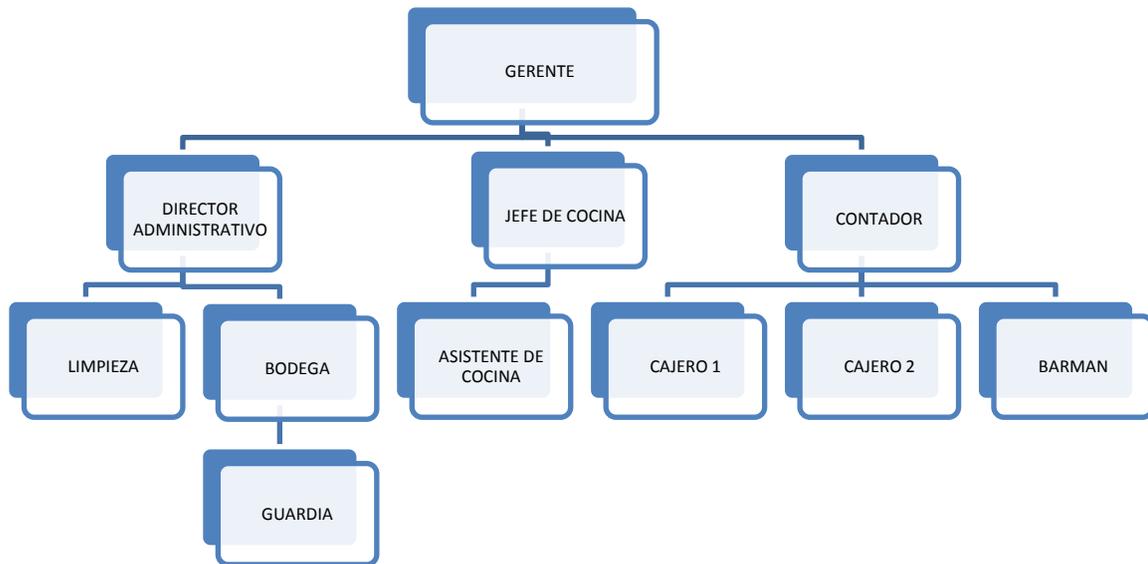
5.7 Descripción De La Propuesta

El complejo turístico “ARDEKO ”, contempla un punto de apoyo que servirá como herramienta para distracción de las personas en el cantón Simón Bolívar. La elaboración de este proyecto se fundamenta en la implementación de una infraestructura que estará acorde a las necesidades de

quienes gustan de un momento ameno, contará con un adecuado servicio tanto en lo turístico como en lo administrativo, decisión que facilitara su ejecución.

5.7.1. Organigrama Estructural

Figura 18 Organigrama Estructural



Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

5.7.2. Manual de Funciones

Cuadro 15 Manual de Funciones Gerente General

 <p>COMPLEJO TURÍSTICO Ardeko <i>Siempre al servicio del visitante</i> Av. 12 de Octubre y Cuenca Cel.: 0981639607 Simón Bolívar - Ecuador</p>		MANUAL DE FUNCIONES
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE GENERAL	
AREA A LA QUE PERTENECE:	EJECUTIVA	
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	DUEÑOS	
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	ADMINISTRATIVO Y CONTADOR	
FUNCIONES BASICAS		
Analizar y mejorar todas las actividades que desempeñan cada empleado, con el objetivo de tener un mejor desarrollo y cumplimiento de metas.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ul style="list-style-type: none">➤ Dar soluciones a problemas existentes➤ Motivar al personal		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none">➤ Título de Ing. Comercial➤ Edad entre 25 y 35 años➤ Experiencia 2 años en cargo similar		

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 16 Manual de Funciones Director Administrativo

<p>COMPLEJO TURÍSTICO</p>  <p>Av. 12 de Octubre y Cuenca Cel.: 0981639607 Simón Bolívar - Ecuador</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>NOMBRE DEL CARGO:</p> <p>AREA A LA QUE PERTENECE:</p> <p>CARGO DEL JEFE DIRECTO:</p> <p>CARGO A QUIEN SUPERVISA:</p>	<p>DIRECTOR ADMINISTRATIVO</p> <p>EJECUTIVA</p> <p>GERENTE GENERAL</p> <p>ADQUISICIONES Y BODEGA</p>
<p>FUNCIONES BASICAS</p>	
<p>Planear, dirigir, controlar Analizar y mejorar todas las actividades que desempeñan cada empleado, con el objetivo de tener un mejor desarrollo y cumplimiento de metas.</p>	
<p>FUNCIONES ESPECIFICAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contratar personal ➤ Realizar compras a proveedores ➤ Elaborar políticas de empresa ➤ Custodio de caja chica 	
<p>REQUISITOS MINIMOS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Ing. Comercial ➤ Edad entre 25 y 35 años ➤ Experiencia 2 años en cargo similar 	

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 17 Manual de Funciones Contador

		MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR		
AREA A LA QUE PERTENECE:	EJECUTIVA		
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	GERENTE GENERAL		
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	CAJEROS Y BARMAN		
FUNCIONES BASICAS			
Analizar y registrar los asientos diarios de ingreso y egreso de dinero.			
FUNCIONES ESPECIFICAS			
<ul style="list-style-type: none">➤ Llevar la contabilidad➤ Elaborar los Estados Financieros➤ Elaborar estrategias para cumplir objetivos➤ Elaborar declaraciones al SRI			
REQUISITOS MINIMOS			
<ul style="list-style-type: none">➤ Título de Ing. CPA➤ Edad entre 25 y 35 años➤ Experiencia 2 años en cargo similar			

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 18 Manual de Funciones Bodeguero

		MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	BODEGUERO		
AREA A LA QUE PERTENECE	PLANTA		
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	DIRECTOR ADMINISTRATIVO		
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	LIMPIEZA		
FUNCIONES BASICAS			
<p>Controlar y registrar los ingresos y egresos de mercadería. Registrar manualmente y en digital los movimientos de bodega</p>			
FUNCIONES ESPECIFICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar la mercadería ➤ Manejar salida y entrada de mercadería por método fifo ➤ Llevar un registro en bitácora para un mayor control 			
REQUISITOS MINIMOS			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de tercer nivel a fines ➤ Edad entre 25 y 35 años ➤ Experiencia 2 años en cargo similar 			

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 19 Manual de Funciones Limpieza

 <p style="text-align: right;">MANUAL DE FUNCIONES</p>	
NOMBRE DEL CARGO	LIMPIEZA
AREA A LA QUE PERTENECE	OPERATIVA
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	ADMINISTRATIVO Y BODEGA
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	
FUNCIONES BASICAS	
Mantener limpio el establecimiento, ordenado, informar al director financiero de cualquier daño que tenga el establecimiento	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Limpiar piscinas ➤ Desinfectar los baños ➤ Sacar la basura al recolector 	
REQUISITOS MINIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Edad entre 25 y 35 años 	

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 20 Manual de Funciones Cajero 1

		<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>
NOMBRE DEL CARGO	CAJERO 1	
AREA A LA QUE PERTENECE	OPERATIVA	
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	CONTADOR	
CARGO A QUIEN SUPERVISA:		
FUNCIONES BASICAS		
Cobrar la entrada al complejo, controlar el tiempo de alquiler de cancha sintetica, atender el bar y otros servicios		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cerrar caja al final del día ➤ Buenas relaciones humanas ➤ Buen trato al cliente 		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Edad entre 25 y 35 años 		

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 21 Manual de Funciones Cajero 2

 <p align="right">MANUAL DE FUNCIONES</p>	
NOMBRE DEL CARGO	CAJERO 2
AREA A LA QUE PERTENECE	OPERATIVA
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	CONTADOR
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	
FUNCIONES BASICAS	
Cobrar la entrada al complejo, controlar el tiempo de alquiler de cancha sintetica, atender el bar y otros servicios	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cerrar caja al final del día ➤ Buenas relaciones humanas ➤ Buen trato al cliente 	
REQUISITOS MINIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Edad entre 25 y 35 años 	

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 22 Manual de Funciones Barman

 <p style="text-align: right;">MANUAL DE FUNCIONES</p>	
NOMBRE DEL CARGO	BARMAN
AREA A LA QUE PERTENECE	OPERATIVA
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	CONTADOR
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	
FUNCIONES BASICAS	
Brindar y ofrecer los productos que tiene el complejo	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cerrar caja al final del día ➤ Buenas relaciones humanas ➤ Buen trato al cliente 	
REQUISITOS MINIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Edad entre 25 y 35 años 	

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 23 Manual de Funciones Jefe de Cocina

		MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE COCINA		
AREA A LA QUE PERTENECE	OPERATIVA		
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	DIRECTOR ADMINISTRATIVO		
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	ASISTENTE DE COCINA		
FUNCIONES BASICAS			
<p>Mantener limpia su área de trabajo ofrecer productos variados</p>			
FUNCIONES ESPECIFICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser puntual en la entrega del producto 			
REQUISITOS MINIMOS			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Edad entre 25 y 35 años 			

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 24 Manual de Funciones Asistente de Cocina

		MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	ASISTENTE DE COCINA		
AREA A LA QUE PERTENECE	OPERATIVA		
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	JEFE DE COCINA		
CARGO A QUIEN SUPERVISA:			
FUNCIONES BASICAS			
Mantener los utensilios limpios			
FUNCIONES ESPECIFICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparar los desayunos, ➤ Preparar los Snake 			
REQUISITOS MINIMOS			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Edad entre 25 y 35 años 			

