



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SANTA
ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

**AUTORA: BEATRIZ ELIZABETH MERA MERA
TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SANTA
ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

AUTORA: BEATRIZ ELIZABETH MERA MERA

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, 11 de julio del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la tesis de grado, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015” elaborada por la Srta. BEATRIZ ELIZABETH MERA MERA, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Ing. Johnny Reyes de la Cruz, MSc.

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La libertad, marzo del 2015

Atentamente

.....

BEATRIZ ELIZABETH MERA MERA

C.I. 0928558006

DEDICATORIA

A mi mami la señora Patricia Mera, a mi papa el señor Jacinto Mera, a mi esposo Danilo Merejildo, a mis hermanos Amanda, Anthony, Alisson, a mis sobrinos Adrián, Melanye, y a la luz de mis ojos mi hija Samantha, que gracias a ellos a su comprensión, ayuda y guía pude lograr con éxito una de mis metas.

Beatriz

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme vida, salud y sabiduría para haber realizado este trabajo, por poder prepararme y enfrentar en un futuro cercano a los nuevos retos que me dará la vida y saber ejercer la profesión de la mejor manera.

A los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por haberme guiado y brindado sus conocimientos para mi formación profesional.

Y a mí tutor el Ing. Johnny Reyes, gracias a él pude llevar a cabo la investigación para el presente proyecto.

Beatriz

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE
INGENIERÍA EN GESTIÓN Y
DESARROLLO TURÍSTICO

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Juan Carriel Wang, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO
TURÍSTICO EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA,
ELENA, AÑO 2015”**

Autora: Beatriz Elizabeth Mera Mera

Tutor: Ing. Johnny Reyes, MSc.

RESUMEN

El presente documento presenta los resultados del **“Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015”** con la metodología utilizada en primera instancia se establece la situación actual en la que se encuentra el cantón, determinando la escasa diversificación de atractivos turísticos que tiene la zona, a continuación se detalla todo el marco teórico en relación a las variables como son la inversión en turismo y la escasa diversificación de atractivos turísticos, se realizan los diferentes estudios técnico administrativos donde se determina el tamaño, la localización, las instalaciones y los insumos que se van a utilizar para el proyecto en mención, se realiza también la parte administrativa donde se determinan manuales de funciones y responsabilidades de cada uno de los puestos, en la parte económica se determina el PIB, la contribución y las diferentes inversiones así como el capital de trabajo, en la parte financiera determina el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el período de recuperación de la inversión y otros indicadores financieros, consideramos este estudio de factibilidad importante para futuros inversionistas ya que con este proyecto tratamos contribuir con una solución para este problema.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA, Y SUS PERSPECTIVAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	4
1. LOCALIZACIÓN Y ASPECTOS AMBIENTALES.....	4
Clima..4	
Transporte	4
Avenidas importantes.....	4
1.1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DEL CANTÓN SANTA ELENA.....	5
1.2. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL CANTÓN DE SANTA ELENA.....	7
1.3. PRINCIPALES DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA.....	8
1.3.1. Relación de Género en las Actividades Productivas.....	9
1.4. ANÁLISIS ECONÓMICO EN LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA.. 9	
1.5. TURISMO EN EL CANTÓN SANTA ELENA	10
1.5.1. Actividades Tradicionales en el cantón Santa Elena.....	11
1.6. DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA.	12
1.7. IMPORTANCIA DE LA INVERSIÓN EN TURISMO A NIVEL GENERAL	13

1.8. P.I.B. DEL SECTOR NACIONAL	17
1.8.1. Inflación en el Ecuador	18
1.9. NECESIDAD DE CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA.....	19
1.10. COMPLEJO TURÍSTICO	20
1.10.1. Antecedentes de complejos turísticos	21
1.10.2. Importancia de los complejos turísticos.....	22
1.11. LEYES Y REGLAMENTOS QUE CONTRIBUYEN A LA INVERSIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.	22
1.12. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	25
1.12.1. Aspectos generales de un estudio de factibilidad.....	25
1.12.2. Objetivos del estudio de factibilidad.....	26
1.12.3. Etapas del Estudio de Factibilidad.....	26
CAPÍTULO II.....	30
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.1. VALIDACIÓN METODOLOGICA	30
2.1.1. Diseño de la investigación	30
2.1.2. Objeto de conocimiento	30
2.1.3. Apoyo metodológico.....	30
2.1.4. Soporte administrativo	31
2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
2.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
2.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	33
2.5. TÉCNICAS UTILIZADAS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN:	33
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	34
2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS A TURISTAS Y POBLADORES	35

