



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADAS EN TURISMO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN COMPLEJO TURISTICO
COMO APORTE AL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PARROQUIA
VIRGEN DE FÁTIMA DEL CANTÓN YAGUACHI**

AUTORES:

KAREM PAOLA TORRES POLONIO

ERIKA NATALIA MORA NIETO

MILAGRO, MAYO 2015

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACION DE UN COMPLEJO TURISTICO COMO APOORTE AL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PARROQUIA VIRGEN DE FATIMA DEL CANTON YAGUACHI”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: LICENCIATURA EN TURISMO

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

Presentado por la Egresada
Karem Paola Torres Polonio
Erika Natalia Mora Nieto

CI. 0925710741
CI. 0924304579

TUTOR

MASTER MAGYURI ZAMBRANO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras Karem Paola Torres Polonio y Erika Natalia Mora Nieto por medio de este documento declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia auditoria no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera

Karem Paola Torres Polonio
CI. 0925710741

Erika Natalia Mora Nieto
CI. 0924304579

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIATURA EN TURISMO otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones KAREM PAOLA TORRES POLONIO CON CI.0925710741.

MEMORIA CIENTÍFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIATURA EN TURISMO otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones a ERIKA NATALIA MORA NIETO CON CI. 0924304579.

MEMORIA CIENTÍFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Al cumplir nuestra meta es de gran satisfacción para nosotras llegar hasta aquel objetivo que era parte de nuestros ideales, obtener el Título de Licenciadas en Turismo nos impulsa con justa razón a dedicar este trabajo de manera especial a nuestros Padres que con su ayuda moral y económica nos mostraron su apoyo, cada esfuerzo salida de sus manos nos dieron los motivos más sublimes para no abandonar. A nuestros hermanos que con sus palabras de ánimo siempre nos impulsaron y a todos las familiares y amigos que creyeron en nuestras capacidad y en el valor de nuestra perseverancia...

Por ustedes y para ustedes

AGRADECIMIENTO

A Dios Todopoderoso por darnos la oportunidad de llegar a esta etapa ya que pusimos nuestra mirada en el para fortalecernos cada día, a nuestros padres porque con su comprensión y amistad se convirtieron en nuestros más grandes ejemplos a seguir.

En especial a la Directora de la carrera de Turismo Msc. Dolores Mieles que con sus grandes enseñanzas nos transmitió mejorar a nivel profesional a nuestra tutora Msc. Marjorie Zambrano por estar pendiente de nosotras en cuanto al desarrollo de nuestras tesis impartiéndonos el conocimiento necesario y oportuno.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero

Fabricio Guevara Viejó, Mgs

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 la de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACION DE UN COMPLEJO TURISTICO COMO APORTE AL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PARROQUIA VIRGEN DE FATIMA DEL CANTON YAGUACHI”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 22 Mayo del 2015

Karem Paola Torres Polonio
Cl. 0925710741

Erika Natalia Mora Nieto
Cl. 0924304579

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	
1.1.1. Problematización.....	4
1.1.2. Delimitación del Problema.....	6
1.1.3. Formulación del Problema.....	6
1.1.4. Como incide en el desarrollo turístico.....	6
1.1.5. Sistematización del Problema.....	6
1.1.6. Determinación del Tema.....	7
1.2. OBJETIVOS	
1.2.1. Objetivo General.....	7
1.2.2. Objetivos Específicos.....	7
1.2.3. Justificación.....	8

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1.	MARCO TEÓRICO.	
2.1.1.	Antecedentes Históricos.....	9
2.1.2.	Antecedentes Referenciales.....	15
2.1.3.	Fundamentación.	
2.1.3.1.	Fundamentación Científica.....	23
2.1.3.2.	Fundamentación Sociología.....	27
2.1.3.3.	Fundamentación de Turismo Empresarial.....	28
2.2.	MARCO CONCEPTUAL	29
2.3.	HIPÓTESIS Y VARIABLES	
2.3.1.	Hipótesis General	32
2.3.2.	Hipótesis Particular.....	33
2.4.3.	Declaración de Variables.....	33
2.4.3.1.	Variable Independiente.....	33
2.4.3.2.	Variable Dependiente	33
2.4.4.	Operacionalización de Variables.....	34

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.	Tipo y Diseño de Investigación.....	35
3.2.	La población y la Muestra.....	35
3.2.1.	Características de la Población.....	35
3.2.2.	Delimitación de la Población.....	36
3.2.3.	Tipo de Muestras.....	36
3.2.4.	Tamaño de la Muestra.....	36
3.2.5.	Proceso de Selección.....	37
3.3.	MÉTODOS Y TECNICAS	
3.3.1.	Métodos.....	37
3.3.2.	Técnica e Instrumento.....	38
3.4.	Procesamiento Estadístico de la Información.....	38

CAPITULO IV

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1	Análisis De La Situación Actual.....	39
4.1.2	Resultados De La Encuesta Realizada A Los Pobladores.....	49
4.2.	Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia Y Perspectivas.....	49
4.3.	Resultados.....	49
4.4.	Verificación de hipótesis	50
	Conclusiones.....	51
	Recomendaciones.....	51

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1	Tema.....	52
5.2	Fundamentación.....	52
5.3	Justificación.....	52
5.4	Objetivos.....	52
5.4.1	Objetivos específicos.....	52
5.4.1	Objetivo general de la propuesta.....	53
5.5	Ubicación.....	53
5.6	Factibilidad.....	54
5.7	Descripción de la propuesta.....	59
5.7.1	Actividades.....	63
5.7.2	Recursos análisis financiero.....	65
5.7.3	Impacto.....	76
5.7.4	Cronograma.....	76
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta.....	77
	Conclusiones.....	78
	Recomendaciones.....	79

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Operalización de variables.....	34
Cuadro 2	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	39
Cuadro 3	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	40
Cuadro 4	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	41
Cuadro 5	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	42
Cuadro 6	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	43
Cuadro 7	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	44
Cuadro 8	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	45
Cuadro 9	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	46
Cuadro 10	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	47
Cuadro 11	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	48
Cuadro 12	
Activos fijos.....	65
Cuadro 13	
Depreciación de activos fijos.....	66

Cuadro 14	
Inversión de proyecto.....	66
Cuadro 15.	
Tabla de amortización.....	67
Cuadro 16	
Detalles de gasto.....	69
Cuadro 17.	
Costo de ventas.....	70
Cuadro 18	
Presupuesto de Ingreso.....	71
Cuadro 19	
Estado de pérdida y ganancia	73
Cuadro 20	
Balance general.....	73
Cuadro 21	
Flujo de caja proyectado.....	74
Cuadro 22	
Tasa de rendimiento.....	75
Cuadro 23	
Cronograma.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICO

Grafico 1.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	39
Grafico 2.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	40
Grafico 3.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	41
Grafico 4.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	42
Grafico 5.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	43
Grafico 6.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	44
Grafico 7.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	45
Grafico 8.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	46
Grafico 9.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	47
Grafico 10.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.....	48
Grafico 11.	
Punto de Equilibrio,,...	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	
Ubicación.....	53
Figura 2.	
Organigrama.....	56
Figura 3.	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter	61

INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico del Ecuador en la actualidad se ha transformado en un reto que en un futuro no tan distante sería uno de los aporte más importantes dentro de nuestra economía, pretendiendo integrar actividades recreativas a la económicas y de la misma manera conservar valores naturales y culturales de nuestros pueblos. En los últimos años en nuestro país el desarrollo turístico ha tenido un notable crecimiento más sin embargo también ha aumentado la vulnerabilidad de nuestros recurso naturales y sitios que son visitados.

El Gobierno nacional con la mira en cumplir un plan de desarrollo turístico busca ofrecer el producto turístico a base de criterios de sustentabilidad y sostenibilidad, tratando de hacer de cada visita una actividad ambiental incentivando la responsabilidad social y participativa, impulsando de esta manera el desarrollo de comunidades locales y la satisfacción de sus visitantes.

El propósito de la presente investigación es el estudio de factibilidad de un complejo turístico como aporte al fomento del turismo en la Parroquia Virgen de Fátima del Cantón Yaguachi.

El presente estudio se basa en la política de lineamiento de la Practicas del Buen Vivir en la que nos dice que se debe fomentar y optimizar la práctica de actividades, culturales y recreativas, además de aportar al desarrollo del turismo en esta zona de la región.

El desarrollo del este ambición proyecto traerá consigo una transformación turística de la parroquia Virgen de Fátima y buscara ofrecer armonía con el entorno sin dejar de lado aspectos como el confort, la calidad, productividad, sostenibilidad, y sustentación de sus servicios, además busca involucrar directa o indirectamente la participación de toda la comunidad. Aportando experiencias positivas a visitante y anfitriones.

RESUMEN

Actualmente el turismo es una gran fuente de ingreso para la economía el Ecuador, Cantón Yaguachi encontramos la parroquia Virgen de Fátima esta nos deleita con una mezcla de colores y sabores debido a que se encuentra en una zona privilegiada donde se puede cultivar diversas frutas tropicales además de ser un punto de enlace a barrios cantones del país pero estos aspectos no son totalmente aprovechado por sus habitantes debía a que ellos se dedican a cualquier otra actividad que no es relacionada con el Turismo por ello surge la idea de hacer un estudio de factibilidad para crear un complejo turístico para promover el turismo y de esta manera tengan un crecimiento tanto social cultural y económico zona.

Es importante acotar que para poder emprender este importante proyecto se necesita de la colaboración de las instituciones públicas como el GAB Parroquial ya que de esto dependerá que el nombre de esta distinguido parroquia se dé a conocer en todos los rincones del país, dándole un realce a sus recursos turísticos.

ABSTRACT

Today, tourism is a major source of income for the economy Ecuador, Canton Yaguachi find the Virgin of Fatima parish this delights us with a mix of colors and flavors because it is located in a privileged area where we can grow tropical fruit plus be a focal point neighborhoods cantons but these aspects are not fully exploited by its inhabitants due to them in any other activity that is not related to tourism therefore arises the idea of doing a feasibility study to engage create a resort to promote tourism and thus have a much social cultural and economic growth area.

It is important to note that in order to undertake this important project requires the cooperation of public institutions such as the GAB Parish since this will depend on the name of this distinguished parish itself known in every corner of the country, giving a boost to tourism resources.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1. Problematización.

Durante toda la historia del mundo las personas han viajados y estos viajes de han dado siempre diversos motivos, mas sin embargo el turismo registra sus orígenes en el siglo XIX en el génesis de la Revolución Industrial, teniendo como motivo principal de los desplazamientos por las guerras, migraciones, comercio, o por ocio, así como salud, negocios, relaciones familiares entre otros.

Mas sin embargo con la aparición del automóvil, el avión, la navegación, en el siglo XX, descubriendo que acercaron los pueblos unos con otros; fue por tales circunstancias que crece por el interés del turismo. Pero el desarrollo de las dos guerras mundiales desarrolladas en el siglo XX, cuyo escenario principal fue el continente Europeo sumado a la crisis económica mundial, paralizaron a escala mundial el crecimiento del mismo.

En nuestro país el turismo da sus primeros pasos con la llegada del tren. Que desde 1860 a 1874 empieza el planteamiento de proyectos para construir el ferrocarril de que tendría una ruta desde Guayaquil a Quito, después de la llegada de la primera locomotora a la ciudad de Milagro.

En 1895 durante la administración presidencial de Eloy Alfaro que se iniciaron los contactos con los representantes de varias compañías americana, hasta que los técnicos norteamericanos Archer Harman y Edward Morely se mostraron interesados en construir el **“ferrocarril más difícil del mundo”** como lo denominado ellos en ese entonces, dando el inicio de su construcción en 1899.

Durante las primeras décadas de 1900, al alcanzar Guayaquil un desarrollo óptimo en todas las áreas, como lo eran las exportaciones de cacao y pasa a convertirse en el centro socioeconómico del país, además que en la península de Santa Elena

se inicia la explotación petrolera, es cuando inmediatamente surgen los primeros bancos, comercio e industrias: dando su aparición con ellos los autos y aviones.

Surgieron además los primeros hoteles como lo fueron el Hotel “Gran Victoria” ubicado en la calle Malecón y Nueve de Octubre y el Gran Hotel “París” en Elizalde y Malecón. Es por todo este proceso socioeconómico que surge la necesidad fundamental del desplazamiento de personas naciendo así el turismo como actividad en el país.

En la provincia del Guayas, El cantón Yaguachi, el cual es el segundo más antiguo de la provincia luego de Guayaquil, encontramos la parroquia Virgen de Fátima, parroquia de da inicio a la denominada “Ruta del Cacao”¹; esta parroquia nos deleita con una mezcla de colores y sabores debido a la diversas frutas tropicales que se cultivan en su territorio, además de la cordialidad de su gente, aspectos que no son totalmente aprovechados, debido a la falta de proyección turística a través de un centro de diversión natural, donde se puedan desarrollar actividades recreacionales, así como disfrutar el aire libre y de la naturaleza.

Esta parroquia necesita de áreas verdes, lugares que permitan desarrollar actividades deportivas y de recreación que mejora la calidad de vida de sus pobladores y además personas que la visitan o transitan por sus calles, debido a que la parroquia Virgen de Fátima es una punto de enlace con diversos sectores del país como Naranjal, El oro, Balao, El triunfo, La troncal, Milagro, La Base Aérea “TAURA” perteneciente a la FAE, entre otros.

El cantón Yaguachi, específicamente La Parroquia Virgen de Fátima, no cuenta con un lugar de sano esparcimiento, natural y turístico a gran escala, debido a que la gran parte de sus habitantes son relacionados con la agricultura comercio informal, además de negocios como restaurantes, mecánica, entre otros.

Por ellos se buscar contribuir con el desarrollo socioeconómico de la parroquia a través de la creación de un Complejo Turístico, donde propios y extraños tengan la

Recuperado de: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-cacao>

oportunidad de diferentes alternativas de recreación, donde se pueda aprovechar la calidad de producto como la del servicio que se merece el cliente.

La creación de este proyecto permitiría contribuir en el desarrollo turístico, económico y social de la Parroquia así como del Cantón y porque no decirlo de la provincia y el país

1.1.2. Delimitación del Problema.

Campo:	Socio- Económico
Área de Investigación:	Turístico
Línea de Investigación:	Modelos de Factibilidad.
Aspecto:	Desarrollo.
País:	Ecuador.
Región:	Costa.
Provincia:	Guayas.
Cantón:	Yaguachi.
Parroquia:	Virgen de Fátima.
Tema:	Estudio de Factibilidad de un Complejo Turístico.

1.1.3. Formulación del Problema.

1.1.4. COMO INCIDE EN EL DESARROLLO TURISTICO

¿Qué efecto tendrá en el desarrollo Turístico de la Parroquia Virgen de Fátima del Cantón Yaguachi Provincia del Guayas la creación de un complejo Turístico?

1.1.5. Sistematización del Problema.

¿De qué forma contribuirá al desarrollo turístico la aplicación un de complejo Turístico en la Parroquia Virgen de Fátima?

¿De qué forma el direccionamiento estratégico ayudará a la, económica y financiera la creación de un complejo turístico?

¿De qué manera la integración de turistas nacionales mejorara el sector económico y cultural de la parroquia Virgen de Fátima del cantón Yaguachi provincia del guayas?

1.1.6. Determinación del Tema.

Estudio de factibilidad de un complejo turístico como aporte al fomento del turismo en la parroquia Virgen de Fátima del cantón Yaguachi.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General.

Proponer la creación de un Complejo Turístico, en la parroquia Virgen de Fátima del cantón Yaguachi, Provincia del Guayas, que brinde servicios de recreación turística con una alta calidad de servicio, generando un mayor desarrollo turístico en la zona.

1.2.2. Objetivos Específicos

Aplicar un estudio de mercadeo que permita conocer los requerimientos y necesidades de la población, con respecto a la creación de un complejo turístico en la parroquia Virgen de Fátima.

Desarrollar un estudio técnico que aporte al desarrollo del proyecto de servicio de recreación turística.

Determinar el impacto ambiental causado por el manejo y desarrollo de los servicios de recreación y turismo.