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

Cuadro 25 Manual de Funciones Guardia

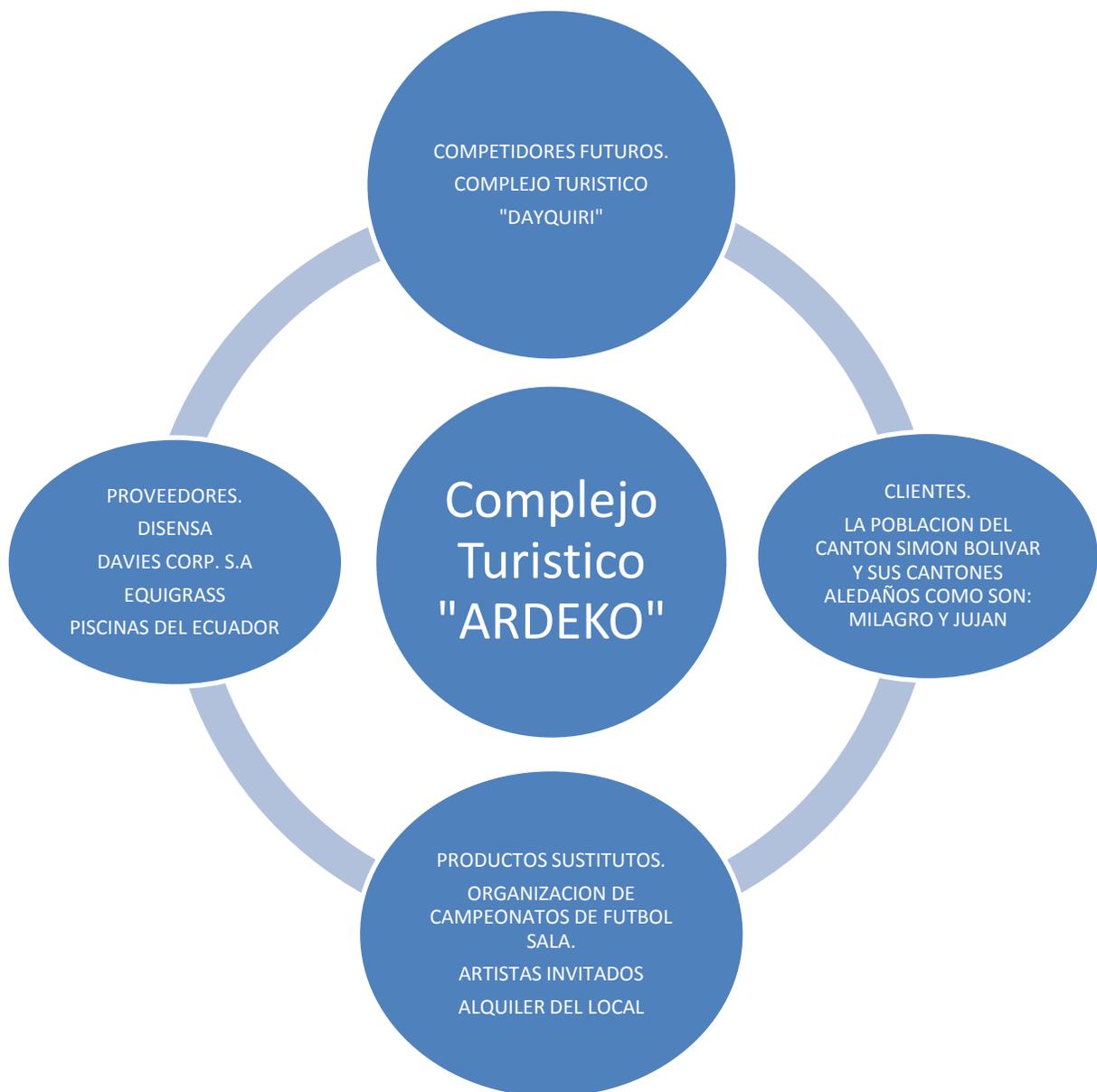
 <p align="right">MANUAL DE FUNCIONES</p>	
NOMBRE DEL CARGO	GUARDIA
AREA A LA QUE PERTENECE	OPERATIVA
CARGO DEL JEFE DIRECTO:	JEFE DE BODEGA
CARGO A QUIEN SUPERVISA:	
FUNCIONES BASICAS	
Mantener el orden en el complejo	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Seguridad del establecimiento ➤ No permitir el ingreso de bebidas alcohólicas ➤ No permitir el ingreso de armas 	
REQUISITOS MINIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Edad entre 25 y 35 años 	

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

5.7.3 Las 5 Fuerzas competitivas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter permiten conocer cuáles son nuestros competidores directos e indirectos, proveedores, clientes y productos sustitutos.

Figura19 Las 5 fuerzas competitivas de Porter



Realizado por Ronald León y Suelen Solís

5.7.4 Análisis FODA

Cuadro 26 Análisis FODA

AREA DE ENCUENTRO ESTRATEGIA DEFENSIVA						
	D E B I L I D A D E S	Mal estado de las vías.	Falta de experiencia en la organización de eventos deportivos	Falsas especulaciones sobre las consecuencias negativas, como el cancer, debido al contacto con el fuerte sol que nos asecha	Nivel economico de los habitantes	TOTAL
	AMENAZAS					SUMAS
	Nuevos impuestos o tributos	1	3	3	9	16
	Estado climatico en el pais	9	1	3	3	16
	Inseguridad social	9	3	3	3	18
	Estabilidad economica	3	3	1	9	16
		22	10	10	24	66

AREA DE ENCUENTRO ESTRATEGIA OFENSIVA						
	O P O R T U N I D A D E S	Internet como medio de comunicación directa entre consumidores y ofertantes	Es un mercado que aun no ha sido explotado totalmente	Un servicio con innovacion diferente al tradicional	Futbol sala es un deporte que gusta y es practicado mas a nivel regional	TOTAL
	FORTALEZA					SUMAS
	Pioneros en el servicio de turismo en el Cantón Simón Bolívar	1	3	3	9	16
	Contar con una infraestructura moderna y adecuada	3	3	3	3	12
	Buena aceptación y acogida por parte de la ciudadanía	9	1	3	3	16
	Bajos costos de mantenimiento respecto al césped natural	1	1	3	3	8
		14	8	12	18	52

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

5.7.5. Matriz FOFADODA

Cuadro 27 Matriz FOFADODA

<p>Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p>	<p>Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pioneros en el servicio de turismo en el cantón Simón Bolívar. ➤ Contar con una infraestructura moderna y adecuada. ➤ Buena aceptación y acogida por parte de la ciudadanía. ➤ Bajos costos de mantenimiento respecto al césped natural. 	<p>Debilidades</p> <p>4 Mal estado de las vías</p> <p>5 Falta de experiencia en la organización de eventos deportivos.</p> <p>6 Falsas especulaciones sobre las consecuencias negativas, como el cáncer debido al contacto con el fuerte sol que nos asecha.</p> <p>7 Nivel económico de los habitantes</p>
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Internet como medio de comunicación directa entre consumidores y ofertantes. ➤ Es un mercado que no ha sido explotado totalmente. ➤ Un servicio con innovación diferente al tradicional. ➤ Fútbol sala un deporte que gusta y es practicado a nivel regional 	<p>Estrategia FO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofrecer adecuadamente el servicio. ➤ Establecer debidamente las capacitaciones del personal. ➤ Terminar a tiempo con los requerimientos del cliente. ➤ Realizar convenios con los proveedores. 	<p>Estrategia DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Llegar a los clientes con nuestro servicio. ➤ Aumentar los medios publicitarios. ➤ Acceder a financiamiento del estado. ➤ Contratar el personal que se requiere. ➤ Estudiar las alternativas del mercado.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevos impactos o tributos. ➤ Estado climático en el país. ➤ Inseguridad social. ➤ Estabilidad económica. 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar la calidad de servicio. ➤ Estudiar el mercado donde se encontrará el negocio. ➤ Tener precios asequibles. ➤ Indicar las funciones del personal periódicamente. 	<p>Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Permitir acuerdos con los proveedores. ➤ Ofrecer un mejor servicio que la competencia. ➤ Contar con una adecuada publicidad del negocio. ➤ Alcanzar la acogida de nuestros consumidores con el servicio que se va ofrecer.

Realizado por Ronald León y Suelen Solís.

5.7.6. Marketing Mix

El marketing mix o mezcla de mercadotecnia es un conjunto de diferentes herramientas que permiten la satisfacción de los clientes. Las herramientas de marketing también conocidas como las 4 "p" son las siguientes: Producto, Precio, Plaza o distribución, Promoción.

Producto.- Una vez diseñado e implementado el servicio se procede a una evaluación continua, con el fin de detectar deficiencias y brindarles un servicio acorde con sus necesidades establecidas, de tal forma que haya una continuidad del proceso y a su vez se puedan detectar las fallas, y sobre la marcha corregirlas con vistas a que el servicio alcance el nivel deseado, cada uno de los servicios serán ofrecidos al cliente y este tendrá la opción de elegir el servicio completo o el que más le agrade dependiendo del tipo de evento a realizar.

Precio.- Para establecer los precios de entrada al complejo, alquiler de la cancha se han considerado factores como los resultados obtenidos en las encuestas, los costos unitarios y el margen de ganancia. Que se tendrá es según el servicio que desee los clientes pero todos es accesible para la ciudadanía en general y se lo presentamos a continuación detalladamente:

Alquiler de canchas

Cervezas medianas

Bebidas hidratantes

Aguas, colas y jugos

Snake

Plaza.- Para este proyecto de creación de un Complejo Turístico en el Cantón Simón Bolívar, Av. 12 de Octubre y Cuenca, se ofrecerá un servicio dirigido a niños jóvenes y adultos, pero también estamos enfocados en brindar nuestro servicio a cantones aledaños

Promoción.- Es la principal herramienta para poder persuadir e informar el cliente de la existencia de un nuevo local y servicios. Como se trata del lanzamiento de un nuevo complejo turístico, se tendrá que realizar una fuerte campaña publicitaria, basada con el objetivo de captar el mercado meta y posicionarnos en el cantón Simón Bolívar, Provincia del Guayas.