2.9. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENTREVISTAS	49
2.10. INTEGRACIÓN Y ANÁLISIS FINAL DE LA INFORMACIÓN RECUPERADA EN CAMPO	54
2.11. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	56
CAPÍTULO III.....	58
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	58
3.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	58
3.2. RAMA DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA	58
3.2.1. Actividad Económica.....	59
3.2.2. Ubicación	60
3.2.3. Valor de la empresa	61
3.2.3.2. Visión.....	61
3.2.3.3. Valor..	61
3.2.4. Necesidades a Satisfacer	61
3.2.6. Justificación e Importancia	62
3.3. ESTUDIO DE MERCADO	63
3.3.1. Mercado	63
3.3.2. Análisis de la Situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.....	63
3.3.3. Producto a ofrecer	65
3.3.4. Clientes..	65
3.3.5. Proveedores.....	66
3.3.6. Sustitutos.....	67
3.3.7. Valoración de la Demanda.....	68
3.3.8. Análisis Situacional	69
3.3.9. FODA.....	71
3.3.10. Estrategia de Mercadeo.....	72
3.3.11. Precio..	73

3.4. ESTUDIO TÉCNICO	73
3.4.1. Macro localización.....	73
3.4.2. Micro localización	73
3.4.3. Tamaño de Planta Seleccionado	74
3.4.4. Proceso de Producción en la Prestación del Servicio.....	75
3.4.5. Programa de Producción	76
3.4.6. Instalaciones físicas	76
3.4.7. Maquinarias y Equipos	77
3.4.8. Insumos	77
3.4.9. Recursos Humanos.....	79
ANÁLISIS DE PUESTOS.....	80
3.5. ESTUDIO ECONÓMICO	86
3.5.1. Plan Económico – Financiero	86
3.5.2. Plan de Inversiones	86
3.5.2.1. Inversión Fija Tangible	86
3.5.2.2. Inversión fija intangible	86
3.5.2.3. Capital de Trabajo.....	87
3.5.3. Costo de operación.....	87
3.5.4. Ingresos	88
3.6. ESTUDIO FINANCIERO	88
3.6.1. Evaluación Financiera.....	88
3.6.2. Estados Financieros Proyectados	88
3.6.3. Estado de Ganancias y Pérdidas.....	89
3.6.4. Flujo de Caja (Corriente de Liquidez)	89
3.6.5. Balance General	90
3.6.6. Flujos de Caja para Evaluación.....	90
3.6.7. Indicadores de rentabilidad de la Inversión	91

3.6.7.1. Tasa Interna de Retorno	91
3.6.7.2. Valor Presente Neto	92
3.6.7.3. Período de Retorno de la Inversión.....	93
3.6.7.4. Análisis de Sensibilidad.....	93
3.6.7.5. Punto de Equilibrio	95
3.6.8. Coeficiente de Rentabilidad Nacional.....	96
3.6.8.1. Valor Agregado.....	96
3.6.8.2. Generación de Empleos	97
3.6.8.3. Beneficios Socio económicos	97
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES.....	100
IMPACTOS DE EJECUCIÓN	101
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1 GÉNERO DEL TURISTA.....	35
GRÁFICO # 2 INTERVALO DE EDAD DEL TURISTA	36
GRÁFICO # 3 ¿QUÉ ES PARA USTED UN COMPLEJO TURÍSTICO?.....	37
GRÁFICO # 4 CANTIDAD DE VECES QUE PARTICIPA EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS .	38
GRÁFICO# 5 LE GUSTARÍA QUE EN EL CANTÓN SANTA ELENA EXISTIERA UN COMPLEJO TURÍSTICO	39
GRÁFICO # 6 DE QUÉ SERVICIOS LE GUSTARÍA DISFRUTAR.....	40
GRÁFICO # 7 QUÉ PLATOS LE GUSTARÍA DEGUSTAR EN EL RESTAURANTE.....	41
GRÁFICO # 8 QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR.....	42
GRÁFICO # 9 QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA MÁS	43
GRÁFICO # 10 CON QUIÉN VISITARÍA EL COMPLEJO TURÍSTICO	44
GRÁFICO # 11 QUÉ BENÉFICO TRAERÁ LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTIC.	45
GRÁFICO # 12 LE GUSTARÍA CANCELAR UN SOLO VALOR DE ENTRADA	46
GRÁFICO # 13 VALOR QUE ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR.....	47
GRÁFICO # 14 FRECUENCIA DE VISITA DEL TURISTA	48
GRÁFICO # 15 UBICACIÓN DEL PROYECTO	60
GRÁFICO # 16 ENCUESTA A TURISTA.....	69
GRÁFICO # 17 INSTALACIONES FÍSICAS	74
GRÁFICO # 18 PROCESO DE ATENCIÓN	75
GRÁFICO # 19 INSTALACIONES FÍSICAS	76
GRÁFICO # 20 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	79