1.2.3. Justificación.

El principal propósito que permite plantear la presente investigación sobre el estudio de factibilidad en el creación de un complejo turístico en la parroquia Virgen de Fátima del cantón Yaguachi provincia del Guayas, es debido a que siendo esta un punto de enlace entre varios cantones, parroquias y recintos de nuestra provincia y su población se dedica generalmente al comercio lo cual no existe la explotación del mejor recurso con el que cuenta esta zona el turismo.

La falta de atención por parte de las autoridades de turno, con respecto a la inversión en el turismo así como la gestión de inversión por parte de la empresa privada, ha provocado un retraso económico y social en la parroquia Virgen de Fátima la cual se muestra como un pueblo sin progreso desde hace mucho tiempo atrás.

La parroquia virgen de Fátima es una zona que no posee el atractivo turístico pero si posee la capacidad de explotar otros tipos de mercados como lo es el Ecoturismo, el turismo rural, turismo relax, agroturismo o turismo de lo cual podría ser posible gracias a una focalización turística.

La Parroquia Virgen de Fátima se encuentra en una zona bastante privilegiada, siendo considerada el inicio de la “Ruta del Cacao” además de ser un punto de tránsito entre los diversos sectores de la zona, por tal motivo sus habitante están presto a sumarse en actividades turísticas, muchos más si es una alternativa que genere ingresos económicos y de progreso para la parroquia; además de ser una proyecto turística agradable para propios y ajenos que deseen tener una experiencia única cerca de la ciudad.

Por tales motivos se desarrolla el estudio de factibilidad que permita la creación de un complejo turístico el mismo impulsara la explotación del recurso turístico en el sector aportado con fuentes de empleo mejorando de tal manera la condición de vida socioeconómicas de sus pobladores.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO.

2.1.1. Antecedentes Históricos.

El neolítico, considerada también la NUEVA EDAD DE PIEDRA, caracterizada por la consolidación del comercio da como inicio a los desplazamientos de personas desde uno a diversos puntos de negocios o intercambios. Estas sociedades desarrollaron una vida nómada sustentando su existencia en rebaños y de manadas de animales, domando a varios de ellos, además son considerados como los pioneros en la agricultura. Indica la historia que se asentaron de manera progresiva y tomaron a los animales como la base principal en su economía. La deficiencia de alimentos, metales, tejidos e incluso de alcohol les obligó a salir en busca de nuevos grupos con quienes intercambiar sus productos. Es por esto que surge el comercio por satisfacer necesidad, pero también se dio origen a los viajes, y aunque en estas circunstancias fue por la necesidad, se pueden considerar que fueron “viajes de negocios”. Estas técnicas transmitidas hacia el norte de África, además del sur de Asia y a por lo consiguiente a Europa, donde fueron asumidas por culturas preclásicas.

Entre 1490 y 1436 a.C. la reina regente **Hatsheput** fue quien organizó el primer crucero que se encuentra registrado en la historia, el cual tuvo su trayectoria por aguas del río Nilo. Su propósito principal era el de conseguir la paz además de visitar las tierras de Punt, ubicadas al este de África. Sin embargo un par de siglos después que llegaron los turistas llegaron a Egipto a observar las pirámides. Que en realidad venían siendo en su mayoría mercaderes de Chipre y Siria que aprovechaban el viaje, de negocios, para admirar sus enormes monumentos. De estos viajes sobre las aguas del Nilo se pueden encontrar un sinnúmero de inscripciones de varios templos.

Ante todos estos antecedentes se puede indicar que no fue sino hasta la era clásica cuando estos viajes dejaron de ser de negocios para empezar a tomar un aire de placer, es por ello se puede afirmar que los abuelos del turismo, fueron tanto griegos como romanos que gracias a que tenían quienes les quitarán el trabajo de encima, los esclavos, teniendo mucho más tiempo para poder dedicarse a, disfrutar la vida contemplativamente, a filosofar y hacer viajes de placer.

Podemos encontrar registrado en la historia que el pueblo romano fue el primero en realizar actividades que hoy en día las conocemos como turismo, como podemos entender, un viaje por placer, que incluye desplazamiento alojándose como mínimo una noche así como sin exceder un año de duración a un lugar de destino, ejecutado por supuesto en tiempos libres o de ocio. La civilización romana disponía de mucho tiempo libre ya que llegaron a tener 200 días festivos al año (en el 345 d.C.), Este tipo de turismo casi siempre era practicado por nobles. Quienes viajaban para ver los templos en el Mediterráneo, las pirámides así como los monumentos, asistir a las Olimpiadas que se desarrollaban en Grecia y los mercados de Asia Menor. En varias ocasiones contrataban guías locales o a su vez solían comprar papiros que explicaban la irregularidad del área y las posibilidades de entretenimiento. También adquirían *souvenirs (recuerdos)* además tenían tendencia a grabar sus nombres en las piedras de los monumentos a donde acudían, a manera de grafiti “a la romana”.

Ala caída del imperio romano en 476 d. C se supuso el fin de casi trece siglos de cultura, unidad y turismo europeo. La decadencia en la que el imperio se había sumido en el último siglo (s. IV d. C) terminó por dar paso a la era de los reinos Germánicos en Europa, al Imperio Bizantino en Asia Menor y al Islamismo en Arabia, el norte de África y la Península Ibérica.

Durante el siglo XII Europa experimenta un aumento demográfico, se hacen avances en la agricultura y en la técnica y las ciudades renacen de su letargo. Con el nacimiento de una pequeña burguesía, en su mayoría mercaderes y artesanos

que han sido prósperos en sus negocios, comienza la desintegración de los feudos en los núcleos grandes de población, sobreviviendo éstos en el medio rural. El comercio poco a poco empieza a resurgir con dos focos principales de encuentro: Italia que sirve de puerto entre Europa y los imperios musulmán y bizantino, y el norte de Europa, que comercia con el mercado de lanas inglés y el mercado ruso.²

Es así que durante esta época nacen las primeras ferias turísticas, las cuales se caracterizan por atraer a una cantidad considerable de gente dispuesta a conocer los productos de otras regiones. En estas ferias se movilizaban, mercaderes y nobles ansiosos de adquirir y ofrecer nuevos productos. Es así como resurge el “turismo comercial”. Los más ricos no requerían de hospedajes, por lo que ellos cargaban con sus propias tiendas de campaña, ropa, comida, sirvientes, y todo lo necesario. Mas sin embargo los burgueses se veían obligados a utilizar los sucios y descuidados hospedajes que empezaban a surgir a lo largo de las rutas comerciales por donde viajaban. Estos lugares ofrecían cama para la noche, que en su mayoría tenían que ser compartida con varios huéspedes. Además varios de estos lugares ofrecían comida y carecían de aseos públicos o privados.

Pero se puede afirmar que la verdadera revolución turística llegaría con la creación del automóvil. Es entonces en 1770 **N. J. Cugnot** quien habría inventado el primer automóvil el mismo que se movía con un motor impulsado a vapor. Por otro lado en 1886 el alemán **K. F. Benz** diseñaba el primer coche a motor impulsado por combustión. Y fue entonces cuando en 1908 el estadounidense **Henry Ford** revolucionó la transportación cuando saco al mercado su *Modelo T o Tin Lizzie*.

El auto móvil vendría que años más tarde significaría el símbolo de la libertad personal, ya que permitía a las personas el desplazamiento libre sin ataduras como el tiempo o el destino.

² Luis Fernández Fúster, Alianza Universidad Textos, “Historia general del turismo de masas” Alianza editorial,1991, Madrid

Como para concluir, en 1900 los hermanos **Wright** inventaron el primer avión. Y Aunque el primer vuelo demostrativo duro tan sólo duró unos cuantos segundos, ya para la Primera y Segunda Guerra Mundial, este artefacto estaría ya súper avanzado, por lo que se convertía en las década de los 70 en el transporte más utilizado además del mejor amigo para el turismo.³

A inicios del siglo XIX los destinos turísticos por excelencia eran los balnearios y las playas. Que eran aconsejados por los burgueses, aristócratas, y doctores, quienes emprendían viajes a balnearios como el de Spa y diversas atracciones en Bélgica o como Vichy en Francia que eran recomendados para la cura de enfermedades, ya que para la circulación de la sangre y enfermedades de la piel no existía mejor alternativa que las aguas termales o las frías playas del Norte de Europa y del Canal de la Mancha. Así también las altas montañas, especialmente en Suiza o Austria, ofrecían una buena alternativa gracias a las cualidades curativas del aire en contra de enfermedades como la tuberculosis. Como era de esperarse en estos lugares de entretenimiento y balnearios se crearon alternativas de diversión para los pacientes. Con el transcurrir de los años y la fama que habían adquiridos estos lugares dejaron de ser lugares solo para pacientes, convirtiéndose en centros de reuniones sociales y en general, turísticos.⁴

Durante los primeros años del siglo XX los destinos turísticos cambiaron hacia las cálidas aguas del Mediterráneo, ofreciendo además diversos atractivos, como lo eran las tranquilas caminatas a orillas del mar y sus apacibles temperaturas. Con el descubrimiento de los antibióticos y la penicilina ya no existía la necesidad de recurrir a balnearios o playas con el fin de curarse.

Llegando a la edad moderna al finalizar la **Segunda Guerra Mundial** en 1945 encontrándose el mundo entero en un estado penoso, a causa de la guerra hubo alrededor de 10 millones de muerto y muchos más heridos, además de pérdidas

³ Luis Fernández Fúster, Alianza Universidad Textos, "Historia general del turismo de masas" Alianza editorial,1991,Madrid

⁴ Luis Fernández Fúster, Alianza Universidad Textos, "Historia general del turismo de masas" Alianza editorial,1991,Madrid

materiales de un valor incalculables. Sin embargo en los años 50 el mundo encontrándose ya en estado de paz y tranquilidad, gracias a la pronta reacción de las potencias con la creación de la Organización de las Naciones Unidas (**ONU**) dando inicio de la colaboración mundial. Además de con la **Delegación Universal de los Derechos Humanos** todo el mundo desarrollado y se supone que también el subdesarrollado se hacían iguales.

Durante los años 50 comenzó el *boom* turístico, que se caracterizó por el turismo de las masas. Es en estos años cuando el turismo crece rápidamente a nivel mundial. Se presentan algunas de las más importantes causas:

- El orden internacional y la paz mundial quienes facilitaron la regulación de la transportación aérea.
- La creación de la Organización Mundial del Turismo (**OMT**) además de la Organización Nacional de Turismo (**ONT**).
- El surgimiento en la parte occidental del planeta de una nueva cultura del ocio lo que dio inicio a los desplazamientos.
- El resurgimiento a gran escala de la economía occidental principalmente la japonesa donde se consolida de la clase media.
- El abaratamiento de automotores da origen a la construcción de nuevas autopistas y mejoras en infraestructuras de medios de transportación pública.
- El surgimiento de los derechos de los trabajadores que dan origen a una jornada de trabajo de 40 h. y un mes de vacaciones al año lo que dan paso al turismo social y al turismo de masa.
- El desarrollo de nuevas técnicas de publicidad y marketing.

En esta época también se lleva a cabo la *estandarización* del producto turístico desarrollado por los *tour - operadores*.

Por todo esto y varias circunstancias más las migraciones turísticas tienen un desarrollo vertiginoso, es por ello que en 1988 se presenta una movilización de 392 millones de personas, que en su gran mayoría con deseos de evasión, de pasarlo y sentirse bien sin hacer nada, agrados de haber contratado un paquete turístico a un buen precio. El turismo de masa está pasando por una de sus mejores épocas donde sus requerimientos preferidos son las costas, donde el turista puede, relajarse en la arena de la playa, disfrutar por la noche de diversas actividades entretenidas del lugar. La mayor parte de estos desplazamientos son ocurridos durante tres épocas en el año: vacaciones de verano, vacaciones de Navidad y en Semana Santa.

El turismo en el Ecuador

Varios de los gobiernos nacionales se preocuparon de la actividad turística por lo cual algunos de ellos han promulgado leyes turísticas:

La primera de estas leyes fue creada durante el gobierno del Dr. Isidro Ayora en 1930 la cual daba facilidad para el ingreso de viajeros al país y facultaba a la administración pública para que se proporcionara información turística de nuestro país a través de las delegaciones diplomáticas.

La Dirección de Turismo (DITURIS) era la encargada de promocionar los recursos turísticos, en conjunto con dependencia del Ministerio de Economía durante la administración del Dr. José María Velasco Ibarra (1952-56) se efectuaron diversas campañas publicitarias nacionales e internacionales, pero por las diferentes limitaciones en recursos propios de la época se redujo la gestión de esta.

Sin embargo se revitalizó en enero de 1958, como dependencia anexada a la Presidencia de la República, la cual realiza varias actividades en las que promueve nuestro turismo, participando en conferencias internacionales de

turismo dando inicio a una nueva etapa para lo que se vincula al Ecuador con otros países de latino América a través de una suscripción de convenios Turísticos.

En la actualidad y desde hace muchos años nuestro país se ha esforzado mucho en dar prioridad al desarrollo del turismo en varias categorías como lo son (turismo ecológico, turismo científico, turismo de aventura, turismo cultural, turismo histórico, turismo gastronómico, turismo religioso, turismo extremo, entre otros) es por tales motivos que el gobierno toma en consideración este tipo de actividades dentro del presupuesto estatal y por medio del Banco Nacional de Fomento y otras instituciones financieras hacen posible el financiamiento para la creación y desarrollo de la actividad turística en todo el país.

2.1.2. Antecedentes Referenciales.

Realizando la búsqueda de tesis que puedan guiarnos en la presente investigación se ha podido encontrar muchos modelos similares de creación de complejos turísticos en diversas partes de nuestro país una de las razones principales es que en los últimos años el Ecuador ha buscado explotar al 100% su recurso turístico, mas sin embargo esto nos sirve de apoyo en el desarrollo de nuestra investigación con la cual ayudaremos a impulsar uno de los sectores aun rezagados de nuestro país.

- ✓ **Tema:** Estudio de factibilidad para la creación de un centro de recreación turística en el cantón Gualaceo
- Autoras:** Diana Carolina Lucero Córdova y Daniel Eduardo Fajardo Orellana.
- Años:** 2010

El turismo es un gran negocio, es uno de los sectores económicos más importantes del mundo y en muchas zonas, la única fuente principal de inversión y empleo. El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad.

Dentro de la gran oferta turística de nuestro país está Gualaceo que desde hace un año atrás viene trabajando en la nueva marca turística del cantón la misma que ha sido diseñada, previo a un estudio de mercado realizado a los turistas que visitan este Cantón.

Partiendo de la iniciativa por desarrollar la actividad turística en el Cantón hemos propuesto un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Recreación Turística y para poder cumplir con los objetivos planteados, se tomarán en cuenta aspectos importantes que ayuden a la decisión final del plan de negocios.

El trabajo de esta empresa turística debe ser producto del esfuerzo de un conjunto de personas que desempeñan diferentes roles y realizan distintas tareas. Este conjunto de personas participan activamente desde el principio en la formulación de la idea y en la planificación de las acciones a seguir, sintiéndose parte de una tarea común.

Iniciaremos con una estructura de fundamentos teóricos tomando como base el capítulo uno donde se confirma una teoría existente y aplicable en el ámbito de la recreación turística, en el desarrollo del segundo capítulo mediante la investigación de mercados obtuvimos una interesante información sobre la tendencia, esto nos ayudó a comprender sobre los gustos y preferencias de nuestros futuros clientes.

Para realizar el proceso de investigación se implementaron fundamentalmente: Elementos para obtener conclusiones sobre la oferta mediante la evaluación del potencial de los servicios turísticos, sistema de análisis de la demanda en función al tipo de servicio a prestarse.

Estudio de las oportunidades de mercado; principales segmentos, mix de marketing turístico: Producto, Precio, Promoción, Plaza. Consideraciones respecto a la demanda y productos actuales. Por último para el desarrollo del plan de negocios nos enfocamos inicialmente en los procesos de gestión turística basados en el modelo de SERVUCIÓN, desarrollamos los flujos y los indicadores

financieros para concluir diciendo que la propuesta de crear un Centro Recreativo en cantón Gualaceo es factible, es decir rentable y sustentable en el tiempo.