Slogan.- Que se utilizará para darnos a conocer y que la creación del complejo turístico se sienta identificado. Porque los clientes se sentirán satisfechos con el servicio que se les ofrecerá.

Estrategias de Promoción

Para poder promocionar el negocio, de una manera versátil y adecuada utilizaremos los siguientes medios:

- Publicidad
- Volantes
- Prensa escrita
- Radio

Publicidad

Para posesionarnos en el mercado es muy decisiva la publicidad que se le dará al proyecto para destacar la imagen del complejo. La forma en que se proporcionará la publicidad será la siguiente:

- 1.- Se desarrollará una publicidad descriptiva, orientada a los habitantes del sector indicando la apertura del complejo turístico "ARDEKO ", precios, ubicación, promociones.
- 2.- Luego se desplegará una publicidad a los distintos sectores en Simón Bolívar mediante la emisión de volantes dando a conocer los servicios que se ofrecerán.
- 3.- Será necesario posicionar la marca del servicio en la mente de los consumidores para captar su demanda, mediante la publicidad recordarles las características del servicio.

El valor de la publicidad será distribuido en forma proporcional entre los diferentes canales de comunicación (radio, prensa escrita y volantes publicitarios), focalizando que a medida que trascorra el tiempo el complejo turístico "ARDEKO "Será reconocida como la mejor en Simón Bolívar.

Volantes.- Para la repartición de volantes habrá una persona que cumplirá el papel de impulsador entregando las volantes en puntos estratégicos.

Prensa escrita.- Esta publicidad consistirá en una publicación en el diario el Libertador el cual se reparte semanalmente en Simón Bolívar.

Radio.- El contrato se hará por la transmisión de 10 cuñas publicitarias diarias en el horario de 10h00-20h00 en los diferentes programas de la emisora 94.9 "LA OTRA" ya que esta radio es una de las más escuchadas en el cantón.

Logotipo

Figura 20 Logotipo



Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Volante

Figura 21 Volante

COMPLEJO TURÍSTICO	A T E N C I Ó N	CIUDADANÍA DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR
 Av. 12 de Octubre y Cuenca Cel.: 0981639607 Simón Bolívar - Ecuador		<p>El Complejo Turístico "ARDEKO" invita al público en general a la inauguración de sus modernas instalaciones</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Canchas sintéticas➤ Piscinas para niños y adultos➤ Cancha de básquet, de indor y de tenis. <p>Para que puedan disfrutar un momento de relax y entretenimiento.</p>
DONDE EL ESTRÉS NO EXISTE		<p>Fecha: Febrero 9 Hora: 10h30 a 20h00</p>

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Tarjeta de presentación

Figura 22 Tarjeta de presentación

COMPLEJO TURÍSTICO



Ardeko
Cuando el verano no acaba
Av. 12 de Octubre y Cuenca
Cel.: 0981639807
Simón Bolívar - Ecuador



COMPLEJO TURÍSTICO
"ARDEKO"

Para su disposición:
Canchas sintéticas
Piscinas para niños y adultos
Cancha de básquet, de Indor y de tenis.

Dirección: Av. 12 de Octubre y Cuenca
Cel.: 0981639807
Correo: ardeko@live.com
Simón Bolívar - Guayas - Ecuador

Ronald León Gordon
Propietario

COMPLEJO TURÍSTICO



Ardeko
Cuando el verano no acaba
Av. 12 de Octubre y Cuenca
Cel.: 0981639807
Simón Bolívar - Ecuador



COMPLEJO TURÍSTICO
"ARDEKO"

Para su disposición:
Canchas sintéticas
Piscinas para niños y adultos
Cancha de básquet, de Indor y de tenis.

Dirección: Av. 12 de Octubre y Cuenca
Cel.: 0981639807
Correo: ardeko@live.com
Simón Bolívar - Guayas - Ecuador

Suelen Solís Gómez
Gerente

Realizado Autores: RONALD LEON Y SUELEN SOLIS

Recursos Humanos Necesarios

GERENTE GENERAL.- Se contará con un Gerente General quien estará encargado de coordinar y organizar las actividades a desarrollarse dentro del establecimiento.

DIRECTOR ADMINISTRATIVO.- Se contará con director administrativo que se encargara de los negocios y promociones

Servicios Varios.- Se contratará dos personas que estarán a cargo de la caja, atención del bar, limpieza del establecimiento y mantenimiento de las canchas y mantenimiento de piscinas.

Entrada al complejo

Alquiler de Cancha sintética

Adicionalmente contará con áreas como la del bar que estará equipada con cabañas, sillas y mesas donde los clientes podrán permanecer.

POLITICAS DEL COMPLEJO TURISTICO “ARDEKO”

Estos reglamentos u ordenanzas son a fines que funcione mejor el negocio.

- Ofrecer seguridad y cuidado al ofrecer el producto o servicio
- Control de calidad en la producción
- Buena comunicación entre trabajadores

Actividades

Maquinarias Y Equipos

Para los trabajos de preparación del terreno se utilizarán las siguientes maquinarias y equipos:

Moto Niveladora (remover el terreno y nivelar)

Rodillo (compactación)

Requerimientos técnicos para la instalación

Compactación y nivelación

Canales de drenaje

Instalación de césped

Tendido de los rollos

Unión de rollos

Colocación de líneas y arcos

Riego de la arena y el caucho, cepillado y fibrilación

ESTRATEGIAS QUE VAN A REALIZAR

Eventos Deportivos

Se realizaran mañanas deportivas en fechas especiales como:

En la inauguración del complejo se realizará un campeonato relámpago, que consistirá en la participación de 12 equipos de diferentes sectores de la ciudad y cantones aledaños. Donde el campeón se adjudicará una copa y un incentivo económico y un premio consuelo para el subcampeón, entrada al complejo con un descuento del 50%



En las festividades de cantonización se realizarán varios eventos, campeonatos de varias disciplinas deportivas, presentación de artistas.

El nombre y la marca representan un elemento importante para poder identificarla y posicionarla dentro del mercado. El nombre comercial es: COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO". La intención de poner este nombre es de llamar la atención del cliente, original, fácil de recordar.

Con el slogan "**DONDE EL ESTRÉS NO EXISTE**"

BARRERAS DE ENTRADA

Barreras de Entrada	Bajo	Medio	Alto
Producto de servicios diferentes		X	
Altos Costos	X		
Amenazas de nuevos participantes			X
Prestigio de la competencia	X		
	2	1	1
Amenazas nuevos participantes	50%	25%	25%

Cuadro 28 Barreras de Entrada Realizado por Ronald León y Suelen Solís

SERVICIOS SUSTITUTOS

Cuadro 29 Servicios Sustitutos

Servicios Sustitutos	Bajo	Medio	Alto
Precios Accesibles		X	
Propensión a cambiar	X		
Empresas grandes		X	
Empresas que preste servicios que se ofrecería	X		
	2	2	0
Amenazas Sustitutas	50%	50%	0%

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

DETERMINANTE DE LA RIVALIDAD

Cuadro 30 Determinante de la Rivalidad

Determinante de la Rivalidad	Bajo	Medio	Alto
Competidores que brinden el mismo servicio		X	
Estrategia comercial		X	
Crecimiento de mercado			X
Calidad y precios		X	
	0	3	1
Amenazas Sustitutas	0%	75%	25%

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

PODER DE COMPRADORES

Cuadro 31 Poder de compradores

Poder de los compradores	Bajo	Medio	Alto
Inclinación por productos servicios iguales	X		
Imagen corporativa		X	
Estrategia promocional			X
Mercado amplio			X
	1	1	2
Poder del consumidor	25%	25%	50%

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

SECTOR COMERCIAL

Cuadro 32 Sector Comercial

Magnitud de la empresa	Resumen del alto nivel comercial					
	ACTUAL			FUTURO		
	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Barreras de entrada	2	1	1	X		
Producto sustitutivo	2	1	0			X
Determinante de la rivalidad	0	3	1			X
Poder de compradores	1	1	2			X
Negocio con los proveedores	3	1	0		X	
Evaluación general	8	7	4			

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

5.7.7 Recursos, Análisis Financiero

Inversión Inicial

Aquí se detalla a continuación la inversión que va a necesitar la empresa para entrar en funcionamiento, se detalla todos los activos fijos requeridos, que dará lugar a la inversión inicial del proyecto la cual queda valorada en \$ **98.099,15** podemos observar el detalle de todos los activos fijos en el siguiente cuadro a continuación.

Inversión

Cuadro 33 Inversión

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
1	Escritorio medianos	150,00	150,00
1	Archivador	60,00	60,00
2	Sillas de escritorio	45,00	90,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		300,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
2	Caja Registradora	310,00	620,00
1	Telefono Panasonic	80,00	80,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		700,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
2	COMPUTADORAS	500,00	1.000,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.000,00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>		
1	Televisor	900,00	900,00
2	Extintores	25,50	51,00
1	DJ	1.200,00	1.200,00
2	Frigorifico	900,00	1.800,00
8	Lampara de 450w	100,00	800,00
4	Balones	10,00	40,00
5	Mallas metalicas 2 x 25m lineal	82,00	410,00
2	Microfono LG	20,00	40,00
4	Arcos metalicos	100,00	400,00
50	sillas plasticas	8,00	400,00
10	Mesas plasticas	24,00	240,00
120	Paca de Red metro lineal	5,00	600,00
8	Duchas	10,00	80,00
8	Inodoros y Lavados	65,00	520,00
25	Foco	1,75	43,75
	TOTAL DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS		7.524,75
	<u>EDIFICIOS</u>		
1	construccion de bar	4.500,00	4.500,00
2	construccion de cancha de cesped sintetico	10.987,20	21.974,40
1	construccion de camerinos	2.500,00	2.500,00
1	construccion de piscina grande	12.300,00	12.300,00
1	construccion de piscina grande	12.300,00	12.300,00
1	terreno	20.000,00	20.000,00
1	cerramiento establecimiento	10.000,00	10.000,00
1	cancha de cemento	3.000,00	3.000,00
1	areas verdes	2.000,00	2.000,00
	TOTAL EDIFICIO		88.574,40
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			98.099,15

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Depreciación de Activos

A continuación se muestra el cuadro de depreciación, con su respectivo valor y cantidad, así como su depreciación anual con línea recta y valor de desecho.