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO # 1 ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DE SANTA ELENA.....	7
CUADRO # 2 POBLACIÓN Y VIVIENDA	8
CUADRO # 3 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	8
CUADRO # 4 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	9
CUADRO # 5 FIESTAS TRADICIONALES DEL CANTÓN SANTA ELENA	11
CUADRO # 6 ATRACTIVO TURÍSTICO	12
CUADRO # 7 PROYECTOS EMBLEMÁTICOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA ...	15
CUADRO # 8 PORCENTAJE DE INFLACIÓN MENSUAL.....	19
CUADRO # 9 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
CUADRO # 10 CANTIDAD DE VECES QUE EL TURISTA PARTICIPA DEL TURISMO	55
CUADRO # 11 LE GUSTARÍA QUE SE CREARA UN COMPLEJO TURISTICO.....	55
CUADRO # 12 BENEFICIOS AL CANTÓN SANTA ELENA	56
CUADRO # 13 LE GUSTARÍA CANCELAR UN VALOR DE ENTRADA	56
CUADRO # 14 PREGUNTA DE HIPÓTESIS	57
CUADRO # 15 CALCULO DE CHI ²	57
CUADRO # 16 PROCEDIMIENTO DE CHI ²	57
CUADRO # 17 POSIBLE COMPETENCIA	66
CUADRO # 18 ANÁLISIS FODA.....	71
CUADRO # 19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	76
CUADRO # 20 INSTALACIONES FÍSICAS DEL COMPLEJO.....	77
CUADRO # 21 INVERSIÓN FIJA TANGIBLE.....	86
CUADRO # 22 INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	87
CUADRO # 23 PRECIOS	88
CUADRO # 24 INGRESOS	88
CUADRO # 25 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	89
CUADRO # 26 FLUJO DE CAJA	89
CUADRO # 27 BALANCE GENERAL.....	90
CUADRO # 28 FLUJO DE CAJA PARA EVALUACIÓN	91
CUADRO # 29 TASA INTERNA DE RETORNO	92

CUADRO # 30 VALOR ACTUAL NETO	92
CUADRO # 31 PERÍODO DE RETORNO DE LA INVERSIÓN	93
CUADRO # 32 ESCENARIO OPTIMISTA	94
CUADRO # 33 ESCENARIO BASE	94
CUADRO # 34 ESCENARIO PESIMISTA	94
CUADRO # 35 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	95
CUADRO # 36 VALORACIONES	97
CUADRO # 37 EVALUACIÓN DE IMPACTOS	98
CUADRO # 38 VARIABLE DEPENDIENTE	134
CUADRO # 39 VARIABLE INDEPENDIENTE	135

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1 ENCUESTAS	107
ANEXO # 2 GÉNERO DEL TURISTA	110
ANEXO # 3 INTERVALO DE EDAD DEL TURISTA.....	110
ANEXO # 4 ¿QUÉ ES PARA USTED UN COMPLEJO TURÍSTICO?	110
ANEXO # 5 CANTIDAD DE VECES QUE PARTICIPA EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS ...	111
ANEXO # 6 LE GUSTARÍA QUE EN EL CANTÓN SANTA ELENA EXISTIERA UN COMPLEJO TURÍSTICO	111
ANEXO # 7 DE QUÉ SERVICIOS LE GUSTARÍA DISFRUTAR.....	111
ANEXO # 8 QUÉ PLATOS LE GUSTARÍA DEGUSTAR EN EL RESTAURANTE	112
ANEXO # 9 QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR.....	112
ANEXO # 10 ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA MÁS?	112
ANEXO # 11 CON QUIÉN VISITARÍA EL COMPLEJO TURÍSTICO	113
ANEXO # 12 QUÉ BENÉFICO TRAERÁ LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO	113
ANEXO # 13 LE GUSTARÍA CANCELAR UN SOLO VALOR DE ENTRADA.....	113
ANEXO # 14 VALOR QUE ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR	114
ANEXO # 15 FRECUENCIA DE VISITA DEL TURISTA	114
ANEXO # 16 REALIZANDO LAS ENCUESTAS	115
ANEXO # 17 REALIZANDO LAS ENCUESTAS	116
ANEXO # 18 FOCUS GROUP	117
ANEXO # 19 FOCUS GROUP	117
ANEXO # 20 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	118
ANEXO # 21 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	119
ANEXO # 22 ACTIVOS INTANGIBLES.....	119
ANEXO # 23 COSTOS OPERATIVOS	120
ANEXO # 24 INGRESOS	121
ANEXO # 25 ESTADO DE RESULTADO	122
ANEXO # 26 FLUJO DE CAJA O CORRIENTE DE LIQUIDEZ.....	124
ANEXO # 27 BALANCE GENERAL.....	125
ANEXO # 28 FLUJOS DE CAJA PARA EVALUACIÓN	126
ANEXO # 29 PERIODO DE RETORNO DE LA INVERSIÓN.....	127
ANEXO # 30 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	128
ANEXO # 31 ROL DE PAGOS.....	129

INTRODUCCIÓN

El cantón Santa Elena posee una exuberante vegetación y hermosos paisajes que embellecen la vista de cualquier persona que nos visita, sus playas son el primer punto que elige el turista para visitar pues sus aguas son cálidas y limpias además de su gente amable.