- ✓ **Tema:** Proyecto de factibilidad para la creación del centro turístico "Cabañas San Jorge" localizado en la parroquia Pastocalle del Cantón Latacunga.

Autores: Carrillo Álvaro y Viera Cajas Doris Alexandra.

Año: 2010.

El turismo es una de las industrias de mayor crecimiento en el mundo y las ofertas son infinitas, las personas tienen preferencia por el turismo de compras, cultura y biodiversidad, esta última necesidad de turismo puede ser plenamente ofertada y satisfecha en el Ecuador, ya que el país está entre los diecisiete países con mayor mega diversidad del planeta, debido a que en su territorio se encuentran gran variedad de regiones naturales como son: florestas selváticas, costas tropicales, cordilleras montañosas, confluencia de corrientes marinas frías y cálidas. La Reserva Ecológica de los Ilinizas se ubica en la vertiente occidental de la Cordillera de los Andes, en el Ecuador, es una de las áreas más jóvenes del Sistema actualmente es manejada por el Ministerio del Ambiente, el área de la reserva es 149.900 hectáreas con una temperatura que fluctúa entre los 80 y 140C La reserva ecológica los Ilinizas posee atractivos de gran belleza e importancia gracias al rico potencial natural y cultural , por esto que recibe una gran afluencia de turismo nacional y extranjero, según datos del ministerio del ambiente en el 2007 ingresaron 1353 turistas en el 2008 se estima que las visitas se incrementaron en un 7%. La parroquia de Pastocalle ubicada en el faldas de la reserva, cuenta con productos turísticos como platos típicos, cultura, y artesanías, que son solo conocidas por sus habitantes con una población de 9.333 personas, 2 y conociendo que en la Parroquia de Pastocalle no existen empresas que brinden servicios turísticos básicos como hospedaje y alimentación, proponemos la creación del complejo turístico Cabañas San Jorge el cual busca contribuir en el mejoramiento de los servicios de turismo comunitario como estrategia para mejorar la economía familiar y seguridad alimentaria de sus miembros

aprovechando los recursos naturales y culturales de la reserva ecológica los Ilinizas y la parroquia de Pastocalle.

- ✓ **Tema:** Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Complejo Turístico En El Sector De San Miguel Arcángel En La Ciudad De Ibarra.

Autora: Pasquel Fuentes Verónica Cecilia.

Año: 2011

El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la creación de un Complejo Turístico en el sector de San Miguel Arcángel en la ciudad de Ibarra; el mismo que pretende satisfacer de mejor manera el confort de los visitantes tanto nacionales y extranjeros, que en los últimos años se ha incrementado gracias a la promoción turística que lleva a cabo el ministerio de turismo. Así mismo, 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 cimiento 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, para el efecto es necesario considerar la clase de inversión a realizar, el cálculo del costo de oportunidad, cálculo de la tasa de redescuento, presupuestos, cuadros de pagos si

es el caso, estados pro forma, flujos de caja, tasa interna de retorno, tasa de rendimiento beneficio costo, la recuperación de la inversión, entre otros aspectos financieros a considerar para la correcta valuación del proyecto. 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, por medio del diseño de la Matriz de impactos. Para finalizar se han redactado conclusiones a las que hemos llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. También se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de factibilidad elaborado.

- ✓ **Tema:** Estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico en la Comunidad de Zuleta, parroquia de Angochagua, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

Autora: Ayala Pineda Adriana Valeria.

Año: 2012

El presente proyecto comprende el “Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la comunidad de Zuleta, parroquia de Angochagua, cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Los hallazgos de la presente investigación se resumen en: diagnóstico aplicado al entorno del proyecto, realización la constancia de la existencia de servicio básico para la implementación de proyecto, aspecto de validez. El estudio de mercado confirma la aceptación de los servicios que se pretenden ofertar por lo tanto la factibilidad tiene una buena probabilidad de éxito. Estudio técnico, abarca todo lo referente a la localización del proyecto partiendo de la macro y micro localización; estableciendo la capacidad instalada del proyecto; para luego analizar la ingeniería del proyecto la necesidad de infraestructura, maquinaria y equipo; cálculo de la materia prima; mano de obra directa; y los costos indirecto del servicio. La Propuesta consiste en determinar el

marco legal; las bases filosóficas, estableciendo de organigrama estructural y el determinación de funciones de acuerdo cada área asignada.

Así mismo el estudio financiero, hace referencia a la inversión total requerida para la implementación del complejo turístico, re realizó el cálculo de: costo de oportunidad, tabla de amortización, depreciación, estado de pérdidas y ganancia, flujo de caja con protección, evaluación de VAN, TIR, periodo de recuperación, beneficio coste y por último el punto de equilibrio.

Finalmente se evaluaron los posibles impactos que se van a generar como producto de la implantación del proyecto.

- ✓ **Tema:** Proyecto De Factibilidad Para La Implementación Del Centro Recreacional Turístico Ceibopamba, En La Parroquia Malacatos Del Cantón Loja
- Autor:** Daniel Armando González Guerrero.
- Año:** 2013

El turismo es un sector de alto crecimiento, es uno de los rubros económicos más importantes del mundo y en muchas zonas, la única fuente principal de inversión y empleo. El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad. Dentro de la gran oferta turística de nuestro país está la parroquia Malacatos que desde hace unos cinco años atrás viene trabajando en la nueva marca turística del cantón Loja, la misma que ha sido diseñada, previo a un estudio de mercado realizado a los turistas que visitan este cantón. Partiendo de la iniciativa por desarrollar la actividad turística en el Cantón hemos propuesto un Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Centro Recreacional Turístico y para poder cumplir con los objetivos planteados, se tomarán en cuenta aspectos importantes que ayuden a la decisión final del proyecto de factibilidad. La principal fortaleza del Ecuador para desarrollar ésta actividad es la prodigalidad de su naturaleza y el hecho de contar con culturas singulares. Por ese motivo observamos con prevención los modelos de turismo rural que privilegian los aspectos hoteleros. No quiero decir que no tenga

importancia la hotelería, sino que la motivación de un turista rural en el Ecuador debe asociarse más a actividades culturales propias de cada región y también al contacto con los amplios espacios de naturaleza: nuestra gran ventaja frente a Europa. El presente trabajo de investigación se lo ha dividido en tres partes: En la primera parte se hace una revisión bibliográfica de la terminología a utilizarse en el presente trabajo de investigación académica, también se hace énfasis en las actividades que va a desarrollar el Centro Recreacional y un análisis del entorno donde estará ubicado el Centro Recreacional Turístico Ceibopamba. En la segunda parte se hace un análisis detallado de todos los elementos que intervienen en el proyecto de factibilidad entre ellos: Estudio de mercado, estudio técnico o de ingeniería, estudio económico, estudio financiero, estudio administrativo y estudio ambiental. En la tercera parte de la investigación determinamos las conclusiones y elaboramos las recomendaciones que la investigación lo ameritan.

- ✓ **Tema:** Plan de negocios para la creación de un complejo turístico-deportivo en el barrio Rioblanco Bajo de Lasso cantón Latacunga provincia de Cotopaxi.

Autor: Zapata Reinoso Moisés David.

Año: 2011

Mediante la operación que cumplen las agencias turísticas en nuestro país por la gran afluencia de turistas extranjeros que visitan las ciudades, se han involucrado al mercado personas que han sabido aprovechar los recursos con el que cuenta nuestro territorio nacional y ha dado lugar al emprendimiento que ha permitido crear negocios propios enfocados al turismo, de esta manera surge la idea de proponer un proyecto turístico que genere servicios que vayan de acuerdo a las expectativas de las personas que buscan pasar un tiempo de ocio.

De esta manera se plantea realizar una investigación de campo en el Cantón Latacunga el cual permita recopilar información valiosa que ayude en la elaboración de este proyecto como también realizar estudios tanto técnicos como

económicos y financieros que proporcionen buenos resultados y que permitan tomar las mejores decisiones.

El presente proyecto de tesis se proyecta a determinar un plan de negocios para la creación de un complejo turístico en el barrio Rioblanco Bajo de Lasso, Cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, el cual consiste en ver si es o no factible y/o viable para su puesta en marcha que se puede dar en un periodo de tiempo establecido, así fomentando el turismo y cooperando con el crecimiento económico del país.

- ✓ **Tema:** Creación de un centro turístico enfocado a la recreación y capacitación empresarial.

Autor: Ve Pozo Idrovo.

Año: 2010

El plan de investigación propuesto tiene un enfoque cuantitativo sujeto a un estudio descriptivo explorativo que permite concretar el registro de la información requerida para la concreción de la meta propuesta. El proyecto impulsa la creación de un centro turístico que oferta productos y servicios hoteleros enfocados a la recreación y capacitación empresarial, cuya investigación permite el reconocimiento del entorno en el que se desenvolverá la actividad y la identificación de las generalidades de la provincia donde está ubicada, destacando su enfoque geográfico y cultural.

El área turística permite compartir la historia, tradiciones y costumbres ancestrales de la zona. Hace mención relevante a la riqueza de sus recursos naturales, potenciándolos como indicadores específicos del ámbito turístico que ofrece la hacienda “Estancia los Lagos” .

Los datos propuestos en este trabajo están fundamentados en un estudio serio de mercado a través de la aplicación de documentos técnicos que permiten realizar el análisis y segmentación del mercado, conforme a las características del producto ofertado, conjuntamente con ello las estrategias de precio, venta y promoción, las

especificaciones de las políticas de servicio del centro turístico y la identificación de las empresas competidoras en el ramo.

El plan de negocios cuenta con la identificación de sus objetivos generales, específicos y metas. Se registra también el detalle pormenorizado de su diseño, remodelación y equipamiento conforme a las exigencias de la oferta turística moderna.

Se especifica además la forma organizativa tanto estructural como posicional y funcional de la empresa, la misma que está respaldada en el enfoque legal correspondiente sujeto a normativas vigentes en el país.

El ámbito financiero está determinado de manera específica y clara donde se identifican pormenorizadamente los costos, proyecciones de ventas mensuales y los gastos administrativos registrados en el presupuesto considerado hasta el año 2013.

2.1.3. Fundamentación.

2.1.4. Fundamentación Científica.

En el fundamento científico se respetan diferentes fuentes bibliográficas que estructuran la base teórico-científica, de la presente investigación a través de definiciones de gran importancia que se encuentran relacionadas al objeto de estudio sustentando el desarrollo temático del mismo. Además se establecen diversos argumentos y opiniones de las autoras del presente trabajo.

Turismo

La **Organización Mundial del Turismo (2002)**, manifiesta que: “Es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria no motivada por relaciones de negocios o profesionales.”⁵

⁵ “Cursos de Estudios de Turismo de la UIOOT”, Tomo I, 1967, citado en Oscar de la Torre Padilla, *Turismo, fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, pp. 15-19

El turismo es parte de un fenómeno de carácter económico, cultural y social que tiene como resultante el desplazamiento voluntario y temporal de personas de manera individual o grupal, desde su lugar de residencia a uno o diversos puntos, con un solo propósito el de la recreación, ocio, descanso, salud y cultura.

Clasificación del turismo

A través de la historia se han desarrollado varias clasificaciones del turismo esto se ha dado por que cada vez se desarrolla un nuevo cambio para este, pero los agrupamos a través de una serie de características relevantes en materia de planeación, tendremos:

El turismo de los residentes en el país considerando el destino de sus viajes además el de aquellos viajeros residentes en otros países.

- a) Turismo interno
- b) Turismo externo

Teniendo presente además el nivel socioeconómico del turista

- a. Turismo de alto ingreso
- b. Turismo de ingreso medio
- c. Turismo de bajo ingreso

Causas por la cual se originó el viaje

- a. Turismo de descanso y recreación
- b. Turismo de compras y servicios
- c. Turismo de negocios
- d. Turismo para otros propósitos

El turismo en el Ecuador

Según reporte emitidos por las Organización Mundial de Turismo (OMT), en el 2008, nuestro país experimento una llegada de turistas internacionales muy buena que alcanzó los 924 millones de personas, rebasando el año 2007 con 16

millones, representando esto un 2% de crecimiento. Mas sin embargo, una tasa de crecimiento del 2% que se registra en el 2008 comparada con el 2007 , es pequeña frente al 7% que se alcanzó en el 2007, comparada con el 2006 siendo este considerado como el 4to año consecutivo de fuerte crecimiento turístico a nivel mundial. Este estancamiento brusco de la demanda se da en respuesta a la notada crisis financiera mundial. Esto se debe al aumento en los precios de las materias primas, del petróleo, y las grandes agitaciones en los tipos de cambio que experimento el segundo semestre del 2008. Sin embargo en relación con las Américas nuestro país reportó un progreso satisfactorio (+7%) en comparación con el 2007.

El Ecuador posee un sinnúmero de lugares de gran atractivo turístico destacados por su variada cultura además de una gran biodiversidad, como podemos encontrar, en la sierra centro y la Amazonía, que presentan una gran riqueza.

La región oriental amazónica es caracteriza por su producción petrolera, agrícola, maderera y ganadera, y en la región interandina o sierra, tenemos una producción ganadera, agrícola y florícola

El desarrollo que la presente investigación permite tener datos que son positivos para el desarrollo del éste proyecto, teniendo presente en que el crecimiento del turismo da como resultado turistas insatisfechos que pueden captar en el nuevo centro de recreación turística que es el tema de análisis planteado.

Lugares turísticos en el Ecuador

El Ecuador gracias a su gran variedad de condiciones ambientales permite ofrecer un gran número de atractivos turísticos, teniendo disponibilidad de una impresionante diversidad de hábitats y un sinnúmero de tipos de vegetación. El ministerio de turismos del Ecuador tiene registrados más de 920 atractivos turísticos en todo nuestro territorio, de los cuales, unos 520 están relacionados directamente con la naturaleza, destacándose parques nacionales, las montañas, la selva, lagos, ríos entre otros.

Yaguachi como atractivo turístico

Siendo considerado el turismo una alternativa de desarrollo social, económico y cultural debe siempre estar basado en criterios de sostenibilidad, lo que quiere decir, que actividad debe beneficiar a todos los actores que tengan relación con ella, representando viabilidad económica y equitativa.

Tomando en consideración las condiciones en que se encuentra el cantón Yaguachi, es de gran importancia tomar cartas sobre el asunto promoviendo una nueva imagen turística, que permita proyectar cambios de desarrollo económico y social en beneficio de los habitantes de este cantón, así como a los futuros turistas que visitan este hermoso rincón de la Provincia del Guayas, El cantón Yaguachi no es solo para hablar de su historia o costumbres, de sus pobladores aguerridos y luchadores, Yaguachi es una ciudad hermosa que ofrece mucho más que su historia e necesario promocionar nuevas alternativas turísticas; que permitan al visitantes llegar en su vehículos y poder disfrutar de un tiempo de relax de placer y olvidar las presiones del día a día.

La parroquia virgen de Fátima siendo un gran centro de comercio es una zona no explotada por el turismo lo que marca la pauta para la ejecución del ambicioso proyecto turístico con el propósito de rescatar el valor etneo, cultural y económico de la nombrada parroquia.

Servicios turísticos

El servicio turístico es caracterizado por.

Servicio de hospedaje De gran importancia dentro del mundo turístico, debido a que tiene que ver con la estadía del turista en el viaje, este puede ser con o sin prestación de otros servicios que pueden ser complementarios. Por tal razón el parador turístico en proyecto brindará tal servicio a los turistas.

Servicio de alimentación Al ofrecer comida para ser consumida en el mismo establecimiento o externamente, esta puede ser complementaria del servicio anterior si el turista lo solicita. Al contar con gran variedad gastronómica en la región, el servicio de alimentación no podía dejar de brindar éste servicio también, a la selecta clientela.

Servicio de información La información y sugerencia que se pueda brindar al turista sobre los diversos lugares que puede visitar dependiendo al lugar donde se encuentre. Dentro del centro turístico se consideraría como un valor agregado además de una estrategia para atraer a otros clientes

Servicio de guía Este servicio lo brindan personas preparadas profesionalmente, lo que permite dar a conocer la riqueza natural y cultural, del lugar donde los turistas se encuentran visitando, permitiendo de tal manera conocer los datos más importantes de aquel lugar. Este al igual que el servicio anterior sería una forma de atracción a los nuevos clientes.