Cuadro 34 Depreciación de Activos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	300,00	10%	2,50	30,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.000,00	33%	27,50	330,00
EDIFICIO	88.574,40	5%	369,06	4.428,72
EQUIPO DE OFICINA	700,00	10%	5,83	70,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	7.524,75	10%	62,71	752,48
TOTAL	98.099,15		467,60	5.611,20

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Financiamiento del Proyecto

Cuadro 35 Financiamiento del Proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		102.599,15
Financiado	67,97%	70.024,75
Aporte Propio	32,03%	33.000,00
		103.024,75
TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11,80%	0,12
		0,12
PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	70.024,75	8.262,92

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuadro 36 Tabla de Amortización

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
-				70.024,75
1	8.262,92	8.262,92	-	70.024,75
2	8.262,92	8.262,92	-	70.024,75
3	29.054,59	8.262,92	20.791,67	49.233,08
4	29.054,59	5.809,50	23.245,08	25.988,00
5	29.054,59	3.066,58	25.988,00	-
	103.689,60	33.664,85	70.024,75	

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Costo de Venta

Cuadro.37 Costo de Venta

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"						
COSTOS						
COSTOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	TOTAL
MANTENIMIENTO PISCINAS	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	6.630,76
MANTENIMIENTO CANCHA	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	3.978,45
COSTO DE CERVEZA	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29	18.378,45	83.547,54
BEBIDAS HIDRATANTES	3.240,00	3.402,00	3.572,10	3.750,71	3.938,24	17.903,05
COLAS AGUAS JUGOS	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	20.886,89
SNACK	2.592,00	2.721,60	2.857,68	3.000,56	3.150,59	14.322,44
TOTAL	20.280,00	21.294,00	22.358,70	23.476,64	24.650,47	112.059,80

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Flujo de Caja

Cuadro 38 Flujo de Caja

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	132.480,00	139.104,00	146.059,20	153.362,16	161.030,27	732.035,63
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		132.480,00	139.104,00	146.059,20	153.362,16	161.030,27	732.035,63
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	102.599,15	-	-	-	-	-	-
COSTO DE VENTA		26.652,00	27.984,60	29.383,83	30.853,02	32.395,67	147.269,12
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	70.137,68	70.137,68	77.326,79	70.138,68	70.138,68	357.879,51
PUBLICIDAD	-	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	6.630,76
GASTOS GENERALES	-	1.485,00	1.559,25	1.637,21	1.719,07	1.805,03	8.205,56
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	2.719,68	3.117,22	3.377,14	4.018,06	13.232,10
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	3.698,77	4.239,42	4.592,91	5.464,57	17.995,66
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	102.599,15	99.474,68	107.359,98	117.027,48	112.069,97	115.280,61	551.212,72
FLUJO OPERATIVO	-102.599,15	33.005,32	31.744,02	29.031,72	41.292,19	45.749,65	180.822,91

INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	70.024,75		-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	70.024,75	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	-	-	20.791,67	23.245,08	25.988,00	70.024,75
PAGO DE INTERESES	-	8.262,92	8.262,92	8.262,92	5.809,50	3.066,58	33.664,85
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	8.262,92	8.262,92	29.054,59	29.054,59	29.054,59	103.689,60
FLUJO NETO NO OPERATIVO	70.024,75	-8.262,92	-8.262,92	-29.054,59	-29.054,59	-29.054,59	-103.689,60
FLUJO DE CAJA LIBRE / ACCIONISTA							
FLUJO NETO	-32.574,40	24.742,40	23.481,10	-22,86	12.237,60	16.695,07	77.133,31

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Como se puede observar hay un flujo neto considerable, es muy bueno porque el efectivo es la sangre que circula por el negocio y hace más rápido su progreso

Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro 39 Estado de Pérdidas y ganancias

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"								
ESTADO DE RESULTADOS								
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	analisis vertical AÑO 1	
(-)	VENTAS	132.480,00	139.104,00	146.059,20	153.362,16	161.030,27	732.035,63	100%
	COSTO DE VENTAS	26.652,00	27.984,60	29.383,83	30.853,02	32.395,67	147.269,12	20,12%
	MANTENIMIENTO PISCINA	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	6.630,76	0,91%
	MANTENIMIENTO CANCHA	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	3.978,45	0,54%
	COSTO DE CERVEZA	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29	18.378,45	83.547,54	11,41%
	BEBIDAS HIDRATANTES	3.240,00	3.402,00	3.572,10	3.750,71	3.938,24	17.903,05	2,45%
	COLAS AGUAS JUGOS	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	20.886,89	2,85%
	SNACK	2.592,00	2.721,60	2.857,68	3.000,56	3.150,59	14.322,44	1,96%
	UTILIDAD BRUTA	105.828,00	111.119,40	116.675,37	122.509,14	128.634,60	584.766,50	79,88%
	GASTOS OPERACIONALES							
	ADMINISTRATIVOS	70.137,68	73.644,56	77.326,79	81.193,13	85.252,79	387.554,96	52,94%
	GASTOS SERVICIOS BASICOS	1.485,00	1.559,25	1.637,21	1.719,07	1.805,03	8.205,56	1,12%
	DEPRECIACION	5.611,20	5.611,20	5.611,20	5.611,20	5.611,20	28.055,98	4,24%
	GASTOS DE PUBLICIDAD	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	6.630,76	0,91%
	TOTAL GASTOS OPERACION	78.433,88	82.075,01	85.898,20	89.912,55	94.127,62	430.447,25	59,20%
	UTILIDAD OPERACIONAL	27.394,13	29.044,39	30.777,17	32.596,59	34.506,98	154.319,25	20,68%
(-)	GASTOS FINANCIEROS	8.262,92	8.262,92	8.262,92	5.809,50	3.066,58	33.664,85	6,24%
(-)	GASTOS DE CONSTITUCION	1.000,00	-	-	-	-	-	0,75%
	UTILIDAD ANTES PART. IMP	18.131,20	20.781,47	22.514,25	26.787,08	31.440,39	119.654,40	13,69%
	PARTICIPACION EMPLEADOS	2.719,68	3.117,22	3.377,14	4.018,06	4.716,06	17.948,16	2,05%
	UTILIDAD ANTES DE IMPTO	15.411,52	17.664,25	19.137,11	22.769,02	26.724,33	101.706,24	11,63%
	IMPUESTO RENTA	3.698,77	4.239,42	4.592,91	5.464,57	6.413,84	24.409,50	2,79%
	UTILIDAD DEL EJERCICIO	11.712,76	13.424,83	14.544,21	17.304,46	20.310,49	95.244,90	8,84%
	RESERVA LEGAL	-	1.342,48	1.454,42	1.730,45	2.031,05	9.524,49	0,00%
	UTILIDAD NETA	11.712,76	12.082,35	13.089,78	15.574,01	18.279,44	85.720,41	8,84%

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

El complejo cuenta con varios ingresos, alquiler de canchas sintéticas, entrada al complejo, ventas de diversos productos, menos sus respectivos costos obtenemos una utilidad bruta de \$105828, los gastos administrativos pertenecen a los empleados más sus beneficios de ley.

Balance General

Cuadro 40 Balance General

COMPLEJO TURISTICO ARDEKO"						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	28.242,40	48.216,62	48.193,76	49.376,91	50.957,87	20,63%
INVENTARIOS	16.200,00	16.443,00	16.689,65	16.939,99	17.194,09	11,83%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	44.442,40	64.659,62	64.883,40	66.316,90	68.151,96	32,46%
ACTIVOS FIJOS	98.099,15	98.099,15	98.099,15	98.099,15	98.099,15	71,64%
DEPRECIAC. ACUMULADA	5.611,20	11.222,39	16.833,59	22.444,78	28.055,98	4,10%
TOTAL DE ACTIVO FIJO	92.487,96	86.876,76	81.265,57	75.654,37	70.043,18	67,54%
TOTAL DE ACTIVOS	136.930,35	151.536,38	146.148,97	141.971,27	138.195,13	100%
PASIVO						
CORRIENTE						
CUENTAS POR PAGAR	16.200,00	16.443,00	16.689,65	16.939,99	17.194,09	11,83%
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	2.719,68	3.117,22	3.377,14	4.018,06	4.716,06	2%
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	3.698,77	4.239,42	4.592,91	5.464,57	6.413,84	3%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	22.618,45	23.799,64	24.659,69	26.422,62	28.323,99	17%
PASIVOS A LARGO PLAZO						
PRESTAMO BANCARIO	70.024,75	70.024,75	49.233,08	25.988,00	-	51%
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	70.024,75	70.024,75	49.233,08	25.988,00	-	51%
TOTAL PASIVO	92.643,20	93.824,39	73.892,77	52.410,62	28.323,99	68%
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	24%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	11.712,76	13.424,83	14.544,21	17.304,46	20.310,49	9%
UTILIDADES RETENIDAS	-	11.712,76	25.137,59	39.681,79	56.986,25	0%
RESERVA LEGAL	-	1.342,48	1.454,42	1.730,45	2.031,05	0%
TOTAL PATRIMONIO	44.712,76	58.137,59	72.681,79	89.986,25	110.296,74	33%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	137.355,95	151.961,98	146.574,57	142.396,87	138.620,73	100%