Los habitantes del cantón Santa Elena son herederos de tradiciones muy propias, reflejadas en el ancestral culto a sus muertos que se mezcla con sus peregrinaciones religiosas, las artes tradicionales de pesca en muchas de las poblaciones constituyen la forma de producción de sus habitantes desde tiempos inmemoriales y el principal sustento hasta hoy.

Día a día hombres y mujeres de nuestra comunidad transforman los recursos de esta generosa tierra en hermosos utilitarios, gracias a sus habilidades tradicionales como el tejido de fibras al igual que con las semillas de ciertas plantas elaboran hermosos objetos como llaveros, adornos y bisutería.

La riqueza de los diseños de ancestrales culturas de la región como la Guangala y la Valdivia, es revalorizada y plasmada en joyas de espectacular belleza que enamoran a las personas que nos visitan.

En los últimos 8 años la provincia de Santa Elena ha estado en una constante transformación en diferentes áreas debido a las variantes de autoridades y gobernantes que influyen no solo en la provincia de Santa Elena sino a nivel nacional. Estos cambios en el nuevo gobierno nos han beneficiado positivamente

ya que antes nadie velaba por el desarrollo de los habitantes y sólo se lucraban del pueblo.

El cantón Santa Elena está integrado por su cabecera cantonal Santa Elena, Ballenita y seis parroquias rurales: Atahualpa, Colonche, Chanduy, Manglaralto, San José de Ancón, Simón Bolívar y Julio Moreno.

Los resultados de la investigación generan beneficios de manera directa al sector turístico del área en cuestión y a la cabecera cantonal de Santa Elena, estos a su vez motiva a que se generen estudios de diferente índole, es así que el presente estudio a realizar se orienta para alcanzar y cumplir con el desarrollo de la cabecera cantonal ya que esta es la puerta de entrada de los turistas y lograr que estos se queden disfrutando del nuevo atractivo que es la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena mediante un estudio de factibilidad con sus respectivas técnicas para la recopilación de datos.

Nuestro país busca cumplir con el Plan de Desarrollo Turístico para lo cual se plantea la oferta de productos diseñados a base de criterios de sostenibilidad en cada uno de sus componentes, también se busca obtener una participación responsable y participativa buscando el desarrollo de la comunidad y la satisfacción del turista.

Con el pasar del tiempo se ha visto que las autoridades no se están preocupando en invertir en nuevos proyectos en el cantón Santa Elena ya que solo se fijan en mantener en buen estado los atractivos ya conocidos, además actualmente existen sociedades más urbanizadas con poco y limitado acceso a sitios naturales para el disfrute del turista trayendo como consecuencia la incidencia que tiene la

inversión en turismo en la diversificación de atractivos turísticos en el cantón Santa Elena es por ello que se plantea como una alternativa los complejos turísticos en nuestro Cantón.

El capítulo I está conformado por el marco teórico y antecedentes los cuales cuentan con información relevante acerca del cantón Santa Elena las inversiones en turismo y la diversificación de la oferta turística además de información como la posible demanda que estará dispuesta a consumir nuestro producto, también información relevante acerca de los complejos turísticos en el Ecuador que es el tema de interés del trabajo de investigación. Se encuentra también conceptos y referencias acerca del PIB (producto interno bruto), la inflación en el Ecuador, se habla también del desarrollo turístico en el cantón Santa Elena, se hace mención a las actividades tradicionales que se llevan a cabo en el Cantón, se habla también acerca de la parte constitucional normas y reglamentos en el ámbito turístico y en base a los complejos turísticos.

El capítulo II tenemos la metodología de investigación con sus respectivos conceptos donde describimos los métodos y técnicas que vamos a usar, también conoceremos el tamaño de la población y la muestra que vamos a tomar como referencia para el desarrollo del proyecto. También tenemos el análisis e interpretación de los resultados el cual permite presentar de manera gráfica los resultados obtenidos de la aplicación de los métodos de investigación como son las encuestas y entrevistas de un grupo focal con sus respectivos análisis.

El capítulo III está conformado en sí por la propuesta del proyecto, aquí se describen los servicios a ofrecer, la ubicación, costos y gastos, además conoceremos la misión, visión, objetivos y valor que deseamos alcanzar como empresa a través del estudio de factibilidad y sus componentes.