Servicios de recreación y esparcimiento Es de principal importancia que todo centro turístico cuente con espacios verdes donde exclusivamente estarán ubicados juegos infantiles, piscina, canchas deportivas, entre otras, que permitan el placer y diversión del visitante. Para la etapa de ejecución debe de tomarse muy en cuenta éste tipo de aspecto ya que de ellos depende la satisfacción de aquellos que lleguen al centro turístico.

2.1.4.1. Fundamentación Sociología

La sociología es una ciencia que estudia el comportamiento del individuo en todas y cada una de sus facetas, como lo es en sus tiempos libres donde se dedica al ocio muy en especialmente a las actividades turísticas y de viaje, lo que significa él estudia del individuo en el roll de turista y cuando es demandante de servicios y productos turísticos.

Esta también estudia al individuo al desempeñar el papel de proponente o prestador de servicios turísticos. Se puede decir que estos comportamientos pueden ser establecidos en 3 niveles.

A nivel personal: El cual está basado en las necesidades personales relacionadas con las motivaciones que se le diere al individuo para realizar actividades de tiempo libre que se encuentren vinculadas a actividades turísticas.

A nivel interpersonal: Es cuando el comportamiento del turista se encuentra ya relacionado con otras personas como lo pueden ser su familia o amigos u otras personas vinculadas con la venta y prestación de servicio turístico, para este nivel de comportamiento se permite la relación entre demandantes y oferentes.

A nivel transpersonal: En este caso el comportamiento del turista demandante o de cualquier oferente, pasándose de lo personal y lo interpersonal, convirtiéndose en transpersonal, lo que quiere decir que es un comportamiento integrado en la forma de comportarse del colectivo al que pertenece.

El comportamiento social de aquellas personas que desempeñan cualquier rol dentro del campo turístico está constituido, por 4 tipos de unidades colectivas:

- Grupos
- Organizaciones
- Sociedades
- Masas

2.1.4.2. Fundamentación de Turismo Empresarial

La Evolución del Turismo, como su nombre lo indica está relacionada desde una perspectiva histórica a la evolución que ha experimentado el turismo como una actividad social así como comercial. Desde el principio de los tiempos a través de la hospitalidad practicada por las civilizaciones antiguas, hasta el turismo como una actividad de desarrollo en el mundo moderno, todos los detalles son tomados en forma sistemática incluyendo el desarrollo y debate en torno a los ya conocidos “Turismo masivo”.

En forma progresiva, van explicando cuales han sido las variables que han intervenido en conformar al turismo.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Turismo

Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.

Mercado Turístico

Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. - See more at:

Oferta

Aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

Demanda

Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para solicitar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

Comercialización

Acción y Efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta).

Precio

Cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio

Turistas.

Son aquellas personas que se trasladan de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

Vías de acceso.

La vía de acceso es el camino que hay que seguir para llegar a un fichero concreto.

Desarrollo turístico.

Es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible.

Actividades recreacionales.

Es el juego o entretenimiento que sirve para el descanso.

Interés de visitar las zonas rurales.

Es la Atracción o inclinación de visitar el campo.

Etnoturismo.

Es la que está directamente relacionada con la revalorización de las culturas ancestrales.

Áreas naturales protegidas.

Son áreas de propiedad pública o privada, de relevancia ecológica, social, histórica, cultural y escénica, establecidas en el país de acuerdo con la ley, con el fin de impedir su destrucción y procurar el estudio y conservación de especies de plantas o animales, paisajes naturales y ecosistemas.

Calidad ambiental.

El control de la calidad ambiental tiene por objeto prevenir, limitar y evitar actividades que generen efectos nocivos y peligrosos para la salud humana o deterioren el medio ambiente y los recursos naturales.

Conservación.

Es la administración de la biósfera de forma tal que asegure su aprovechamiento sustentable.

Contaminación.

Es la presencia en el ambiente de sustancias, elementos, energía o combinación de ellas, en concentraciones y permanencia superiores o inferiores a las establecidas en la legislación vigente.

Control ambiental.-

Es la vigilancia, inspección y aplicación de medidas para mantener o recuperar características ambientales apropiadas para la conservación y mejoramiento de los seres naturales y sociales.

Daño ambiental.

Es toda pérdida, disminución, detrimento o menoscabo significativo de las condiciones preexistentes en el medioambiente o uno de sus componentes. Afecta al funcionamiento del ecosistema o a la renovación de sus recursos.

Desarrollo sustentable.

Es el mejoramiento de la calidad de la vida humana dentro de la capacidad de carga de los ecosistemas, implican la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones.

Ecosistema.

Es la unidad básica de integración organismo - ambiente, que resulta de las relaciones existentes entre los elementos vivos e inanimados de un área dada.

Estudio de impacto ambiental.

Son estudios técnicos que proporcionan antecedentes para la predicción e identificación de los impactos ambientales. Además describen las medidas para prevenir, controlar, mitigar y compensar las alteraciones ambientales significativas.

Impacto ambiental.

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada.

Medio ambiente.

Sistema global constituido por elementos naturales y artificiales, físicos, químicos o biológicos, socioculturales y sus interacciones, en permanente modificación por la naturaleza o la acción humana, que rige la existencia y desarrollo de la vida en sus diversas manifestaciones.

Precaución.

Es la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.

Recursos naturales.

Son elementos de la naturaleza susceptibles de ser utilizados por el hombre para la satisfacción de sus necesidades o intereses económicos, sociales y espirituales. Los recursos renovables se pueden renovar a un nivel constante. Los recursos no renovables son aquellos que forzosamente perecen en su uso.

2.3. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1. Hipótesis General.

La Creación de un Complejo Turístico en la Parroquia Virgen de Fátima permitirá a comunidad y sus sectores aledaños desarrollar actividades de recreación y esparcimiento en un ambiente acogedor al aire libre.

2.3.2. Hipótesis Particular.

- La promoción turística de las riquezas naturales del sector producirá interés en las personas que deseen pasar un momento ameno en familia.
- Al desarrollar el direccionamiento estratégico. Se logrará posicionar al Complejo Turístico, y crear una imagen marca que la represente.
- El aporte de los turistas nacionales aportaran al desarrollo económico y cultural de la Parroquia Virgen de Fátima Provincia del Guayas.

2.4.3. Declaración de Variables.

2.4.3.1. Variable Independiente

Complejo Turístico

2.4.3.2. Variable Dependiente

Fomentar al Turismo.

2.4.4. Operacionalización de Variables.

Cuadro 1

VARIABLE	TIPO	INDICADOR	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Complejo Turístico	Independiente	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto y aceptación de nuevas proyectos de desarrollo. • Producción de servicios demandados por la población • Fuente de empleos para habitantes de la zona. 	Encuesta	Cuestionario
Fomentar al turismo		<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo turístico. • Beneficios económicos. 	Encuestas	Cuestionarios
	Dependiente	<ul style="list-style-type: none"> • Progreso. • Proyección turística. • Desarrollo comunitario. 	Encuestas	Cuestionario
		<ul style="list-style-type: none"> • Ofertas de servicio • Calidad de servicio 	Encuesta	Cuestionario

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO.

3.1. Tipo y Diseño de Investigación.

El presente proyecto es de carácter investigativo el cual está aplicando la investigación de tipo documental o bibliográfica debido a que se encuentra respalda su estudio en documentos libros y revistas ya existentes en los cuales se sustentas lo científico y lo teórico del mismo.

También se aplica la investigación de campo ya que es en lugar de los hechos donde se desarrolló el estudio de la presente investigación mediante la aplicación de las técnicas de entrevista y encuesta que sirvieron para la recaudación de información.

Utiliza la investigación descriptiva la cual junto con la información recabada se consideras y se determina hipótesis que servirán para llegar a la solución del mismo.

El presente diseño es declaro cuantitativo debido a que se aplican técnicas con la encuesta que serán procesados a través de métodos estadísticos siendo tratados como datos numéricos que no servirán para establecer el origen del problema y el nivel de aceptación de la investigación.

La factibilidad de la presente investigación se basa en encontrar el origen del problema y desarrollar soluciones que puedan ayudar el desarrollo socio-económico y cultural de la Parroquia Virgen de Fátima del Cantón Yaguachi Provincia del Guayas

La población y la Muestra.

3.1.1. Características de la Población

La población que es parte fundamental de esta información corresponde a la población del Cantón Yaguachi que es de 60958 habitantes para los cuales hemos tomado la zona de la Parroquia Virgen de Fátima que cuenta con 4200 de la cual se ha tomado aquellos que se dedica a las actividades de diversión y

ocio en esta zona la cual corresponde a 500.(DATOS TOMADOS DE PROYECCIONES DE INEC 2010).

3.1.2. Delimitación de la Población.

Las personas en las que se ve enfocada directamente la presente investigación es la población en general de la parroquia Virgen de Fátima y sus zonas aledañas, personas a las cuales se pretende ofrecer el sano esparcimiento y diversión ayudando al desarrollo socio-económico y cultural de la esta parroquia.

El complejo turístico se la realizara en un terreno estratégicamente ubicado en el cual permita servir de manera eficiente a población de la parroquia y sus zonas aledañas.

3.1.3. Tipo de Muestras.

Tomando en cuenta que las muestra es un subconjunto de la población y debe ser representativa de esta. La muestra que hemos tomado para el desarrollo de este estudio es una muestra Probabilísticas debido a que todos los individuos tuvieron la misma posibilidad de ser elegidos.

3.1.4. Tamaño de la Muestra.

Para el desarrollo de este diseño de proyecto se utilizará un número de 500 personas elegidas al azar en la Parroquia Virgen de Fátima, para lo cual se aplicará la formula N° 2 de manual que se aplica cuando la población es finita, y de esta manera sabremos cual será el número de la muestra con el que debemos trabajar.

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Tamaño de la población.

p: Posibilidad de no ocurra un evento, p= 0.5

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, q= 0.5

E: Error, se considera el 5%; E= 0.05

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, Z=1.96

Aplicación de la formula

$$n = \frac{500 \times 0.5 \times 0.5}{\frac{(500-1) 0.05^2}{1.96^2} + 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{125}{\frac{1.2475}{3.842} + 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{125}{0.3247 + 0.25}$$

$$n = \frac{125}{0.5747}$$

$$n = 218$$

3.1.5. Proceso de Selección.

Teniendo en cuenta que el proceso de selección de muestra se lo realizará dependiendo el tipo de muestra escogido, en el presente caso como se trata de una muestra no probabilística se a realizada el proceso de selección por muestra de sujeto voluntario.

3.2. MÉTODOS Y TECNICAS.

3.2.1. Métodos.

Analítico-sintético: Es un proceso que implica el análisis, esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Lo que indica que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes para luego generalizar la información

Se utilizará este método porque se manejará juicios considerando una a una las variables que intervienen en la investigación, las cuales serán clasificadas, para conocer su principal origen y poder llegar a una conclusión.

El método **inductivo-deductivo**, es un método mixto en el que la introducción y deducción se complementara con la investigación para luego a través de la comprobación aplicarla en diversas situaciones que nos llevan conclusiones.

Hipotético-deductivo: Es una descripción del método científico tradicionalmente, se consideró que la ciencia partía de la observación de hechos y que de esa observación repetida de fenómenos comparables, se extraían por inducción las leyes generales que gobiernan esos fenómenos. En él se plantea una hipótesis que se puede analizar deductiva o inductivamente.

Se la utiliza en el desarrollo de esta investigación porque se parte desde las hipótesis que se plantea basadas en los objetivos, con el que se va a obtener nuevas conclusiones y predicciones empíricas, las cuáles serán sometidas a verificación.

3.2.2. Técnica e Instrumento.

- **Encuesta:** Será realizada a los pobladores de la Parroquia Virgen de Fátima de la Cantón Yaguachi, con el propósito de conocer las necesidades de tener un complejo turístico que satisfaga sus requerimientos.
- **Instrumentos:** Cuestionario de preguntas

3.3. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Para el procesamiento de la información se tomará en consideración las estrategias que ofrece la estadística descriptiva, a través de la cual se conocerá las principales ventajas y desventajas que se presentaría por el creación del complejo turístico en esta localidad.

Los resultados obtenidos en la encuesta a realizar serán presentados a través del sistema de distribución de frecuencias y la representación gráfica, lo que ofrecer una visión clara de la causa del presente estudio, para tal manera poder determinar, la factibilidad y viabilidad del proyecto en estudio.

CAPITULO IV

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima.

4.1.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTRA REALIZADA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA VIRGEN DE FÁTIMA CANTÓN YAGUACHI.

1.- Con qué frecuencia acude usted a las distintas actividades que ofrece un complejo turístico?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Semanal	80	34%
Mensual	20	9%
Semestral	60	25%
Vacacional	40	17%
Otros	36	15%
TOTAL	218	100%

Cuadro 2

Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi

Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto.

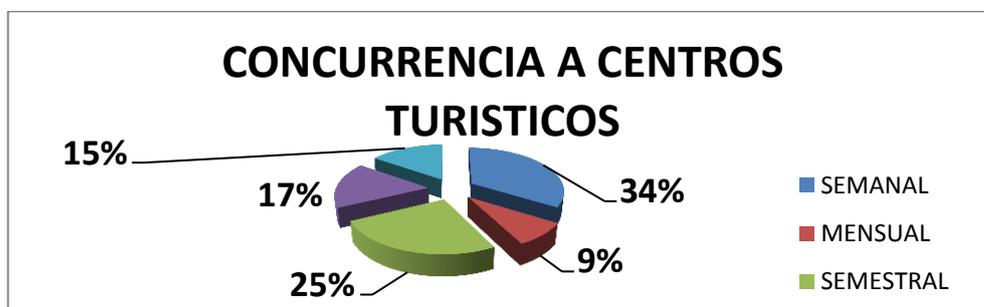


GRAFICO 1

Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi

Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: Como podemos llegar a apreciar el 34% de los encuestados acuden semanalmente a disfrutar de días sus días de ocio a los centros de recreación turística mientras que el 9% de ellos acuden de una manera mensual, el 25% otro porcentaje considerable acuden a estos sitios de manera semestral, el 17% lo hace en tiempos de vacaciones y el 15% acude a los centros turísticos en cualquier momentos.

INTERPRETACIÓN: según los resultados expuestos para esta interrogante los pobladores de la parroquia Virgen de Fátima gustan de visitar centros turísticos de recreación, dejando un punto de confiabilidad con respecto a la afluencia que podría tener el proyecto de creación de un complejo turístico en la zona.

2¿Se encuentra usted de acuerdo con el desarrollo de la actividad recreativa que complementen el adelanto turístico de la parroquia?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Totalmente De Acuerdo	115	53%
De Acuerdo	70	32%
En Desacuerdo	10	5%
Totalmente en Desacuerdo	23	10%
TOTAL	218	100%

CUADRO 3

Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

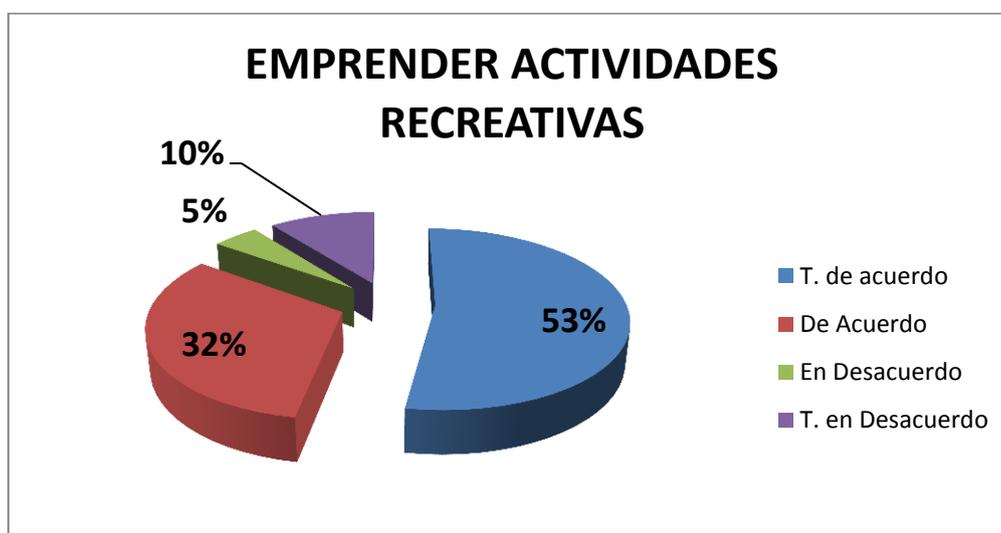


GRAFICO2

Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: A través de los datos que se presentan podemos apreciar que el 53% de los encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo en que el emprendimiento de actividades recreativas complementan al adelanto turístico de la parroquia, así como un 32% indican estar de acuerdo más sin embargo el 5% de ellos indican estar en desacuerdo y un 10% en total desacuerdo que hace pensar que podría existir otras fuentes de aportes al adelanto turístico de la parroquia

INTERPRETACIÓN: Los pobladores de la parroquia Virgen de Fátima en mayoría están de acuerdo y le apuestan al crecimiento del turismo en esta zona a través de los centros de recreación turística lo que muestra un aporte al desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en la Parroquia Virgen de Fátima del Cantón Yaguachi.