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Van y Tir

Cuadro 41 Van y Tir

CALCULO DE LA TIR PARA EL NEGOCIO (FCO)		VALOR ACTUAL	VALOR ACTUAL ACUMULADO
Año 0	-102.599,15		
Año 1	33.005,32	\$ 25.388,71	\$ 25.388,71
Año 2	31.744,02	\$ 18.783,45	\$ 44.172,15
Año 3	29.031,72	\$ 13.214,26	\$ 57.386,41
Año 4	41.292,19	\$ 14.457,54	\$ 71.843,96
Año 5	45.749,65	\$ 8.506,44	\$ 80.350,39

TIR	20,85%
VAN	\$ 25.041,75
Tdcto	12%

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Análisis de Rentabilidad

La evaluación financiera que se obtuvo de los flujos de efectivo proyectados hasta los 5 años se estableció un Valor Actual Neto (VAN) de 25.041.75es positiva y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 20,85% esta tasa se encuentra sobre la tasa de descuento que es del 12% con este análisis podemos conocer si este proyecto es viable como en este caso

Razones Financieras

Cuadro 42 Razones Financieras

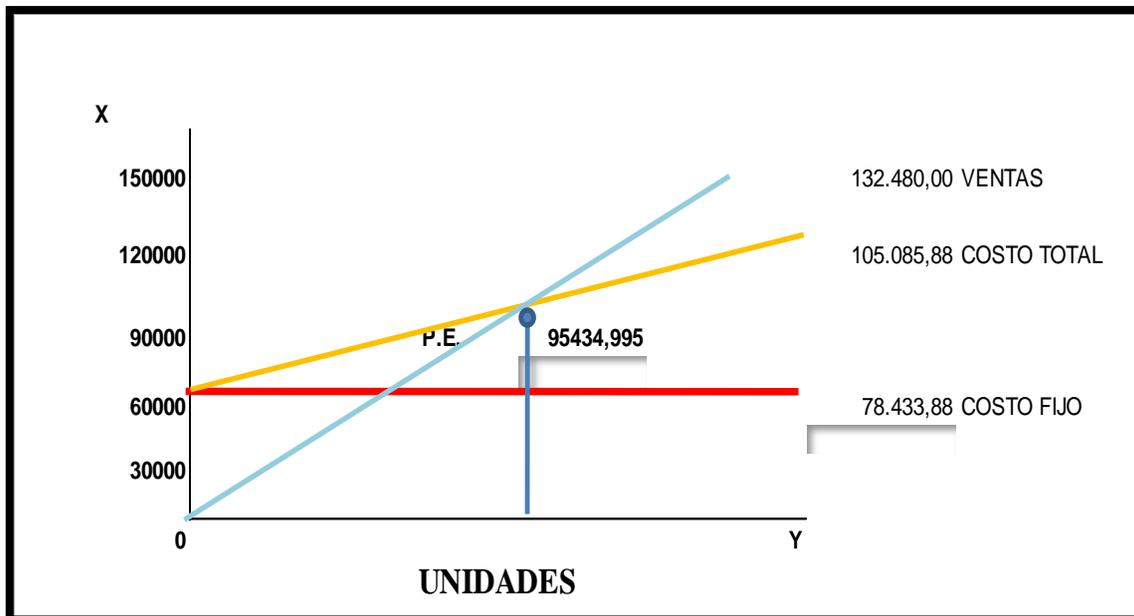
RAZONES FINANCIERAS					
RAZONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ	1,96	2,72	2,63	2,51	2,41
RAZON DE EFECTIVO	1,25	0,00	1,95	1,87	1,80
MARGEN NETO	0,09	0,09	0,09	0,10	0,11
ROA	0,09	0,08	0,09	0,11	0,13
ROE	0,26	0,21	0,18	0,17	0,17
ROTACION DE INV	1,65	1,70	1,76	1,82	1,88
ROTACION DE ACT	1,03	0,92	1,00	1,08	1,17
RAZON DE DEUDA	0,67	0,62	0,50	0,37	0,20
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	3,06	2,61	2,01	1,58	1,25

Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Punto de equilibrio

Cuadro 43 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Y	
DATOS	
ventas	132.480,00
costo fijos	78.433,88
Costos de venta	26.652,00
$PE = \frac{CF}{1 - CV/v} = \frac{78433,88}{0,82186} = 95434,99525$	
PE=	95434,9952510525



Realizado por Ronald León y Suelen Solís

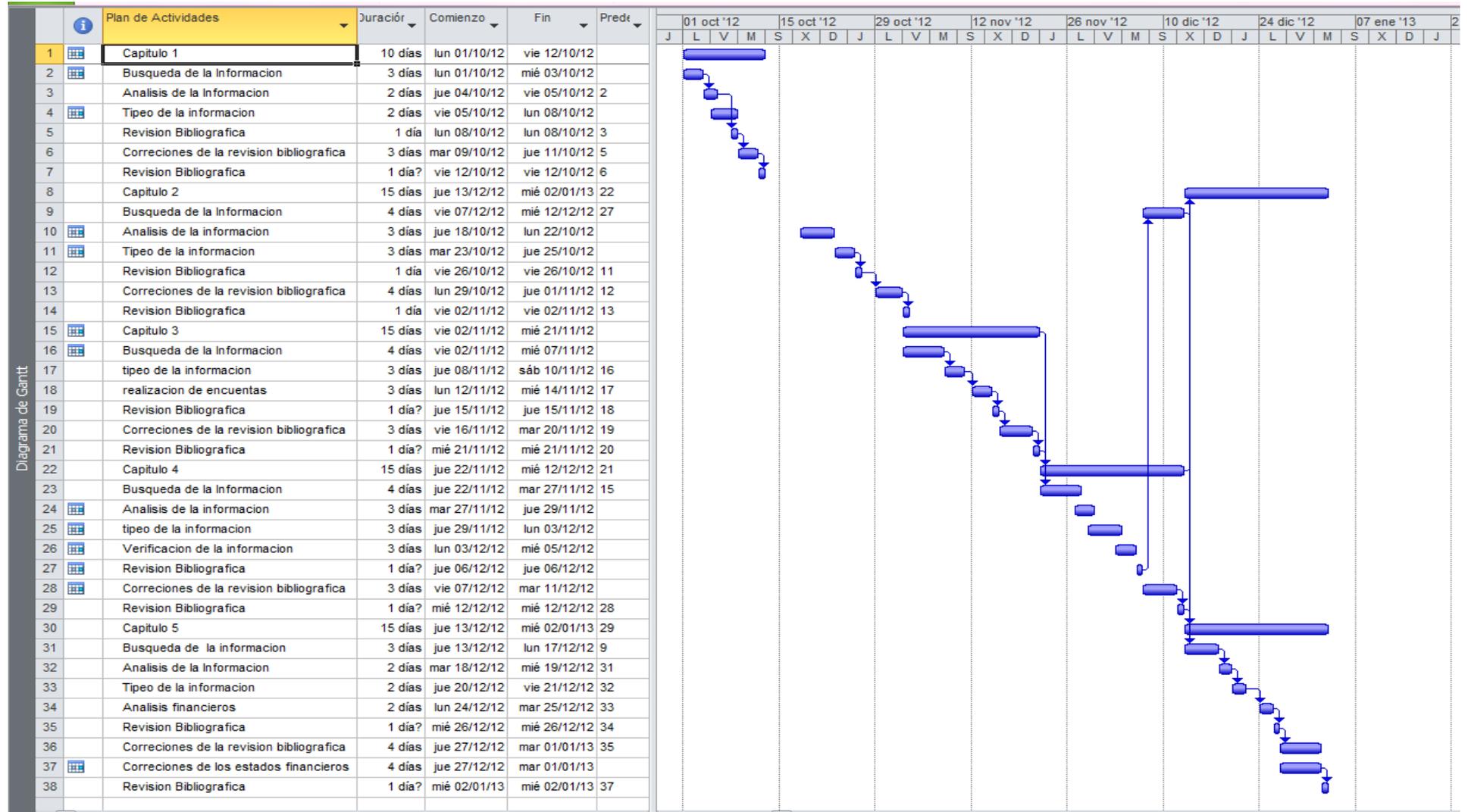
5.7.8 Impacto

Con la ejecución de este proyecto se beneficiara la ciudadanía en general, ya que será un sitio que podrá ser visitado por niños jóvenes y adultos donde podrán pasar un momento agradable. Se recuperará el interés de los que gustan de la práctica de diversos deportes, lo cual les ayudara a mejorar sus habilidades y a llevar un estilo de vida saludable. Esto conllevara a comprometer a las autoridades a fomentar el turismo y brindar un mayor apoyo para mejorar la infraestructura deportiva.

En cuanto a lo económico será muy beneficioso ya que al no existir un sitio de iguales características, y por los resultados obtenidos en la investigación de seguro tendrá una excelente acogida por parte de la ciudadanía del Cantón Simón Bolívar sino también de cantones aledaños. Lo cual generara una estimulación en el comercio local.