CAPÍTULO I

LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA, Y SUS PERSPECTIVAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

1. LOCALIZACIÓN Y ASPECTOS AMBIENTALES

El cantón Santa Elena está ubicado en las coordenadas 2°13'36"S 80°51'30" O/-2.2267,-80.8583 y limita al norte con el cantón Puerto López de la provincia de Manabí, al sur con el Océano Pacífico y el cantón Playas; al este con los cantones Pedro Carbo, Isidro Ayora y Guayaquil de la provincia del Guayas; y al oeste con los cantones La Libertad y Salinas.

Clima

La ciudad es de clima árido o desértico debido a un ramo de la corriente de Humboldt pasando por la península. Su promedio anual de precipitación es entre 125 a 150 mm, es así una de las ciudades ecuatorianas más secas. Tiene dos temporadas, la lluviosa y la seca. La lluviosa cae entre los meses de enero hasta abril y la seca en los meses restantes. Durante la temporada lluviosa, la precipitación que se registra es casi el 90% de toda la pluviosidad que cae anualmente. Aquí las temperaturas oscilan entre los 21 y 40° C.

Transporte

La ciudad está comunicada con Guayaquil a través de la Autovía de paso Guayaquil - Salinas y la carretera antigua que es sin pago, en un viaje aproximado de dos horas. La mayoría de las calles de la ciudad están asfaltadas, especialmente las del centro, aunque algunas están desgastadas y el resto de calles son lastradas.

Avenidas importantes

- 18 de Agosto

- Márquez De La Plata
- Virgilio Drouet
- Colonche (*G.A.D. Municipal del Cantón Santa Elena, s.f.*)

1.1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DEL CANTÓN SANTA ELENA

La región de Santa Elena, es considerada como uno de los centros de civilización más antiguos de América, ya que en ella se han encontrado vestigios de culturas muy antiguas como la de “Las Vegas” (10000 a.p.), del periodo precerámico, llamada así por estar la mayoría de sus asentamientos, distribuidos a lo largo del cauce del río epónimo (Stothert, 1997).

Así como de la “cultura Valdivia” (Formativo temprano 3500 A.C. 300 A.C.), uno de los complejos agroalfareros especializados más antiguos de Sudamérica y que se asentó prácticamente a lo largo de toda la región costera del actual Ecuador (Estrada, ; Meggers, Evans y Estrada, 1956; Cevalloz y Holm, 1960; Marcos, 1988), y que fuera sucedida por las culturas: “Machalilla” (Formativo medio 2600 A.C. – 1800 A.C.), “Engoroy” (Formativo tardío 1800 A.C. – 500 A.C.), “Guangala” (Desarrollo regional), y “Guancavilca” (Integración 500 D.C. hasta el 1532 D.C.). Siendo esta última a la que le tocó afrontar la invasión, conquista y colonia española, y de la cual descende prácticamente toda la población nativa actual.

El proceso de supervivencia, recomposición y continuidad étnico-territorial de estos últimos procesos, han sido ampliamente estudiados y documentados por los trabajos del Centro de Estudios Arqueológicos y Antropológicos de la ESPOL, muy en especial por las investigaciones de la Dra. Silvia G. Álvarez (“Etnicidades en la Costa ecuatoriana”, “Los últimos 500 años en la península de Santa Elena”), la Dra. Karen Stothert (“Prehistoria Temprana de la Península Santa Elena: Cultura Las Vegas”, “Sumpa: Historia de la Península de Santa Elena”, “The

Archeology and Early History of the Head of the San Antonio River”, “La Cerámica Manteña de las Tolas de Japotó, 2007”), entre otros.

A raíz del proceso independentista, las antiguas comunidades de indígenas de la región santaelenense inician un nuevo proceso de lucha desde los antiguos centros de reducción, devenidos en “Grandes Comunidades de Indígenas de la costa”, siendo uno de ellos precisamente la reducción de indios Guancavilcas de la punta de Santa Elena, que desde finales del siglo XVII se había reubicado en el espacio que actualmente ocupa el centro de la cabecera cantonal de Santa Elena, capital de la provincia homónima (Pino Roca [1930] 1999, y Colcha, 2012). Erigiéndose en cabecera oficial del antiguo Partido de La Costa, también llamado de la Punta, o Santa Elena (Álvarez 2002)

Es así que a partir del proyecto republicano de Bolívar, y a instancias de los patriotas guayaquileños, el antiguo Partido de Las Costa se constituye en cantón, adoptando oficialmente el nombre de Santa Elena, en honor y homenaje a la matrona de su población principal, que fue erigida en “villa”.