3.-¿Por qué razón piensa usted que Virgen de Fátima es solo un punto de paso para los visitantes:

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Falta de lugares apropiados para que el turista pueda recrearse	85	39%
Falta de información sobre el lugar	83	38%
Falta de servicios básicos (luz, agua, teléfono)	10	5%
Otros	40	18%
TOTAL	218	100%

CUADRO 4 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

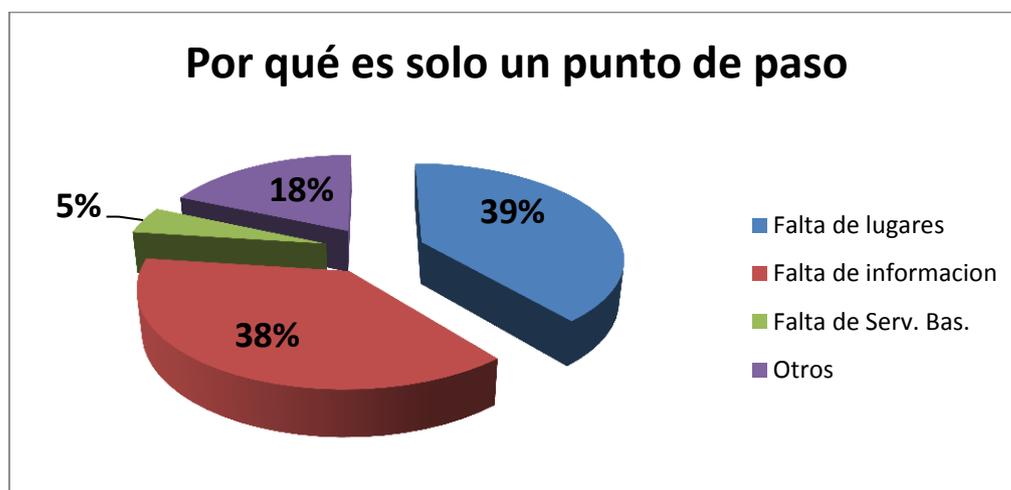


GRAFICO 3 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: Mediante el análisis de esta interrogante podemos apreciar que 39% de los pobladores encuestados manifiestan que la falta de centros de recreación turística convierte a la parroquia en solo un punto de paso, mientras que un 38% de ellos manifiestan que es falta de información turística de la parroquia, el 5% indican que es la deficiencia de servicios básicos y un 18% que es por varios motivos.

INTERPRETACIÓN: Esta interrogante nos muestra el camino a la promoción turística de la parroquia no solo para la creación de centros de recreación turística sino de todo lo rico, llamativo y majestuoso que puede ser esta zona de nuestro país.

4.- ¿Piensa usted que la Junta parroquial de Virgen de Fátima debería incentivar a la inversión en el turismo?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Totalmente De Acuerdo	100	46%
De Acuerdo	90	41%
En Desacuerdo	20	9%
Totalmente en Desacuerdo	8	4%
TOTAL	218	100%

CUADRO 5 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

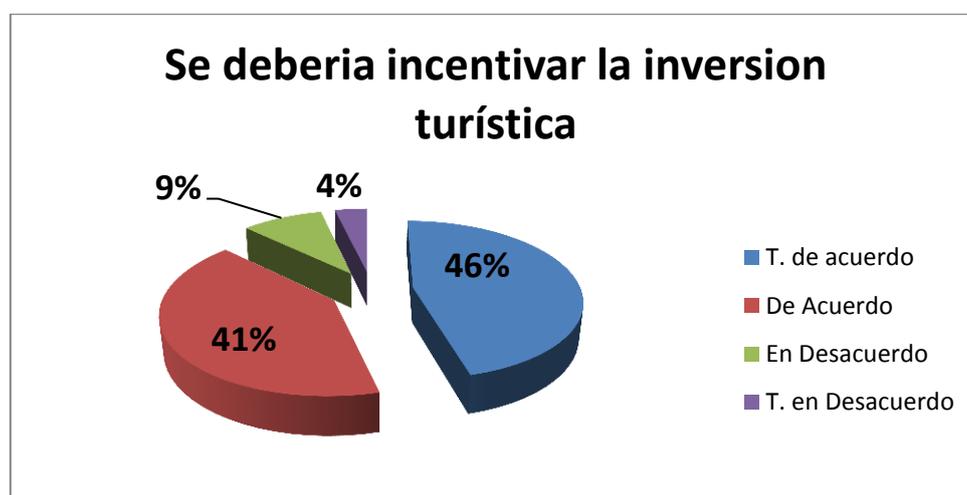


GRAFICO 4 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: El 46% de los encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo que la junta parroquial de Virgen de Fátima debería incentivar a la invención de del turismo en la parroquia además que un 41% manifiestan estar de acuerdo en que es la junta parroquial, mientras que el 9% de ellos están de desacuerdo de esto, y el 4% están en total desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Para la mayor parte de la población la junta parroquial debería ser la encargada de promocionar turísticamente a la parroquia Virgen de Fátima mientras que otros manifiestan que son otros organismos lo que deberían encargarse de la misma. Teniendo en consideración de la labor de la junta parroquial es la encargada de velar por el progreso es quien debería en conjunto con entidades gubernamentales realizar la promoción no solo turística sino total de la parroquia.

5.-¿Cree usted que la creación del Complejo Turístico aportará con el desarrollo sostenible de la Parroquia?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Totalmente De Acuerdo	185	85%
De Acuerdo	30	14%
En Desacuerdo	3	1%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	218	100%

Cuadro 6 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

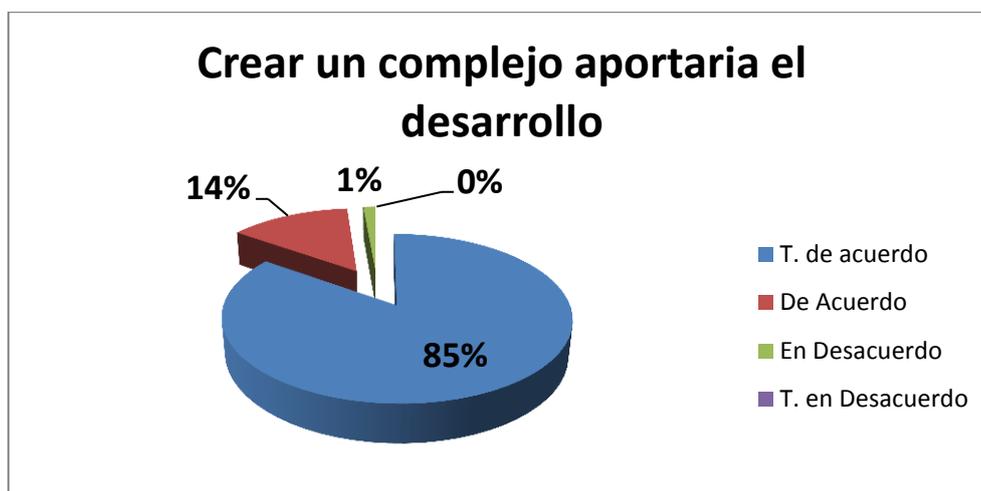


Grafico 5 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: En la presente interrogante podemos apreciar a través de los datos recopilados que los pobladores se muestran en un 85% totalmente de acuerdo en que la creación de un centro de recreación turística, aportará al desarrollo sostenible de la comunidad, mientras que un 14% se encuentran un tanto dudosos pero creen que podría ser que si aportaría al desarrollo, y el 1% de los encuestados indican que están en desacuerdo ya que podrían existir otras maneras de aportan al desarrollo de la parroquia.

INTERPRETACIÓN: Esta interrogante es de gran importancia en el presente estudio ya que ella muestra que la aceptación de los lugareños es considerable más sin embargo no es solamente con el turismo local que se pretende atraer sino de todos sus alrededores por tanto podemos plantear que tenemos una buena aceptación local.

6.-¿Le gustaría a usted poder visitar un lugar con una infraestructura que satisfaga sus necesidades de ocio y recreación y a la vez estar en contacto con la naturaleza?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Si	178	82%
No	3	1%
No opina	37	17%
TOTAL	218	100%

CUADRO 7 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto



GRAFICO 6 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: Para esta interrogante el 82% de sus encuestados manifiestan que les gustaría contar con un lugar donde poder satisfacer sus necesidades de ocio y recreación estando en contacto con la naturaleza, mientras que el 1% no les gustaría contar con un lugar de estas características, y un 17% prefieren no opinar.

INTERPRETACIÓN: En la presente pregunta como en la anterior podemos apreciar la necesidad de un centro de recreación turística que permita a los lugareños y porque no decirlo a todos los de sus alrededores complementar sus días de ocio son un buen lugar donde sentirse relajado disfrutas de sus tiempos libres en unidad de amigos y familia.

7-¿Qué actividades le gustaría que le brindara el centro turístico de su preferencia?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Caminatas	62	28%
Deportes extremos	88	40%
Pescar artesanal	23	11%
Piscina turno y sauna	45	21%
TOTAL	218	100%

CUADRO 8 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto



GRAFICO 7 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: Para la presente interrogante las preferencias están divididas ya que en un 28% de los encuestados manifestaron que dentro de las actividades de su preferencia prefieren las caminatas, en un 40% prefieren los deportes extremos, el 11% prefieren la pesca artesanal, 21% prefieren actividades como el turco, la piscina y el sauna.

INTERPRETACIÓN: Esta interrogante nos da pautas sobre las preferencias de los parroquianos lo que nos presenta un variadas alternativas de oferta dentro de actividades recreativas, lo que ayudaría al desarrollo del proyecto turístico.

8.- ¿Qué beneficios considera usted que generará la creación de un Complejo Turístico para los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Fuente de Empleo	65	30%
Fomento al Comercio	127	58%
Mejoramiento de la comunidad	26	12%
TOTAL	218	100%

CUADRO 9 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

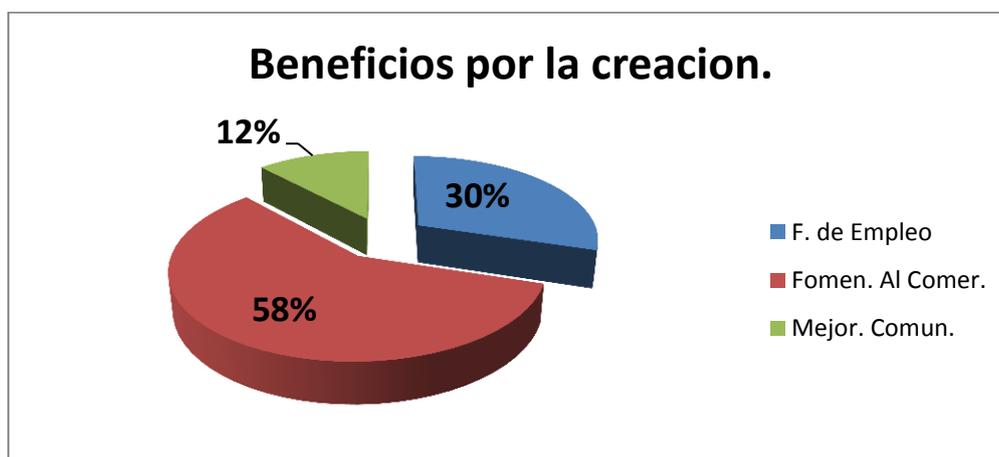


GRAFICO 8 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: El 30% de encuestados manifiestas que la creación de un centro turístico en la parroquia aportaría con fuentes de empleo para los habitantes, mientras que el 58% aseguran que este fomentaría el comercia en esta localidad, y el 12% indicaron que un proyecto como este aportaría al mejoramiento de la comunidad.

INTERPRETACIÓN: podemos apreciar a través de esta interrogante que los habitantes en gran mayoría apuestan al progreso de la parroquia gracias a la ejecución de un complejo turístico de recreación.

9.- ¿Cree usted que ofertar turísticamente las riquezas naturales del sector llamara la atención de personas que deseen pasar un momento ameno en familia?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Si	171	78%
No	23	11%
No opina	24	11%
TOTAL	218	100%

CUADRO 10 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

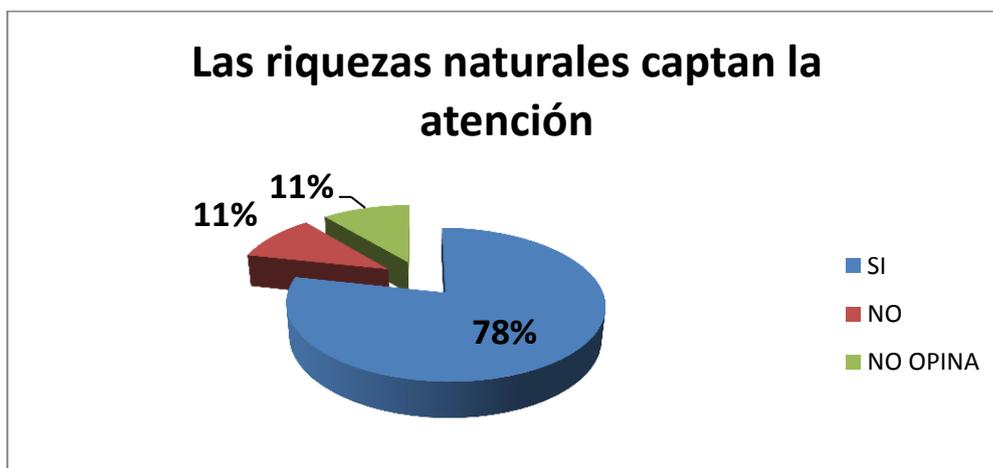


GRAFICO 9 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: En la presente interrogante podemos apreciar en sus resultados que el 78% de sus encuestados coinciden en que ofertar turísticamente las riquezas naturales de la parroquia captaran la atención de aquellos que deseen pasar un momento a menos con su familia, mientras que un 11% opinan que este tipo de atracciones no llaman la atención, un igual 11% prefieren no opinar.

INTERPRETACIÓN: Podemos apreciar que para los pobladores el ofertar los recursos naturales de la localidad es una buena propuesta turística lo que aporta para el direccionamiento del curso que debe tomar el centro de recreación turística.

10.- ¿Cuándo usted visita un Centro Turístico que tan importantes es para su gusto la buena atención e instalaciones y servicio de calidad por iguales a turistas nacionales y extranjeros?

ALTERNATIVAS	Nº DE POBLADORES	PORCENTAJE
Muy importante	205	94%
Poco importante	13	6%
Sin importancia	0	0%
TOTAL	218	100%

CUADRO 11 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto



GRAFICO 10 Fuente: Pobladores Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi
 Autoras: Karem Paola Torres Polonio - Erika Natalia Mora Nieto

ANÁLISIS: El análisis de esta interrogante nos lleva a comprender que para el 94% de la población encuestada es de gran importancia el servicio y la atención de calidad que se le pueda ofrecer en un centro de recreación turística y para un 6% de los encuestados es irrelevante.