5.7.9 Cronograma de Actividades

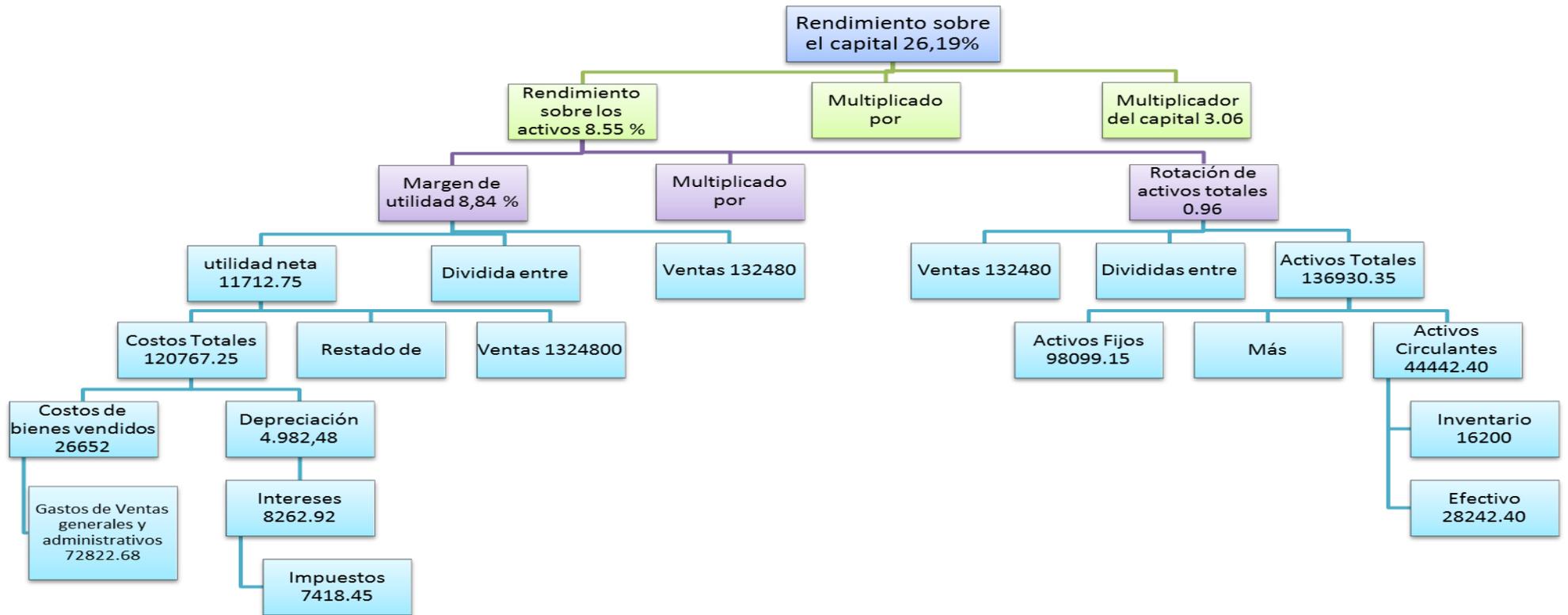
Cuadro 44 Cronograma de Actividades



Realizado por Ronald León y Suelen Solís

Diagrama Du-Pont

Cuadro 45 Du-Pont



Realizado por Ronald León y Suelen Solís

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El estudio que se realizó para poder sacar varias conclusiones una de ellas es que el Cantón Simón Bolívar no cuenta con un lugar adecuado de recreación y por este motivo las personas deben movilizarse a otras ciudades para poder contratar este tipo de servicio

Con la propuesta de implementar un complejo turístico deportivo la ciudadanía del Cantón se sentirá gustosa ya que este complejo atraerá turistas nacionales como extranjeros y así subirá la economía del Cantón Simón Bolívar

La prioridad de este negocio será la de entregar un excelente servicio con calidad que permita tener la aceptación del mercado local, se cuenta con una gran ventaja como es que no se tiene una competencia directa, porque la competencia que existe es de poco riesgo al no cumplir con lo que sus clientes requieren.

El cobro por el ingreso al complejo es de cómodo agrado ya que se fijó el precio de 3 dólares por aceptación de los clientes mediante las encuestas realizadas, y los precios de las canchas sintéticas son mucho más bajos que las que brindan en ciudades vecinas.

Como nos damos cuenta los intereses y las cuotas según la tabla de amortización del financiamiento son aceptables y se los puede pagar con facilidad.

RECOMENDACIONES

Brindar a sus clientes un servicio de calidad debe de tener como prioridad, sus valores y manejarse de acuerdo a las políticas de la empresa y así seguro tendrá una gran acogida en el mercado.

Llegar a toda la ciudadanía interna como externa, mediante una buena publicidad, ofreciendo la gama de servicios que tiene el complejo.

Realizar un estudio de varias empresas similares, para compararlas y ofrecer algo diferente, como puede ser el alquiler del local diversos eventos, realizar campeonatos de futbol sala la cual lograra atraer muchas personas

Contar con un personal adecuado con la finalidad de tener un servicio personalizado y que atraiga a un mayor número de clientes a la organizadora de eventos.

Tener variedad en los eventos con muchas alternativas que permita a las personas que van a contratar este servicio poder elegir con comodidad y agrado.

BIBLIOGRAFIAS Y LINGÜOGRAFIAS

- FERNANDEZ, José, curso de financiación del sector turístico, edición año 2009
- Ministerio de Turismo Ecuador, Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”.
- <http://www.turismo.gob.ec/>
- PEREZ, Eduardo, gestión y dirección de empresas turísticas, año 2008, objetivo de la satisfacción turística.
- REYES AVILA, Turismo Sostenible, colección problemas internacionales nº 28, editorial IEPALA, año 2007
- ANTON, Salvador y GONZALEZ, Francesc, La construcción social del espacio turístico, primera edición del año 2007, editorial UOC.
- ARCARONS, Ramón, Gestión pública del turismo, primera edición 2010, editorial UOC.

ANEXO 1

ENCUESTAS

Determinar la factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Cantón Simón Bolívar, utilizando la aplicación de herramienta investigativas que proporcione información veraz con el fin de obtener rentabilidad y beneficio para el inversionista.

1. ¿Está usted conforme con las áreas de recreación existentes en el Cantón Simón Bolívar?

Muy conforme

Poco conforme

Nada conforme

2. ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por ingresar al complejo turístico?

\$ 3.00

\$ 5.00

\$ 7.00

3. ¿A la hora de visitar un complejo turístico que factor considera usted más importante?

Precio

Ubicación

Buen Servicio

4. ¿Cómo califica usted la gestión del gobierno en cuanto a la fomentación del turismo en el Cantón Simón Bolívar?

Muy Buena

Buena

Regular

5. ¿Le gustaría participar en mañanas deportivas realizando diversos deportes?

Mucho

Poco

Nada

6. ¿Considera usted que la práctica del deporte ayuda a mejorar su estado físico?

Muy de acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

7. ¿Considera usted que la falta de modernización en un complejo turístico afecta al desarrollo del Cantón Simón Bolívar?

Mucho

Poco

Nada

8. ¿Considera usted que la ciudadanía tiene interés en la creación de un complejo turístico moderno?

Muy de acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

9. ¿Qué precio podría pagar la ciudadanía por practicar fútbol sala en un centro turístico con canchas sintéticas?

\$ 8:00 la hora

\$15.00 la hora

\$12.00 la hora

10. ¿Cree usted que con la implementación de piscinas reglamentaria se practicará el deporte de la natación?

Mucho

Poco

Nada

ANEXO 2

Proformas



Cdla. Santa Cecilia Ave. Principal Mz 31 S 5 (Ingresando por el Súper

Éxito del Km5.5 Vía-Daufe)

PBX. 042853424-2854916-2855644

Movi: 098283368 Claro: 069367774

ventas@equiservisa.com

www.equiservisa.com

Guayaquil, marzo del 2013

Atención.-

Me permito a continuación presentarle a nuestra compañía:

EQUISERVISA S.A., somos proveedor nacional de equipos topográficos, maquinaria de construcción, aluminio & vidrio, césped artificial y desarrollo de proyectos en el área de la construcción, dispuesto a diversificar nuestros productos constantemente

Contamos con maquinaria, herramientas y personal calificado para la correcta instalación de césped sintético, así como también para optimizar el área en donde se realice la instalación.

Certificamos que somos importadores directos de la línea de césped sintético, que son comercializados al igual que la fabricación mundial de calidad, que trabaja con exigencias del mercado USA (Estados Unidos), lo que nos permite tener bodegas con stock.

Garantizamos atender sus requerimientos con el deber de brindarle una asesoría personalizada para su total satisfacción, cuidando su inversión.

Sin otro particular, y agradeciendo la oportunidad otorgada,

Atentamente,

Wendy Asanza
Equiservisa S.A.