El cantón Santa Elena conformó hasta el 2007, parte de la jurisdicción de la Provincia del Guayas, ya que a raíz del proceso de provincialización de la región homónima, que abarcó básicamente la porción occidental de la península de Santa Elena, y su región continental inmediatamente al norte, paso a constituir, junto a los cantones Salinas y La Libertad, la nueva jurisdicción político territorial de carácter provincial. Designándose a la población de Santa Elena, de por sí ya cabecera cantonal, en la capital de la nueva provincia, sin que esto afecte mayormente su carácter de cabecera de la jurisdicción cantonal.

El cantón Santa Elena es de por sí el cantón más grande de la provincia homónima, ya que posee una extensión de 3.668,90 km², que representa el 46.7%

de la extensión provincial, el 72.5% netamente de tierras rurales en régimen comunal.

1.2. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL CANTÓN DE SANTA ELENA

El cantón Santa Elena es regido como todas las localidades ecuatorianas por municipios según lo estipulado en la Constitución de la Republica. El gobierno municipal de Santa Elena es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por un alcalde, u otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal. El cantón se divide en parroquias que pueden ser urbanas y rurales y son representadas por los gobiernos parroquiales ante la alcaldía. *(G.A.D. Municipal del Cantón Santa Elena, s.f.)*

CUADRO # 1 Organización territorial de Santa Elena

Parroquias urbanas	Parroquias rurales
<ul style="list-style-type: none">• Santa Elena• Ballenita	<ul style="list-style-type: none">• Atahualpa• Colonche• Chanduy• Manglaralto• San José de Ancón• Simón Bolívar (Julio Moreno)

Fuente: municipio de Santa Elena, año 2014

Elaborado por: Beatriz Mera

1.3. PRINCIPALES DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA

El Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, realizó un censo de población y vivienda en el año 2010 obteniendo los siguientes resultados para el cantón de Santa Elena. La población llega a 144.076 habitantes, de ellos 73.396 son hombres y 70.680 mujeres, en el área urbana viven 39.681 personas y en la rural 104.395.

CUADRO # 2 Población y Vivienda

PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
Atahualpa	-	3,532	3,532
Chanduy	-	16,363	16,363
Colonche	-	31,322	31,322
Manglaralto	-	29,512	29,512
San José de Ancón	-	6,877	6,877
Santa Elena	39,681	13,493	53,174
Simón Bolívar	-	3,296	3,296
TOTAL	39,681	104,395	144,076

Fuente: INEC, año 2010

Elaborado por: Beatriz Mera

La población se auto identifica:

CUADRO # 3 Identificación de la población

Mestizo	79,1
Afro ecuatoriano	8,5
Montubio	4,9
Blanco	3,7
Indígena	1,4
Otro	2,4

Fuente: G.A.D. Municipal del cantón Santa Elena, año 2014

Elaborado por: Beatriz Mera

1.3.1. Relación de Género en las Actividades Productivas

CUADRO # 4 Población económicamente activa (PEA)

OCUPACIÓN	HOMBRE	MUJER
Empleado privado	21.539	6.386
Cuenta propia	21.433	7.588
Jornalero o peón	13.047	553
Empleado u obrero del estado, municipio o consejo provincial	8.379	4.259
No declarado	3.475	2.043
Empleada domestica	737	3.439
Patrono	2.023	948
Trabajador no remunerado	2.219	650
Socio	817	362
TOTAL	73.669	26.228

Fuente: INEC, año 2010
Elaborado por: Beatriz Mera

1.4. ANÁLISIS ECONÓMICO EN LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA

El cantón Santa Elena se basa para la actividad económica en tres aspectos muy importantes que son la pesca, agricultura y el turismo,

- **Pesca:** Un sector sumamente importante para la economía de la zona. Se identifican tres niveles de actividad pesquera: la artesanal (con bajo capital y gran cantidad de pescadores), la de barcos tamaño medio (con mayor especialización) y la pesca con alta tecnología. Según el CERUR (1995), la pesca artesanal genera la mayor cantidad de empleo, pero maneja inadecuadamente el producto (por falta de tecnología). La pesca es una actividad que se mantiene constante durante el año, sin embargo se

encuentra restringida por temporadas de veda de ciertas especies, época en la cual los pescadores buscan otras especies para atrapar.

- **Agricultura:** Generalizadamente hay un bajo nivel tecnológico en estas actividades, por lo cual el uso de la mano de obra es mayor y el rendimiento bajo. Los principales cultivos anuales identificados en la zona son: maíz duro, tomate, sandía, pimiento, melón y pepino. En cuanto a cultivos perennes destacan la paja toquilla, los cítricos y el mango. Los productores comercializan sus productos con intermediarios, quienes llevan la mayor parte de la ganancia por conocer mejor el mercado. Dependiendo del tipo de cultivo, esta actividad está restringida también a temporadas, especialmente épocas de lluvia. (*Pablo, 2008*)
- **Turismo:** El turismo es el recurso más importante para generar ingresos para la población de Santa Elena ya que como nos dicen los extranjeros estamos sentados sobre una mina de oro sin desarrollarla aun en su totalidad. A nivel general la península de Santa Elena recibe en sus balnearios aproximadamente 80 mil turistas por temporada, lo cual indica un ingreso estimado de 12'000,000 dólares.