INTERPRETACIÓN: Podemos apreciar a través de esta interrogante que el servicio que se le ofrezca a los usuarios del centro turístico debe ser de calidad y calidez y de igual trato para propios y extraños porque ellos lo demandan.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Con la información recabada en el estudio se puede apreciar cual es la situación real que viviendo actualmente en la parroquia Virgen de Fátima en cuanto a la implementación de un centro turístico y el servicio que demandan los pobladores y consumidores de este tipo de mercado.

Los resultados obtenidos permiten conocer que existe un mercado tentador que recibiría el servicio con grandes expectativas, y también aportaría para mejorar las condiciones turísticas, laborales, económicas y culturales de la parroquia.

4.3. RESULTADOS

El resultado de las encuestas manifiesta que a la mayor parte de la población le gusta disfrutar semanalmente de los servicios de un complejo turístico.

Los pobladores de la parroquia Virgen de Fátima en un 53% de ellos manifiestan que el desarrollo de actividades turísticas complementarían el progreso de la parroquia.

A través de la información recolectada apreciamos la opinión de sus pobladores quienes manifiestan que la parroquia es solo considerada con un punto de paso por los visitantes por la falta de lugares que ofrezcan sana diversión y recreación.

Además estos mismos indican que la entidad encargada para la promoción turística de la parroquia debería ser la junta parroquial en conjunto con entidades gubernamentales.

Como es de imaginar a todo visitante turístico por encima de todo lo que busca es pasarlo bien solo o en grupo para lo cual ellos demandan una buena atención excelente infraestructura actividades atractivas para la diversión entre otros..

Como aporte al desarrollo de esta investigación podemos acotar que los futuros visitantes del complejo turísticos gustan de los deportes extremos caminatas piscinas, turco y todo aquellos que les pueda ofrecer placer al momento de divertirse.

Además los pobladores de la parroquia Virgen de Fátima creen que el trato que se le debe dar a los visitantes del complejo turístico debe ser el mismo sin distinción de que si son de la parroquia o de otros lugares

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

La investigación de campo que genera un estudio exhaustivo del mercado, permite la verificación de las hipótesis planteadas para esta investigación, por lo tanto se considera que el resultado de las encuestas son oportunos para aclarar expectativas y preferencias del mercado y tal manera llegar al público ofertándole un servicio que satisfaga sus necesidades a través de un complejo turístico con unas instalaciones atractivas para sustentar el ocio y las recreación y una atención de le motive a volver de manera recurrente.

El complejo turístico tiene como objetivo principal el impulsar turísticamente a la parroquia Virgen de Fátima en el Cantón Yaguachi y en la provincia así como el de satisfacer necesidades de sus visitantes propios y extraños. Es decir, ofrecer nuevas alternativas de sano esparcimiento en familia y con amigos.

Se comprueba que la población parroquiana desea tener una sitio que les permita trabajar, desarrollarse comunitariamente, recrearse y porque no decirlos crecer económica y socialmente.

CONCLUSIONES:

- El mercado turístico de la parroquia Virgen de Fátima es un mercado que está a la espera de ser explotado.
- La zona no cuenta con un lugar que permita distraerse, relajarse y salir de la rutina laboral en que se encuentra nuestra sociedad.
- La competencia, innovación, sus instalaciones ni sus servicios que atraigan a visitantes internos y externos.

RECOMENDACIONES:

- Realizar actividades de marketing influyentes y atractivas para los pobladores y visitantes que atraiga su atención.
- Brindar un servicio de calidad y calidez, basada en las preferencias del público para que pueda sentirse a gusto y sea recurrente su visita.
- Ejecución e innovación del sistema de diversión de la zona lo que generará expectativas entre los pobladores y visitantes clientes potenciales del complejo turístico.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad de un complejo turístico como aporte de fomento del turismo en la parroquia Virgen de Fátima del Cantón Yaguachi que permita el desarrollo turístico social y cultural de esta zona geográfica.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La actividad de Recreación y Esparcimiento de la posibilidad de vivir experiencia de reunirse con la familia y amigos entretenerse sanamente y disfrutar de los servicios y la atención adecuada desde el punto de vista económico, también involucra a lugares colindantes a que se beneficien.

El proyecto a ejecutarse se planteó con el propósito de facilitar nuevas formas de ingresos monetarios mediante el turismo, ya que esta es una alternativa de desarrollo económico y social.

Tomando en cuenta que debe beneficiar a todas las personas involucradas, que sea factible económicamente y equitativo, comercialmente rentable ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable y que facilite un alto grado de satisfacción al turista.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivos Específicos de la propuesta

Establecer los lineamientos que admitan manejar con éxito a un Complejo Turístico en la parroquia Virgen de Fátima, mediante la oferta de servicios relacionados con las actividades turística para apoyar con el desarrollo local de esta zona.

5.4.2. Objetivo General de la propuesta

Estructura funcionalmente a la empresa creando un organigrama y el manual de funciones.

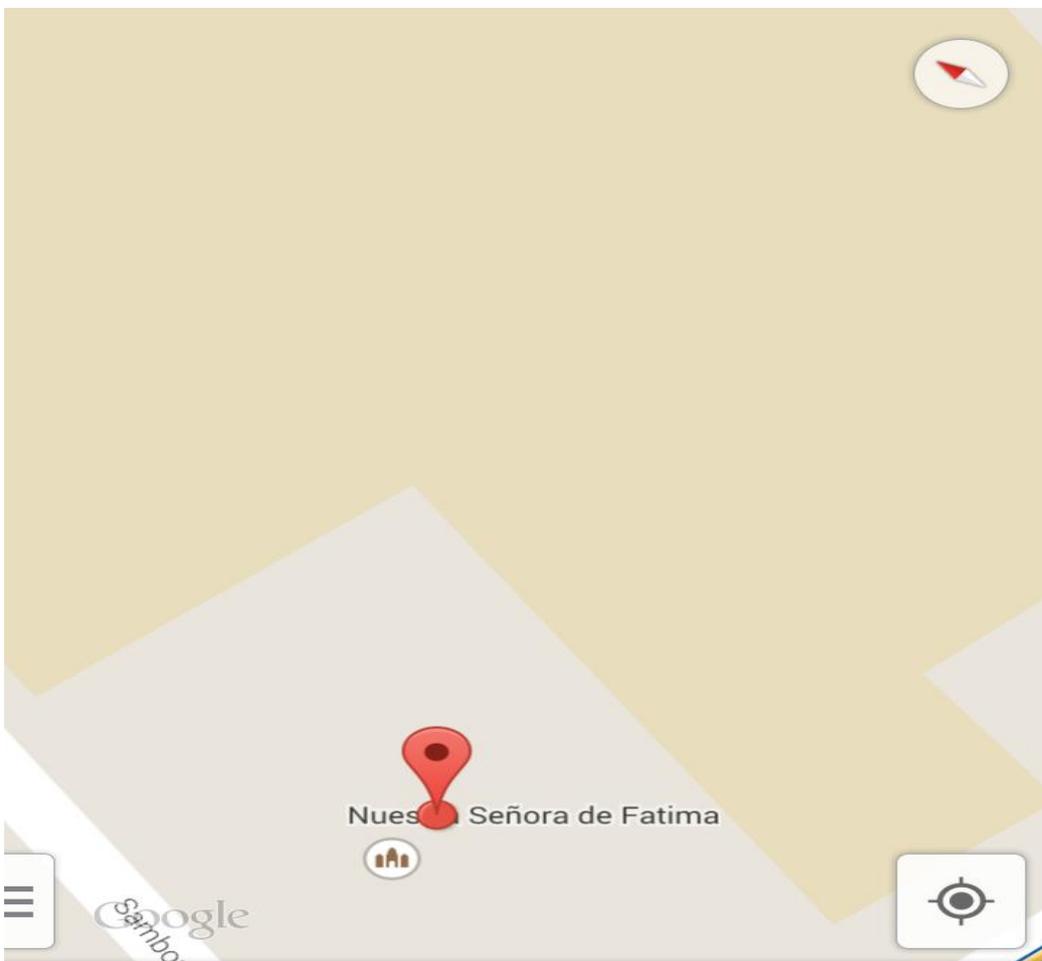
Desarrollar al análisis FODA y las 5 Fuerzas Porter establecer así la competitividad en que debe operar el negocio.

Crear estrategias de marketing mix que favorezcan al posicionamiento del negocio.

Establecer el análisis financiero por el complejo turístico.

5.5 UBICACIÓN

FIGURA 1



5.6 FACTIBILIDAD

MISIÓN

El complejo turístico Zona Acuática tiene como misión ofrecer servicios que permitan desarrollar el turismo en Virgen de Fátima, a través de la creación de dicho complejo turístico haremos prevalecer los recursos naturales y destacáremos los aportes culturales que brinda la Parroquia. Llevando acabo una buena administración y así promover nuestro Turismo haciendo factible una excelente rentabilidad para nuestra empresa.

VISIÓN

El complejo turístico Zona Acuática tiene como visión ser una empresa competitiva convirtiéndonos en líderes en servicio turístico, innovando constantemente y cumpliendo adecuadamente con nuestra función tomando encuentra el valor de nuestros visitantes brindando la mejor calidad de servicio y acrecentando el desarrollo turístico de la Parroquia.

VALORES CORPORATIVOS

Establece la base esencial del complejo turístico ya que muestran su identidad e imagen.

Confiabilidad.- La Confiabilidad impacta directamente sobre los resultados de la empresa, debiendo aplicarse no sólo a máquinas o equipos aislados sino a la totalidad de los procesos que constituyen la cadena de valor de la organización.

Honradez.- Honradez, es un valor moral que data de tu interior, pero que se interpreta a través de tus actitudes, de tu aprendizaje y de tu medio ambiente.

Ética profesional.- La **ética profesional** es el conjunto de **normas** de carácter ético aplicadas en el desarrollo de una actividad laboral

Responsabilidad.- Responsabilidad es el cumplimiento de las obligaciones, o el cuidado al tomar decisiones o realizar algo. La responsabilidad es también el hecho de ser responsable de alguien o de algo.

Objetivos de la empresa:

Objetivo general:

Brindar a los habitantes un ambiente de relax permitiendo a los turistas disfrutar de una hermosa experiencia y lograr satisfacer las exigencias de nuestros visitantes de manera que este será un recurso que apoye impulsar el turismo en la parroquia Virgen de Fátima.

Objetivos específicos:

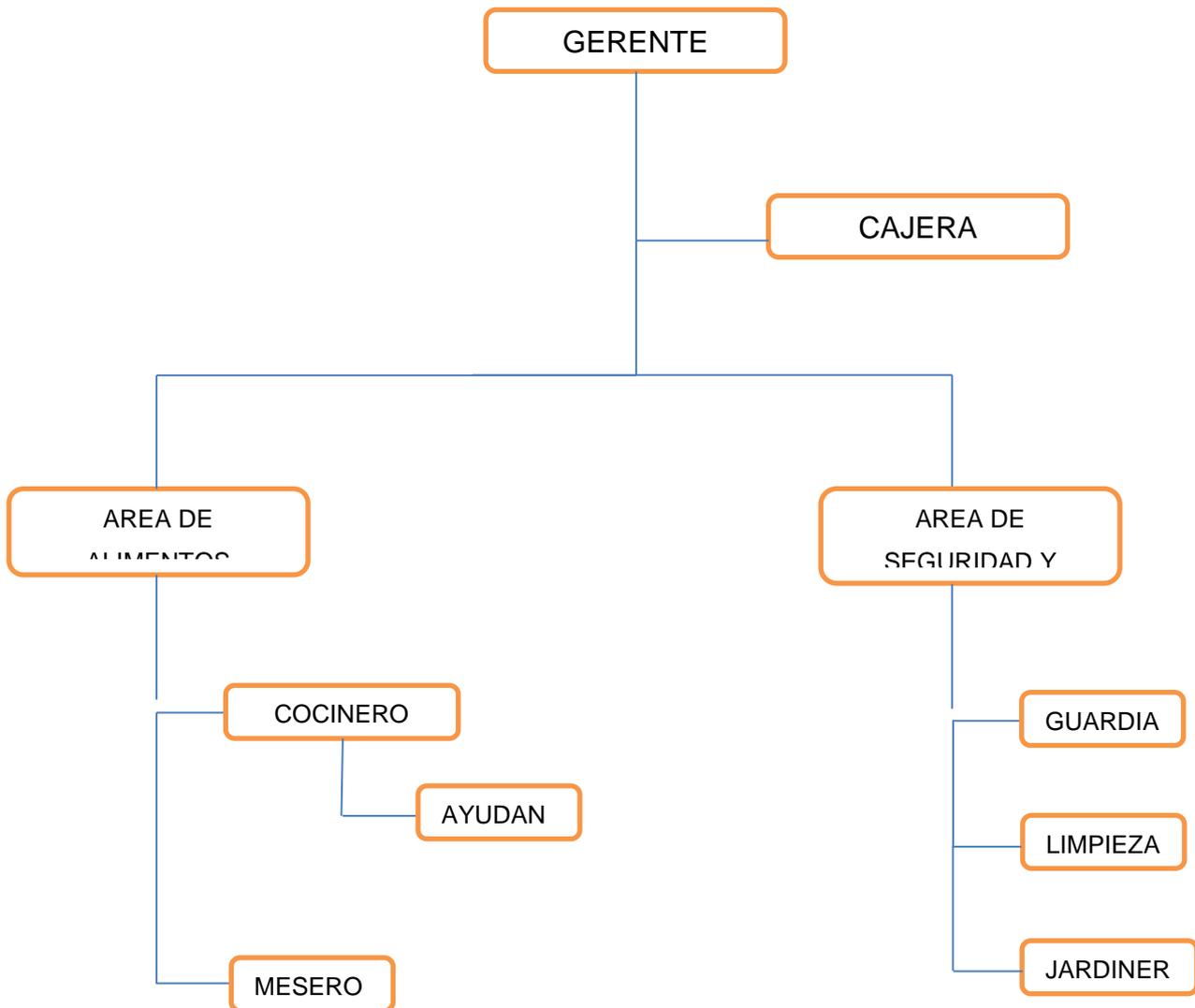
Dar a conocer en el mercado los servicios que brinda el complejo turístico con el fin de satisfacer las necesidades de los visitantes.

Optimizar la eficiencia y productividad permanente del negocio.

El desarrollo de este proyecto ayudara a crecentar la economía de esta parroquia.

Figura 2

EL ORGANIGRAMA



GERENTE GENERAL

FUNCIONES BASICAS

Liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa, cumpliendo con los lineamientos estratégicos del directorio y las normativas y reglamentos vigentes.

- Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios.
- Definir políticas generales de administración.
- Dirigir y controlar el desempeño de las áreas.
- Velar por el respecto de las normativas y reglamentos vigentes.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.

CAJERA Y RECEPCIONISTA

FUNCIONES BASICAS

El **cajero** o **cajera** en un establecimiento comercial es una persona responsable de sumar la cantidad debida por una compra, cargar al consumidor esa cantidad y después, recoger el pago por las mercancías o servicios proporcionados.

- Recibir los pagos de los clientes.
- Mantener un registro de estos pagos
- Preparar el reporte de caja diariamente
- Saludara siempre con los clientes con una sonrisa amistosa
- Atenderá a los clientes vía teléfono.

COCINERO

FUNCIONES BASICAS

- La preparación de los alimentos así como la programación de menús y platos a ofertarse de una forma nutritiva y balanceada.
- Encargado de supervisar el mantenimiento del área de preparación de alimentos siempre limpio.
- Se encarga de solicitar los productos necesarios para dicha preparación.
- Supervisa los pedidos, controla tiempo de servicio y calidad de producto.

AYUDANTE DE COCINA

FUNCIONES BASICAS

- Colabora y coordina actividades con el cocinero.
- Realiza todas las actividades laborales requeridas por el cocinero.
- Mantiene el sector de preparación de alimentos siempre limpios.
- Se encarga de los pedidos necesarios de los ingredientes.

MESEROS Y AYUDANTE DE LIMPIEZA

FUNCIONES BASICAS

- Recibir y dar la bienvenida a los clientes.
- Ubicar a los clientes en la mesa más convenientes según el grupo o personas respectivamente.
- Conocer a la perfección a cerca de los platos programas alimenticios y precios.
- Servir los platillos de una manera organizadas y cuidando el aspecto personal como de sus modales.
- Realizar la limpieza del área de atención.
- Ayudar con la limpieza deas instalaciones.