Cdla. Santa Cecilia Ave. Principal Mz 31 S 5 (Ingresando por el Súper

Éxito del Km5.5 Vía Daule)

PBX. 042853424-2854916-2855644

Movi: 098283368 Claro: 069367774

ventas@equiservisa.com

www.equiservisa.com

**CESPED ARTIFICIAL SUPERIOR
MONOFILAMENTO
8 AÑOS
CANCHAS DE FUTBOL**

Imagen	Descripción	Características
<p>Visita Scribble</p> 	<p>LIBEROL -CANCHA DE FUTBOL Césped de primera y excelente calidad MONOFILAMENTO, (NO SOLO FIBRILADO) con 10 de Años de Garantía. Instalación con costura, no solamente pegado, lo que garantiza mas duración de la cancha. Líneas de demarcación en césped blanco (NO COLORANTE BLANCO), yute de respaldo, aparte de costura posterior, para mayor adherencia.</p>	<p>Ideal para campos de futbol y campos de uso general. * Confort * Durabilidad Apariencia Natural Rebote</p>
<p>Visita Lineal</p> 		

PROFORMA

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
450 MTS 15 x 30	CESPED ARTIFICIAL MONOFILAMENTO DE PRIMERA CALIDAD	\$ 21,80	\$ 9.810,00
	SUB TOTAL		\$ 9.810,00
	12% DEL IVA		\$ 1.177,20
	VALOR FINAL		\$ 10.987,20

ENTREGA: INMEDIATA

GARANTIA: 8 AÑOS

INCLUYE: INSTALACION CESPED, LINEAS BLANCAS, CAUCHO GRANULADO, ARENA

PAGO: CREDITO DIRECTO

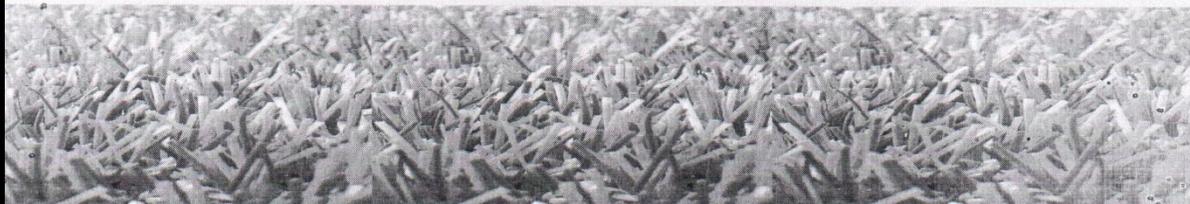
OBSERVACION: ASESORAMOS Y VISITAMOS SIN NINGUN COSTO Y COMPROMISO

Atentamente

Wendy Asanza

EQUISERVISA S.A.

0985037709





Guayaquil, Abril de 2013

Señor
Ronald León
Ciudad

De mis consideraciones:

De acuerdo a su solicitud, nos es grato poner a su consideración el siguiente presupuesto para la construcción de una piscina de Hormigón y cerámica, en Simón Bolívar.

Medidas: 12.00 x 8.00 Mts.

Profundidad: 1.20 Mts la parte menos profunda y 1.50 la parte más profunda.

Piscina de Cerámica y Hormigón

Modelo: A elegir

Valor de la piscina: US \$ 27.300,00

INCLUYE:

- 1 Bomba de 4 HP. Con trampa de pelo Importado
- 1 Filtro de arena de 29 Importado
- 1 Skimmer
- 1 Retorno
- 1 Drenaje de Fondo
- Equipo de limpieza y mantenimiento : Cepillo aspiradora, recogedor de hojas, mango telescópico, test kit para medir el PH, manguera
- Excavación y desalojo
- Estructura de piscinas y caminera de cemento
- Estructura de gradas dentro de la piscina
- Caseta para equipos sin puerta de 1.20 x 1.20 x 1.20 Mts.
- Caminera de Granito lavado de hasta 0.50 mts
- Materiales de mano de obra
- Desagüe(rejilla, tubería, codos de PVC, pegamento)

NO INCLUYE:

- IVA
- Agua para la construcción y llenado de la piscina
- Punto eléctrico desde el medidor hasta los equipos
- Sistema de Brakers Toma de corriente para conexión de equipos
- Movimiento de caja recolectora de agua servida
- Energía eléctrica de 110 uv para la construcción y funcionamiento de la piscina

Forma de pago: 50% Cuota inicial, 20% contra fundición de la obra y 20% entrega formal de la obra.

Tiempo de entrega: 60 días laborables

Garantía:

1 año en equipos

Saludos cordiales.
Gianella Valle
082983080

ANEXO 3

Visitas a Complejo Turísticos







ANEXO 4

Tabla de Costos Mensuales

TABLA DE COSTOS MENSUALES												
COSTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MANTENIMIENTO PISCINAS	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
MANTENIMIENTO CANCHA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
COSTO DE CERVEZA	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00
BEBIDAS HIDRATANTES	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
COLAS AGUAS JUGOS	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
SNACK	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00
TOTAL COSTOS	2.221,00											

ANEXO 5

Tabla de Costos Unitarios

TABLA DE COSTOS UNITARIOS												
	MANTENIMIENTO PISCINAS		MANTENIMIENTO CANCHA		COSTO DE CERVEZA		BEBIDAS HIDRATANTES		COLAS AGUAS JUGOS		SNACK	
	UNIDADES	C.U.	UNIDADES	C.U.	UNIDADES	C.U.	UNIDADES	C.U.	UNIDADES	C.U.	UNIDADES	C.U.
ENERO	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
FEBRERO	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
MARZO	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
ABRIL	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
MAYO	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
JUNIO	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
JULIO	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
AGOSTO	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
SEPTIEMBRE	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
OCTUBRE	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
NOVIEMBRE	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30
DICIEMBRE	1	\$ 100,00	1	\$ 60,00	60	\$ 18,00	360	\$ 0,75	900	\$ 0,35	720	\$ 0,30

ANEXO 6

Detalle de Gastos

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"																	
DETALLE DE GASTOS																	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 GERENTE	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
1 DIRECTOR ADMINISTRATIVO	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1 JEFE DE COCINA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
1 CONTADOR	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
1 LIMPIEZA	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
1 BODEGUERO	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
1 GUARDIA	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
1 ASISTENTE DE COCINA	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
1 CAJERO 1	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
1 CAJERO 2	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
1 BAR MAN	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
APORTE PATRONAL	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	526,64	6.319,68	6.635,66	6.967,45	7.315,82	7.681,61
DECIMO CUARTO				3.498,00									3.498,00	3.672,90	3.856,55	4.049,37	4.251,84
DECIMO TERCERO												4.640,00	4.640,00	4.872,00	5.115,60	5.371,38	5.639,95
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	5.166,64	5.166,64	5.166,64	8.664,64	5.166,64	9.806,64	70.137,68	73.644,56	77.326,79	81.193,13	85.252,79						
GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	10,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	285,00	299,25	314,21	329,92	346,42
ENERGIA ELECTRICA	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	900,00	945,00	992,25	1.041,86	1.093,96
TELEFONO	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00
DEPRECIACION DE EDIFICIO	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	316,67	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	62,71	752,48	752,48	752,48	752,48	752,48
TOTAL GASTOS GENERALES	525,21	540,21	6.467,48	6.541,73	6.619,69	6.701,55	6.787,50										
GASTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
TOTAL GASTOS DE VENTAS	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61											
TOTAL DE GASTOS INDIRECTOS	5.691,85	5.706,85	5.706,85	9.204,85	5.706,85	10.346,85	77.805,16	81.446,29	85.269,48	89.283,83	93.498,90						

ANEXO7**Presupuesto de Venta Año 1**

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$									
ENTRADAS A COMPLEJO	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	56.700,00
ALQUILER CANCHA	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	56.700,00
VENTA DE CERVEZAS	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	1.764,00	21.168,00
BEBIDAS HIDRATANTES	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	4.536,00
COLAS AGUAS JUGOS	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	472,50	5.670,00
SNACK	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00	4.536,00
TOTAL DE VENTAS	11.592,00	11.592,00	11.592,00	11.592,00	139.104,00								

ANEXO 8

Presupuesto de Venta Año 2

VARIACION DE VENTAS	5%
VARIACION DE COSTOS	5%

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
ENTRADAS A COMPLEJO	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	54.000,00
ALQUILER CANCHA	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	54.000,00
VENTA DE CERVEZAS	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	20.160,00
BEBIDAS HIDRATANTES	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	4.320,00
COLAS AGUAS JUGOS	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	5.400,00
SNACK	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	4.320,00
TOTAL DE VENTAS	11.040,00	132.480,00											

ANEXO 9**Presupuesto de Venta Año 3**

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 3													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
ENTRADAS A COMPLEJO	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	59.535,00
ALQUILER CANCHA	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	4.961,25	59.535,00
VENTA DE CERVEZAS	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	1.852,20	22.226,40
BEBIDAS HIDRATANTES	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	4.762,80
COLAS AGUAS JUGOS	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	496,13	5.953,50
SNACK	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	396,90	4.762,80
TOTAL DE VENTAS	12.171,60	12.171,60	12.171,60	12.171,60	146.059,20								

ANEXO 10**Presupuesto de Venta Año 4**

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 4													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
ENTRADAS A COMPLEJO	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	62.511,75
ALQUILER CANCHA	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	5.209,31	62.511,75
VENTA DE CERVEZAS	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	1.944,81	23.337,72
BEBIDAS HIDRATANTES	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	5.000,94
COLAS AGUAS JUGOS	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	520,93	6.251,18
SNACK	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	416,75	5.000,94
TOTAL DE VENTAS	12.780,18	12.780,18	12.780,18	12.780,18	153.362,16								

ANEXO 11**Presupuesto de Venta Año 5**

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 5													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
ENTRADAS A COMPLEJO	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	65.637,34
ALQUILER CANCHA	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	5.469,78	65.637,34
VENTA DE CERVEZAS	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	2.042,05	24.504,61
BEBIDAS HIDRATANTES	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	5.250,99
COLAS AGUAS JUGOS	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	546,98	6.563,73
SNACK	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	437,58	5.250,99
TOTAL DE VENTAS	13.419,19	13.419,19	13.419,19	13.419,19	161.030,27								

ANEXO 12

Presupuesto de Inventario año 1

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE INVENTARIO AÑO 1													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
CERVEZAS	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	12.960,00
BEBIDAS HIDRATANTES	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	3.240,00
COLAS AGUAS JUGOS	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	3.780,00
SNACK	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	2.592,00
TOTAL DE VENTAS	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	16.200,00								