La cabecera cantonal de Santa Elena es el punto de ingreso de los turistas para dirigirse a diferentes lugares, sin embargo los ingresos que se obtienen son absorbidos por el municipio e inversionistas de otras provincias algo que se puede evitar siempre y cuando las autoridades inviertan en atractivos nuevos que permitan a los turistas quedarse en la cabecera cantonal y por ende los ingresos percibidos se quedarían aquí mismo para seguir desarrollando el turismo en esta localidad.

1.5. TURISMO EN EL CANTÓN SANTA ELENA

En el cantón Santa Elena encontramos un sinnúmero de productos turísticos y que están al alcance de los turistas como son las playas, bosques, manglares etc.

También encontramos unos que otros complejos deportivos que aún les falta por desarrollarse, y lo que se pretende realizar en el trabajo será mediante un estudio de factibilidad ver la posibilidad de crear un complejo turístico con el fin desarrollar la cabecera cantonal de Santa Elena.

1.5.1. Actividades Tradicionales en el cantón Santa Elena

CUADRO # 5 Fiestas tradicionales del cantón Santa Elena

MES	FESTIVIDADES
ENERO	1: Festividades de Año Nuevo 6: Día de los Reyes Magos 22: Cantonización de Santa Elena
FEBRERO	11-12: Carnaval
MARZO	19: Fiesta de San José 29: Viernes Santo
MAYO	1: Día del trabajo día de la Madre 24: Batalla de Pichincha 1822 María Auxiliadora
JUNIO	Día del Padre
JULIO	14, 15 y 16: San pedro y San Pablo 19-27: Procesoión marítima en homenaje a Cristo Pescador 24: Natalicio de Simón Bolívar
AGOSTO	10: Primer grito de la Independencia 16: San Jacinto 18: Descubrimiento del cantón Santa Elena
SEPTIEMBRE	26: Día de la Bandera del Ecuador
OCTUBRE	12: Día de la raza señor de los Milagros 31: Día del Escudo
NOVIEMBRE	2: Día de los Difuntos 7: Provincialización de Santa Elena

DICIEMBRE	24: Navidad
	28: Día de los Santos Inocentes
	31: Celebraciones de "Año Viejo" (Fin de año)

Fuente: Hoteles Ecuador, año 2013

Elaborado por: Beatriz Mera

1.6. DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA

La cabecera cantonal es el punto de ingreso de los turistas sin embargo no hay suficiente inversión en productos turísticos para que el turista deje sus ingresos que permitan el desarrollo del mismo, motivo por el cual los turistas ingresan y a la vez se dirigen a los sitios ya reconocidos que son las diferentes playas a lo largo de la ruta del spondylus y otros lugares de diversión. A continuación mediante un cuadro se hará la comparación de los principales atractivos turísticos que tiene el cantón Santa Elena y la cabecera cantonal

CUADRO # 6 Atractivo turístico

Recursos turísticos a nivel cantonal	Recursos turísticos de la cabecera cantonal
Montañita	Museo amantes de sumpa
Playa de Mangreralto	Iglesia Emperatriz de Santa Elena
Baños termales de San Vicente	Parque Vicente Rocafuerte
Colonche (iglesia, y descubrimientos arqueológicos en san Marcos)	Terminal terrestre Sumpa
Playa punta blanca	Cerro el tablazo
Playa Ayangué	Playa Ballenita, Chuyuipe
Playa de Olon	Farallón Dillon
Cascadas de Alex	
Valdivia (museo, artesanías, acuario)	
Valdivia (museo, artesanías, acuario)	
Museo Real Alto	

Comuna Sacachun	
Iglesia de Ancon	
Playa San Pablo	
Playa Cadeate	

Fuente: Municipio de Santa Elena

Elaborado por: Beatriz Mera

Como se observa en el cuadro no hay la cantidad de atractivos que inciten a los turistas a quedarse o pernoctar en la cabecera cantonal ya que estos atractivos solo son para visitas momentáneas y no cumplen con las expectativas del turista, ahí se ve la falta de inversión en la cabecera cantonal y la despreocupación que tiene las autoridades para este sitio ya que solo se preocupan en los atractivos ya reconocidos y no en hacer o crear algo para que el turista deje sus ingresos y se quede y no solo que pase por este lugar.

1.7. IMPORTANCIA DE LA INVERSIÓN EN TURISMO A NIVEL GENERAL

La inversión en turismo es aquella que se realiza para fomentar el desarrollo turístico en una localidad, que mediante un determinado tiempo y presupuesto se cumplirá con el fin específico.