LIMPIEZA

FUNCIONES BASICAS

- Limpiezas de las baterías sanitarias del todo complejo.
- Limpieza cuando sea requerida en la piscina y vestidores.
- Limpieza de las áreas de recreación.
- Limpieza de pasillos etc.
- Limpieza de ventanas y además actividades requeridas.
- Mantenimientos de áreas verdes.
- Se encarga del manejo de los desperdicio.

GUARDIA DE SEGURIDAD

FUNCIONES BASICAS

- Velar por la seguridad tanto de turista como del complejo turístico, sus instalaciones y personal y los vehículos existentes.
- Registrar y dar la bienvenida de los visitantes.
- Ventas de ticket para el ingreso y uso únicamente del área de recreación.
- Informar permanentemente a las autoridades de cualquier percance suscitado.

JARDINERO

FUNCIONES BASICAS

- Mantener las áreas verdes en perfecto estado
- Cuidar y abonar las plantas ornamentales.

PERSONAL REQUERIDO OCASIONALMENTE

TECNICO EN MANTENIMIENTO

- Inspeccionar periódicamente el funcionamiento de cada una de las instalaciones del complejo.
- Informar de desperfectos, cotizar medidas a tomarse y ejecutarse.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

ANÁLISIS DE FODA

FORTALEZA

- Ofrece un destino de descanso relax y comodidad.
- Entorno natural.
- Ofrecer un producto de calidad con protección al medio ambiente.
- Confianza y seguridad al cliente.
- Precios acordes con el tipo de mercado
- Calidad en el producto a ofertar
- Privilegiada ubicación de las instalaciones.
- Personal comprometido con la empresa

DEBILIDADES

- Escasa promoción de la parroquia
- No contar con las comodidades de una ciudad grande.
- Al ser una empresa nueva se puede cometer errores
- Faltan de promoción turística
- Falta de servicios básicos.

OPORTUNIDADES

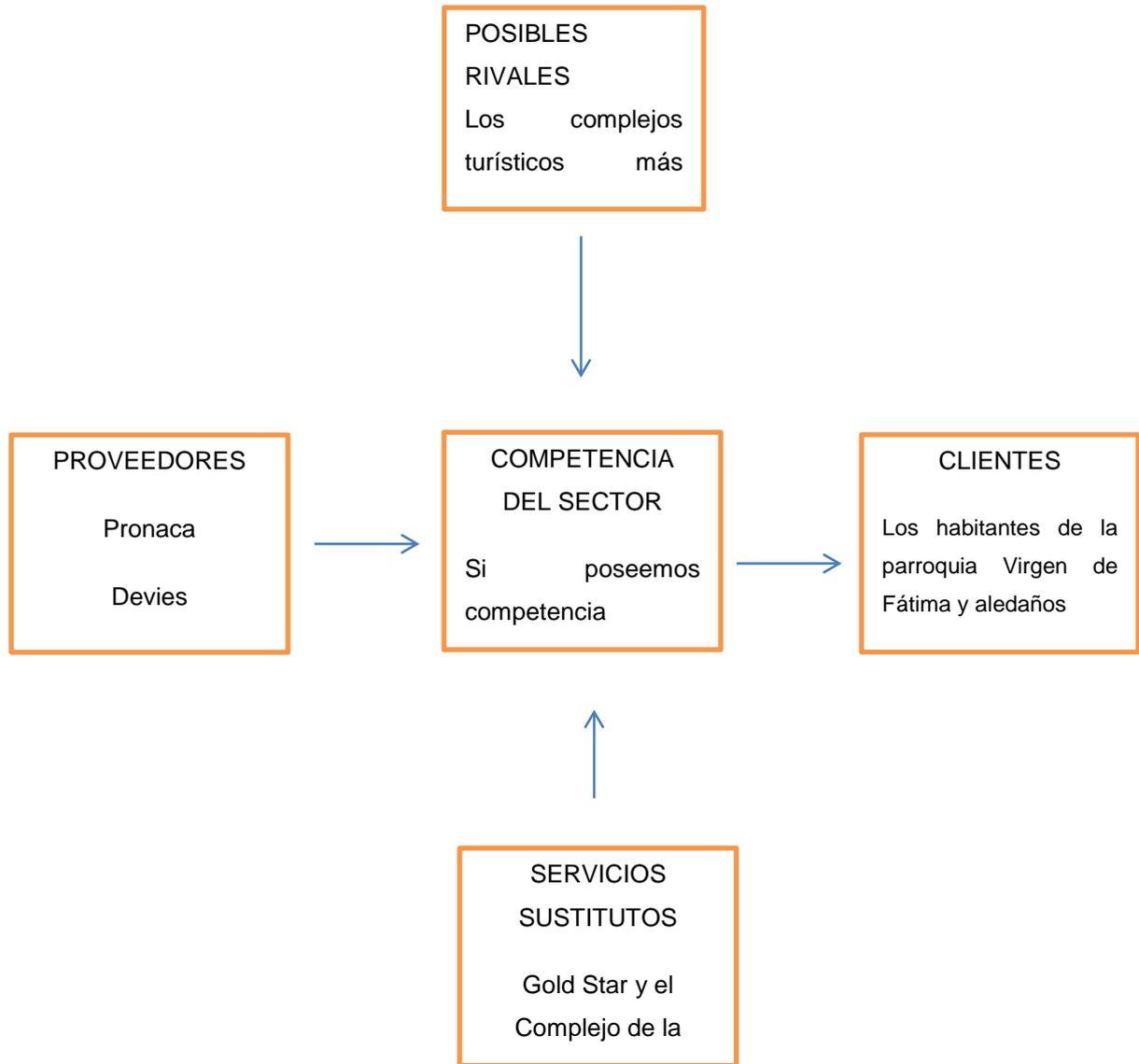
- Importante afluencia turística en temporada alta
- Adecuada infraestructura vial
- Lugar accesible

AMENAZAS

- Escasa atención para el desarrollo turístico en el sector
- Escaso nivel de educación de la población local.
- Cercanías a otros lugares turísticos importantes.
- Crisis económica e inestabilidad política que afecta al mercado turístico interno.

Análisis de las cinco fuerzas de PORTER

FIGURA 3



Para lograr ser competitivos en un mercado cada vez más convulso, y con las difíciles exigencias de satisfacer las siempre crecientes expectativas de los clientes y minimizando cada vez más los recursos desembolsados, en aras de maximizar los beneficios. Para esto es indispensable tener en cuenta que los resultados internos de la empresa dependen, en un alto porcentaje, de las características del entorno en que se mueve y de la capacidad que tiene ésta de asimilar este entorno y de administrarlo eficientemente.

Esta herramienta de gestión considera que existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

Amenaza de la entrada de nuevos competidores.

Rivalidad entre competidores existentes.

Amenaza de productos/servicio sustituto.

Poder de negación de los compradores/clientes.

Poder de negociación de los proveedores

Para conseguir un mejor estudio del complejo turístico, es importante reconocer el sector al cual estará inmersa, a través de las cinco fuerzas de ese modo, en base al análisis, poder diseñar estrategias que permitirá beneficiar las oportunidades e innovar frente a las amenazas existentes en el mercado.

Análisis del perfil competitivo del sector de las empresas.

F1. Amenaza De Entrada De Potenciales Competidores

No cuenta con competidores dentro de la parroquia hay en el km 25 y 27 complejo turístico

F2. Rivalidad Entre Empresas Competidoras

No poseo con competidores alguna

F3. Amenaza De Productos Sustitutos

Contamos con complejos turísticos pero sería una alternativa innovadora tenemos calidad de servicio,

F4. Poder De Negación De Los Compradores/Clientes

Dar a conocer la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o clientes sobre sus vendedores, esto se puede motivar cuando existe una cantidad de clientelas limitada, cuando sucede esto su capacidad de negociación es mayor.

La propuesta está situada a ofrecer un servicio innovador que genere satisfacción en las personas, el cual se originará una vez que el consumidor nos elija.

F5. Poder De Negociación De Los Proveedores

Mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos y mejores condiciones.

5.7.1 Actividades

MARKETING MIX

Posicionamiento

La habilidad de posicionamiento a adoptar, estará establecida principalmente en la característica de ofrecer un lugar innovador y servicio de calidad.

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

PRODUCTO

Complejo turístico contara con el servicio de bar restaurante, piscina, toboganes, canchas deportivas, pistas de baile y área de recreación infantil brindando un servicio de excelente calidad.

Las instalaciones como piscina y demás áreas de recreación como áreas verdes estarán sujetas a un mantenimiento constante con el fin de que aparte de brindar diversión, se puede ofertar salud y seguridad.



PRECIO

Tomando en cuenta la calidad del servicio y los costos reales para producir el mismo. Lo que garantizara que el consumidor pagara un precio justo por un servicio de calidad.

La entrada de los adultos será 2,00 dólares y los niños 1,50

La comida varía de 2,50 dólares a 3,00

PLAZA

El uso de los canales de distribución será directo sin la necesidad de intermediario todo público puede concurrir hacia el complejo turístico y hacer uso del mismo.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Cuadro 12

VARIACION INGRESOS	5%
VARIACION GASTOS	5%

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
1	ESCRITORIO	250.00	250.00
1	SILLAS EJECUTIVAS	100.00	100.00
1	ARCHIVADOR	45.00	45.00
1	MÓDULO PARA CAJERA	35.00	35.00
1	GARITA	60.00	60.00
			-
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		490.00
	EQUIPOS DE OFICINA		
1	TELEFONO FAX	200.00	200.00
1	SUMADORA ELECTRICA	30.00	30.00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		230.00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
1	COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	550.00	550.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	210.00	210.00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		760.00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
1	MAQUINA REGISTRADORA	300.00	300.00
1	COCINA INDUSTRIAL	500.00	500.00
1	CILINDRO DE GAS	35.00	35.00
25	MESAS	30.00	750.00
100	SILLAS	10.00	1,000.00
2	LICUADORA	100.00	200.00
1	BATIDORA	40.00	40.00
1	CAMPANA DE OLORES	150.00	150.00
1	CONGELADOR	2,000.00	2000.00
1	REFRIGERADORA	1,500.00	1500.00
1	MICROONDAS	120.00	120.00
1	SANDUCHERA	80.00	80.00
1	KIT DE COCINA (CUCHILLOS, CUCHARETAS, OLLAS)	1,500.00	1500.00
1	PODADORA DE CESPED	200.00	200.00
1	KIT DE JARDINERIA	50.00	50.00
1	BOMBA 1.5 HP	400.00	400.00
1	FILTRO 100 GALONES	150.00	150.00
1	HORNO	700.00	700.00
	TOTAL DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS		9,675.00
	TERRENO Y CONSTRUCCIÓN		
1	TERRENO	30000	30,000.00
1	CONSTRUCCIÓN	57900	57,900.00
	Gerencia	2500	
	A. de Alimentos y Bebidas	8000	
	A. de Vestidores	5000	
	A. de Piscinas	30000	
	A. de Juegos Infantiles	2400	
	A. de Deportes	5500	
	Guardianía	1500	
	Cisterna	3000	
	TOTAL DE TERRENO Y CONSTRUCCIÓN		87,900.00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			99,055.00

Cuadro 13

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	490.00	10%	4.08	49.00
EQUIPO DE COMPUTACION	760.00	33%	20.90	250.80
EQUIPO DE OFICINA	230.00	10%	1.92	23.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	9,675.00	10%	80.63	967.50
TERRENO Y CONSTRUCCION	87,900.00	5%	366.25	4,395.00
TOTAL	99,055.00		473.78	5,685.30

Cuadro 14

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	490,00
EQUIPO DE COMPUTACION	760,00
EQUIPO DE OFICINA	230,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	9.675,00
TERRENO Y CONSTRUCCION	87.900,00
CAJA - BANCO	2.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	101.055,00

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		101.055,00
Financiado	60%	60.633,00
Aporte Propio	40%	40.422,00
		101.055,00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	16,00%	0,16
		0,16

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	60.633,00	9.701,28

Cuadro 15

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				60.633,00
1	12.126,60	9.701,28	21.827,88	48.506,40
2	12.126,60	7.761,02	19.887,62	36.379,80
3	12.126,60	5.820,77	17.947,37	24.253,20
4	12.126,60	3.880,51	16.007,11	12.126,60
5	12.126,60	1.940,26	14.066,86	-
	60.633,00	29.103,84	89.736,84	

FINANCIAMIENTO**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				60.633,00
1	1.010,55	808,44	1.818,99	59.622,45
2	1.010,55	808,44	1.818,99	58.611,90
3	1.010,55	808,44	1.818,99	57.601,35
4	1.010,55	808,44	1.818,99	56.590,80
5	1.010,55	808,44	1.818,99	55.580,25
6	1.010,55	808,44	1.818,99	54.569,70
7	1.010,55	808,44	1.818,99	53.559,15
8	1.010,55	808,44	1.818,99	52.548,60
9	1.010,55	808,44	1.818,99	51.538,05
10	1.010,55	808,44	1.818,99	50.527,50
11	1.010,55	808,44	1.818,99	49.516,95
12	1.010,55	808,44	1.818,99	48.506,40
	12.126,60	9.701,28	21.827,88	

Cuadro 16

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 GENERAL	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	8,400.00	8,820.00	9,261.00	9,724.05	10,210.25
1 CAJERA-RECEPCIONISTA	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	4,248.00	4,460.40	4,683.42	4,917.59	5,163.47
1 COCINERO	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	4,248.00	4,460.40	4,683.42	4,917.59	5,163.47
1 AYUDANTE	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	4,248.00	4,460.40	4,683.42	4,917.59	5,163.47
1 MESERO	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	4,248.00	4,460.40	4,683.42	4,917.59	5,163.47
1 GUARDIA	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00	5,040.00	5,292.00	5,556.60	5,834.43
1 LIMPIEZA	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	4,248.00	4,460.40	4,683.42	4,917.59	5,163.47
APORTE PATRONAL	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	391.72	4,700.59	4,935.62	5,182.40	5,441.52	5,713.60
VACACIONES	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	134.33	1,612.00	1,692.60	1,777.23	1,866.09	1,959.40
DECIMO CUARTO				2,832.00									2,832.00	2,973.60	3,122.28	3,278.39	3,442.31
DECIMO TERCERO												2,870.00	2,870.00	3,013.50	3,164.18	3,322.38	3,488.50
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3,396.05	3,396.05	3,396.05	6,228.05	3,396.05	6,266.05	46,454.59	48,777.32	51,216.19	53,777.00	56,465.85						
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
ENERGIA ELECTRICA	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
TELEFONO	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
AGUA	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	25.00	25.00	2,050.00	2,152.50	2,260.13	2,373.13	2,491.79
UTILES DE OFICINA	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
INTERNET	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	480.00	504.00	529.20	555.66	583.44
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	4.08	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	20.90	250.80	250.80	250.80	250.80	250.80
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92	23.00	23.00	23.00	23.00	23.00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	80.63	967.50	967.50	967.50	967.50	967.50
DEPRECIACIÓN DE TERRENO Y CONTRUCCIÓN	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	366.25	4,395.00	4,395.00	4,395.00	4,395.00	4,395.00
GASTOS DE CONSTITUCION													600.00	200.00	210.00	220.50	231.53
TOTAL GASTOS GENERALES	993.78	818.78	818.78	12,175.30	12,069.80	12,389.03	12,724.21	13,076.16									
GASTOS DE VENTA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
TOTAL GASTOS DE VENTAS	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30											
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	4,439.82	4,439.82	4,439.82	7,271.82	4,439.82	4,439.82	4,439.82	4,439.82	4,439.82	4,439.82	4,264.82	7,134.82	59,229.89	61,477.12	64,266.71	67,195.78	70,271.31