ANEXO 13

Presupuesto de Inventario año 2

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE INVENTARIO AÑO 2													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
VENTA DE CERVEZAS	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	\$ 1.096,20	13.154,40
BEBIDAS HIDRATANTES	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	\$ 274,05	3.288,60
COLAS AGUAS JUGOS	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	\$ 319,73	3.836,70
SNACK	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	\$ 219,24	2.630,88
TOTAL DE VENTAS	1.370,25	1.370,25	1.370,25	1.370,25	16.443,00								

ANEXO 14

Presupuesto de Inventario año 3

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE INVENTARIO AÑO 3													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
VENTA DE CERVEZAS	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	\$ 1.112,64	13.351,72
BEBIDAS HIDRATANTES	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	\$ 278,16	3.337,93
COLAS AGUAS JUGOS	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	3.894,25
SNACK	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	\$ 222,53	2.670,34
TOTAL DE VENTAS	1.390,80	1.390,80	1.390,80	1.390,80	16.689,65								

ANEXO 15

Presupuesto de Inventario año 4

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE INVENTARIO AÑO 4													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
VENTA DE CERVEZAS	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	\$ 1.129,33	13.551,99
BEBIDAS HIDRATANTES	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	\$ 282,33	3.388,00
COLAS AGUAS JUGOS	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	\$ 329,39	3.952,66
SNACK	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	\$ 225,87	2.710,40
TOTAL DE VENTAS	1.411,67	1.411,67	1.411,67	1.411,67	16.939,99								

ANEXO 16

Presupuesto de Inventario año 5

COMPLEJO TURISTICO "ARDEKO"													
PRESUPUESTO DE INVENTARIO AÑO 5													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
VENTA DE CERVEZAS	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	\$ 1.146,27	13.755,27
BEBIDAS HIDRATANTES	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	\$ 286,57	3.438,82
COLAS AGUAS JUGOS	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	\$ 334,33	4.011,95
SNACK	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	\$ 229,25	2.751,05
TOTAL DE VENTAS	1.432,84	1.432,84	1.432,84	1.432,84	17.194,09								

ANEXO 17

Razones Financieras año 1

AÑO 1							
INDICE DE LIQUIDEZ							
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	=	44.442,40	=	1,9648741	196,49	
	PASIVO CORRIENTE		22.618,45				
RAZON DE EFECTIVO	EFFECTIVO	=	28.242,40	=	1,248644536	124,86	
	PASIVO CORRIENTE		22.618,45				
INDICES DE RENTABILIDAD							
MARGEN NETO	UTILIDAD NETA	=	11.712,76	=	0,08841152	0,09	
	VENTAS		132.480,00				
ROA	UTILIDAD NETA	=	11.712,76	=	0,085538069	0,09	
	ACTIVO TOTAL		136.930,35				
ROE	UTILIDAD NETA	=	11.712,76	=	0,261955616	0,26	
	PATRIMONIO		44.712,76				
°							
ROTACION DE ACTIVOS							
ROTACION DE INVENTARIOS	COSTO DE VENTAS	=	26.652,00	=	1,64518519	164,52	
	INVENTARIOS		16.200,00				
ROTACION DE ACTIVOS	VENTAS	=	132.480,00	=	0,96749914	96,75	
	ACTIVOS TOTALES		136.930,35				
RAZONES DE APALANCAMIENTO							
RAZON DE DEUDA TOTAL	ACTIVOS TOTALES-PATRIMONIO	=	92.217,60	=	0,6734635	67,35	
	ACTIVOS TOTALES		136.930,35				
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	ACTIVOS TOTALES	=	136.930,35	=	3,06244482	306,24	
	PATRIMONIO		44.712,76				

ANEXO 18

Razones Financieras año 2

AÑO 2							
INDICE DE LIQUIDEZ							
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	=	64.659,62	=	2,716831729	2,72	
	PASIVO CORRIENTE		23.799,64				
RAZON DE EFECTIVO	EFFECTIVO	=	48.216,62	=	2,025938942	2,03	
	PASIVO CORRIENTE		23.799,64				
INDICES DE RENTABILIDAD							
MARGEN NETO	UTILIDAD NETA	=	12.082,35	=	0,086858372	0,09	
	VENTAS		139.104,00				
ROA	UTILIDAD NETA	=	12.082,35	=	0,07973232	0,08	
	ACTIVO TOTAL		151.536,38				
ROE	UTILIDAD NETA	=	12.082,35	=	0,207823327	0,21	
	PATRIMONIO		58.137,59				

ROTACION DE ACTIVOS							
AÑO 2							
ROTACION DE INVENTARIOS	COSTO DE VENTAS	=	27.984,60	=	1,70191571	170,19	
	INVENTARIOS		16.443,00				
ROTACION DE ACTIVOS	VENTAS	=	139.104,00	=	0,9179578	91,80	
	ACTIVOS TOTALES		151.536,38				
RAZONES DE APALANCAMIENTO							
RAZON DE DEUDA TOTAL	ACTIVOS TOTALES-PATRIMONIO	=	93.398,79	=	0,61634567	61,63	
	ACTIVOS TOTALES		151.536,38				
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	ACTIVOS TOTALES	=	151.536,38	=	2,60651299	260,65	
	PATRIMONIO		58.137,59				

ANEXO 19

Razones Financieras año 3

ROTACION DE INVENTARIOS	COSTO DE VENTAS INVENTARIOS	=	<u>29.383,83</u> 16.689,65	=	1,76060246	176,06
ROTACION DE ACTIVOS	VENTAS ACTIVOS TOTALES	=	<u>146.059,20</u> 146.148,97	=	0,99938578	99,94
RAZONES DE APALANCAMIENTO						
RAZON DE DEUDA TOTAL	ACTIVOS TOTALES-PATRIMONIO ACTIVOS TOTALES	=	<u>73.467,17</u> 146.148,97	=	0,50268692	50,27
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	ACTIVOS TOTALES PATRIMONIO	=	<u>146.148,97</u> 72.681,79	=	2,01080574	201,08
AÑO 3						
INDICE DE LIQUIDEZ						
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE PASIVO CORRIENTE	=	<u>64.883,40</u> 24.659,69	=	2,631152445	2,63
RAZON DE EFECTIVO	EFFECTIVO PASIVO CORRIENTE	=	<u>48.193,76</u> 24.659,69	=	1,954353775	1,95
INDICES DE RENTABILIDAD						
MARGEN NETO	UTILIDAD NETA VENTAS	=	<u>13.089,78</u> 146.059,20	=	0,089619722	0,09
ROA	UTILIDAD NETA ACTIVO TOTAL	=	<u>13.089,78</u> 146.148,97	=	0,089564676	0,09
ROE	UTILIDAD NETA PATRIMONIO	=	<u>13.089,78</u> 72.681,79	=	0,180097164	0,18

ANEXO 20

Razones Financieras año 4

AÑO 4							
INDICE DE LIQUIDEZ							
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	=	87.181,43	=	3,030433825	303,04	
	PASIVO CORRIENTE		28.768,63				
RAZON DE EFECTIVO	EFFECTIVO	=	70.241,44	=	2,441598333	244,16	
	PASIVO CORRIENTE		28.768,63				
INDICES DE RENTABILIDAD							
MARGEN NETO	UTILIDAD NETA	=	19.427,04	=	0,12430966	12,43	
	VENTAS		156.279,38				
ROA	UTILIDAD NETA	=	19.427,04	=	0,127160032	12,72	
	ACTIVO TOTAL		152.776,28				
ROE	UTILIDAD NETA	=	19.427,04	=	0,193078052	19,31	
	PATRIMONIO		100.617,53				
ROTACION DE ACTIVOS							
ROTACION DE INVENTARIOS	COSTO DE VENTAS	=	30.853,02	=	1,82131289	182,13	
	INVENTARIOS		16.939,99				
ROTACION DE ACTIVOS	VENTAS	=	153.362,16	=	1,08023377	108,02	
	ACTIVOS TOTALES		141.971,27				
RAZONES DE APALANCAMIENTO							
RAZON DE DEUDA TOTAL	ACTIVOS TOTALES-PATRIMONIO	=	51.985,02	=	0,36616577	36,62	
	ACTIVOS TOTALES		141.971,27				
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	ACTIVOS TOTALES	=	141.971,27	=	1,57769959	157,77	
	PATRIMONIO		89.986,25				

ANEXO 21

Razones Financieras año 5

ROTACION DE ACTIVOS		AÑO 5					
ROTACION DE INVENTARIOS	COSTO DE VENTAS INVENTARIOS	=	32.395,67 17.194,09	=	1,88411678	188,41	
ROTACION DE ACTIVOS	VENTAS ACTIVOS TOTALES	=	161.030,27 138.195,13	=	1,16523834	116,52	
RAZONES DE APALANCAMIENTO							
RAZON DE DEUDA TOTAL	ACTIVOS TOTALES-PATRIMONIO ACTIVOS TOTALES	=	27.898,39 138.195,13	=	0,20187678	20,19	
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	ACTIVOS TOTALES PATRIMONIO	=	138.195,13 110.296,74	=	1,25293937	125,29	
AÑO 5							
INDICE DE LIQUIDEZ							
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE PASIVO CORRIENTE	=	68.151,96 28.323,99	=	2,406156793	2,41	
RAZON DE EFECTIVO	EFFECTIVO PASIVO CORRIENTE	=	50.957,87 28.323,99	=	1,799106366	1,80	
INDICES DE RENTABILIDAD							
MARGEN NETO	UTILIDAD NETA VENTAS	=	18.279,44 161.030,27	=	0,113515583	0,11	
ROA	UTILIDAD NETA ACTIVO TOTAL	=	18.279,44 138.195,13	=	0,13227271	0,13	
ROE	UTILIDAD NETA PATRIMONIO	=	18.279,44 110.296,74	=	0,165729686	0,17	