Cuadro 17

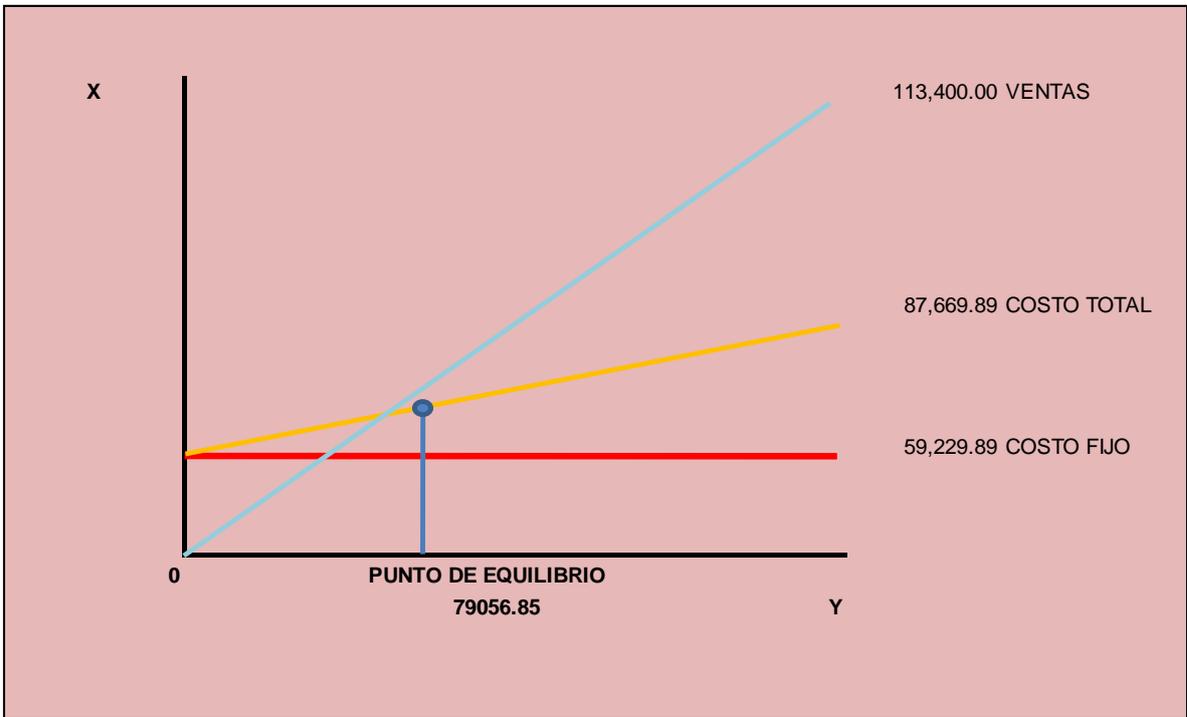
COSTO DE VENTAS																			
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUBRI	NOVIEMB	DICIEMB	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	MATERIALES DE LIMPIEZA	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
1	MATERIALES DESECHABLES PARA COMIDA (VASOS, PLATOS,	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
80	COMBUSTIBLE (GALONES)	1,50	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
1	VIVERES	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	14400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
1	CONFITERIA Y BEBIDAS	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
TOTAL			2370,00	28440,00	29862,00	31355,10	32922,86	34569,00											

Cuadro 18

COMERCIALIZADORA DE VIVERES "ECONOMAX"																			
PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADA-COMPLEJO ADULTOS	500	2,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
ENTRADA-COMPLEJO NIÑOS	700	1,50	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38
ALIMENTACIÓN	800	3,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	28.800,00	30.240,00	31.752,00	33.339,60	35.006,58
CONFITERIA Y BEBIDAS	1	1000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
ALQUILER DE INSTALACIONES	10	400,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	48.000,00	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30
TOTAL DE INGRESOS			9.450,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68	137.838,41											

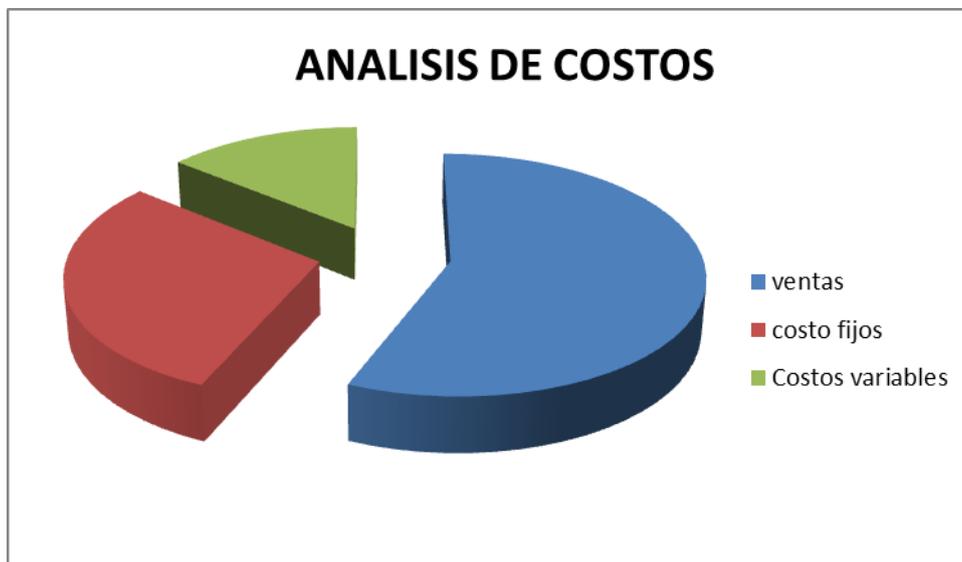
Grafico 11

Punto de equilibrio



$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{59229.89}{0.74921}$$

$$PE = 79056.85$$



Cuadro 19

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	113,400.00	119,070.00	125,023.50	131,274.68	137,838.41	626,606.58
(-) COSTO DE VENTAS	28,440.00	29,862.00	31,355.10	32,922.86	34,569.00	157,148.95
UTILIDAD BRUTA	84,960.00	89,208.00	93,668.40	98,351.82	103,269.41	469,457.63
GASTOS ADMINISTRATIVOS	46,454.59	48,777.32	51,216.19	53,777.00	56,465.85	256,690.95
GASTOS GENERALES	12,175.30	12,069.80	12,389.03	12,724.21	13,076.16	62,434.49
GASTOS DE VENTA	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	3,315.38
UTILIDAD OPERACIONAL	25,730.11	27,730.88	29,401.69	31,156.04	32,998.10	147,016.81
(-) GASTOS FINANCIEROS	9,701.28	7,761.02	5,820.77	3,880.51	1,940.26	29,103.84
UTILIDAD ANTES PART. IMP	16,028.83	19,969.85	23,580.92	27,275.52	31,057.85	117,912.97
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	2,404.32	2,995.48	3,537.14	4,091.33	4,658.68	17,686.95
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	13,624.50	16,974.38	20,043.78	23,184.20	26,399.17	100,226.03
IMPUESTO RENTA	3,406.13	4,243.59	5,010.95	5,796.05	6,599.79	25,056.51
UTILIDAD NETA	10,218.38	12,730.78	15,032.84	17,388.15	19,799.38	75,169.52

Cuadro 20

BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	2,000.00	11,587.53	19,305.63	29,206.18	41,492.32	56,221.49
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	2,000.00	11,587.53	19,305.63	29,206.18	41,492.32	56,221.49
ACTIVOS FIJOS	99,055.00	99,055.00	99,055.00	99,055.00	99,055.00	99,055.00
DEPRECIAC. ACUMULADA		5,685.30	11,370.60	17,055.90	22,741.20	28,426.50
TOTAL DEACTIVO FIJO	99,055.00	93,369.70	87,684.40	81,999.10	76,313.80	70,628.50
TOTAL DEACTIVOS	101,055.00	104,957.23	106,990.03	111,205.28	117,806.12	126,849.99
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	60,633.00	48,506.40	36,379.80	24,253.20	12,126.60	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	2,404.32	2,995.48	3,537.14	4,091.33	4,658.68
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	3,406.13	4,243.59	5,010.95	5,796.05	6,599.79
TOTAL PASIVO	60,633.00	54,316.85	43,618.87	32,801.28	22,013.98	11,258.47
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	40,422.00	40,422.00	40,422.00	40,422.00	40,422.00	40,422.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	10,218.38	12,730.78	15,032.84	17,388.15	19,799.38
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	10,218.38	22,949.16	37,982.00	55,370.14
TOTAL PATRIMONIO	40,422.00	50,640.38	63,371.16	78,404.00	95,792.14	115,591.52
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	101,055.00	104,957.23	106,990.03	111,205.28	117,806.12	126,849.99

0.00 0.00 0.00 0.00 0.00

Cuadro 21

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	113,400.00	119,070.00	125,023.50	131,274.68	137,838.41	626,606.58
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		113,400.00	119,070.00	125,023.50	131,274.68	137,838.41	626,606.58
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	101,055.00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	46,454.59	48,777.32	51,216.19	53,777.00	56,465.85	256,690.95
GASTO DE VENTAS	-	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	3,315.38
GASTOS GENERALES	-	6,490.00	6,384.50	6,703.73	7,038.91	7,390.86	34,007.99
COSTOS DE VENTAS		28,440.00	29,862.00	31,355.10	32,922.86	34,569.00	157,148.95
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	2,404.32	2,995.48	3,537.14	4,091.33	4,658.68
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	3,406.13	4,243.59	5,010.95	5,796.05	6,599.79
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	101,055.00	81,984.59	91,464.27	97,175.58	102,981.42	109,042.38	462,421.74
FLUJO OPERATIVO	-101,055.00	31,415.41	27,605.73	27,847.92	28,293.25	28,796.03	143,958.33
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	60,633.00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	60,633.00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	12,126.60	12,126.60	12,126.60	12,126.60	12,126.60	60,633.00
PAGO DE INTERESES	-	9,701.28	7,761.02	5,820.77	3,880.51	1,940.26	29,103.84
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	21,827.88	19,887.62	17,947.37	16,007.11	14,066.86	89,736.84
FLUJO NETO NO OPERATIVO	60,633.00	-21,827.88	-19,887.62	-17,947.37	-16,007.11	-14,066.86	-89,736.84
FLUJO NETO	-40,422.00	9,587.53	7,718.10	9,900.55	12,286.14	14,729.17	54,221.49
SALDO INICIAL	-	2,000.00	11,587.53	19,305.63	29,206.18	41,492.32	
FLUJO ACUMULADO	-	11,587.53	19,305.63	29,206.18	41,492.32	56,221.49	

TIR DEL NEGOCIO

13%

TIR DEL INVERSIONISTA

-16%

Cuadro 22

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	16.00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	143,958.33
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	101,055.00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	28.49%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		94,775.06
VAN	POSITIVO	-6,279.94
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	- 15.09
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	-1,609.17
TASA INTERNA DE RETORNO DEL NEGOCIO		13.27%
TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA		-16.49%

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	79056.85
EN PORCENTAJE	69.72%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	9900.55
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	1.79
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	49.52 %
INDICE DE EMPLEO		0.50

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0.8896	88.96%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0.0974	9.74%

5.7.3 Impacto

El diseño de este complejo turístico tiene como objetivo abarcar gran parte de este mercado de la parroquia Virgen Fátima beneficiado directamente al turismo de esta localidad.

Ayudando a fomentar plazas de trabajo y preparación adecuada de la misma esto incrementara el desarrollo de la economía de los Fatimences.

Los visitantes podrán encontrar una distracción sana y permitirá involucrar a los habitantes del sector evitando que se vayan a otros lugares fuera de la parroquia.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 23

ACTIVIDADES	MESES				
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
Financiamiento					
Diseño de infraestructura					
Construcción					
Compra de mobiliaria					
Selección de personal					
Capacitación de personal					
Contactar los proveedores					
Publicidad					
Inicio de actividades					

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- Se examinó los cambios que crean escaso turismo de la parroquia
- Se ajustó las necesidades de los clientes potenciales a la propuesta.
- Se ejecutó un estudio donde observamos las ventajas y desventajas interno y externo y su procedimiento.
- Se logró un análisis para valorar en aspectos financieros cuan rentable será la propuesta.

CONCLUSIONES

Por las características tanto físicas como turísticas que posee la parroquia, se hace factible la implementación del Proyecto, siendo el mismo una alternativa innovadora y única acorde a los requisitos de la demanda.

El presente proyecto busca llevar a cabo un desarrollo turístico, social y económico en la parroquia Virgen de Fátima, generando fuentes de empleo, y promocionando al lugar.

La implementación del complejo turístico permitirá el incremento de turistas en la parroquia Virgen de Fátima como una nueva alternativa de turismo en la zona, igualmente mejorara la situación socio económica incrementando las fuentes de trabajo e involucrando a los pobladores en el aspecto turístico.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la ejecución del proyecto, ya que a través del mismo se obtendrá resultados positivos en cuanto al incremento del desarrollo socio económico de los pobladores e impulsar el turismo de la parroquia.

Considerando los resultados financiero que garantizan la inversión privada, se recomienda la inversión en el proyecto.

La administración del complejo deberá cuidar el nivel de calidad, ya que independientemente de la categoría que se dé al Complejo, la calidad debe ser óptima para manejar el flujo de turistas deseados.

Lincografía

Recuperado de: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-cacao>

Bibliografía

¹ Luis Fernández Fúster, Alianza Universidad Textos, “Historia general del turismo de masas” Alianza editorial,1991, Madrid

² Luis Fernández Fúster, Alianza Universidad Textos, “Historia general del turismo de masas” Alianza editorial,1991, Madrid

³ Luis Fernández Fúster, Alianza Universidad Textos, “Historia general del turismo de masas” Alianza editorial,1991, Madrid

⁴ “Cursos de Estudios de Turismo de la UIOOT”, Tomo I, 1967, citado en Oscar de la Torre Padilla, *Turismo, fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, pp. 15-19

ANEXOS



ANEXO 1

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
Formato de encuestas**

Se realiza la encuesta a los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima Cantón Yaguachi Provincia del Guayas, con el propósito de conocer la Factibilidad sobre el Estudio de creación de un complejo turístico.

1.- Con qué frecuencia acude usted a las distintas actividades que ofrece un complejo turístico?

Semanal	
Mensual	
Semestral	
Vacacional	
Otros	

2.- ¿Se encuentra usted de acuerdo con el desarrollo de la actividad recreativa que complementen el adelanto turístico de la parroquia?

Totalmente De Acuerdo	
De Acuerdo	
En Desacuerdo	
Totalmente en Desacuerdo	

3.-¿Por qué razón piensa usted que Virgen de Fátima es solo un punto de paso para los visitantes:

Falta de lugares apropiados para que el turista pueda recrearse	
Falta de información sobre el lugar	
Falta de servicios básicos (luz, agua, teléfono)	
Otros	

4.- ¿Piensa usted que la Junta parroquial de Virgen de Fátima debería incentivar a la inversión en el turismo?

Totalmente De Acuerdo	
De Acuerdo	
En Desacuerdo	
Totalmente en Desacuerdo	

5.-¿Cree usted que la creación del Complejo Turístico aportará con el desarrollo sostenible de la Parroquia?

Totalmente De Acuerdo	
De Acuerdo	
En Desacuerdo	
Totalmente en Desacuerdo	

6.-¿Le gustaría a usted poder visitar un lugar con una infraestructura que satisfaga sus necesidades de ocio y recreación y a la vez estar en contacto con la naturaleza?

Si	
No	
No opina	

7.-¿Qué actividades le gustaría que le brindara el centro turístico de su preferencia?

Caminatas	
Deportes extremos	
Pescar artesanal	
Piscina turno y sauna	

8.- ¿Qué beneficios considera usted que generará la creación de un Complejo Turístico para los habitantes de la Parroquia Virgen de Fátima?

Fuente de Empleo	
Fomento al Comercio	
Mejoramiento de la comunidad	

9.- ¿Cree usted que ofertar turísticamente las riquezas naturales del sector llamara la atención de personas que deseen pasar un momento ameno en familia?

Si	
No	
No opina	

10.- ¿Cuándo usted visita un Centro Turístico que tan importantes es para su gusto la buena atención e instalaciones y servicio de calidad por iguales a turistas nacionales y extranjeros?

Muy importante	
Poco importante	
Sin importancia	

ANEXO 2

Foto del Predio



ANEXO 3

Piscinas



Restaurante



Cancha de futbol



Pista de baile



Juegos infantiles