A continuación se hablara acerca de las inversiones que tiene el Ecuador vinculadas al turismo y se hará referencia breve sobre las inversiones realizadas a nivel provincial que servirá de mucha ayuda para contar con el apoyo gubernamental que como se ve en lo que está haciendo el ministerio de turismo se está dando prioridad a proyectos turísticos para llevar a nuestro país a lo alto.

Según la entrevista que realizó diario el telégrafo al señor Manuel Navia, subsecretario de Inversión y Fomento Turístico del Ministerio de Turismo, manifestó que entre enero y abril de 2013 y el mismo período de 2014, el número

de visitas de extranjeros al Ecuador se incrementó 16%. En promedio, el país recibe \$ 1.200 millones anuales por concepto de turismo y la meta del ministerio del ramo para este año es superar los \$ 1.500 millones. Carreteras y aeropuertos se modernizaron gracias a la inversión pública y ahora es el turno de la inversión privada que deberá enfocarse en la construcción de infraestructura turística. Para eso se creó el programa Investour con la idea promocionar al Ecuador como destino de inversión turística para atraer interesados nacionales y extranjeros.

Los tres tipos de estudios son: El primero es en la Ruta del Spondylus. Tenemos más de 800 kilómetros con todas las posibilidades de invertir. Ahora solo tenemos un hotel de 4 estrellas, el Barceló Miramar en Salinas. El segundo estudio es en la Ruta del Tren que tiene 700 kilómetros de línea férrea y casi nada de inversión privada. El tercero es en la cuenca baja del río Napo. Una vez que tengamos los resultados de este macroportafolio, localizaremos a los inversionistas o fondos de capital que se interesen en el Ecuador.

¿Por qué invertir en Ecuador?

No hay atractivo más interesante que el potencial turístico del Ecuador y el tener un socio local, pues muchas de estas cadenas internacionales siempre se anclan a una cadena nacional. A la larga, ni los incentivos económicos que se puedan otorgar son tan interesantes como el rendimiento financiero que podría tener una inversión turística en un país con altísimas oportunidades ya que estamos totalmente vírgenes, totalmente necesitados de poder desarrollar todo este mercado básicamente, su rentabilidad está asegurada al invertir en Ecuador.

Como se dice en la entrevista a nivel provincial estamos siendo tomados en cuenta para que se realicen proyectos de inversión que beneficiarán a los tres cantones, encontramos por parte del gobierno 33 proyectos generales de los cuales 13 son de índole turística beneficiando así a localidades aledañas y fomentando el turismo en nuestra provincia, a nivel cantonal cada autoridad encargada de cada

cantón es el responsable de velar por el beneficio del mismo, en el caso del cantón Santa Elena por ser escogido para el proyecto a realizar hemos observado que uno de los mega proyectos que se realizó es el terminal terrestre ubicado en ballenita y otro gran proyecto que nos beneficia es el aeropuerto Ulpiano Páez sin olvidarnos de las vías en buen estado que favorecen al traslado de turistas.

CUADRO # 7 Proyectos Emblemáticos de la provincia de Santa Elena

Proyectos emblemáticos en la provincia de Santa Elena			
Proyecto	Descripción	Ubicación	Inversión
Terminal de Gas Licuado de Petróleo (GLP)	Construcción de una terminal marítima con capacidad para 40 mil toneladas o mas	Santa Elena - Monteverde	USD 230 millones
Terminal Terrestre de Santa Elena	Construcción de una infraestructura para las actividades relativas al traslado de pasajeros y mercancías	Santa Elena - Ballenita	USD 6-3 millones
Aeropuerto de Salinas	Construcción de un nuevo terminal aéreo equipado con tecnología de punta	Santa Elena - Salinas	USD 11.5 millones
Puerto Pesquero Artesanal de Anconcito	Implementación de áreas de descarga, instalaciones para el procesamiento y bodegas de hielo para almacenar la pesca	Santa Elena - Salinas	USD 4.9 millones
Puerto Pesquero Artesanal de Santa Rosa	Implementación de áreas de descarga, instalaciones para el procesamiento	Santa Elena - Salinas	USD 7.3 millones

	de la pesca		
Vía del Pacífico	Reconstrucción de 255 km de la vía del pacífico del tramo Santa Elena – Bahía de Caráquez	Santa Elena	USD 125.2 millones
Carretera Buenos Aires – Sacachún – Julio Moreno – Iceras – Las Balsas	Construcción de infraestructura vial de 56 km	Santa Elena	USD 67.2 millones
Caravanas culturales itinerantes	Espacios culturales para los sectores rurales con representaciones artísticas	Santa Elena	USD 100 mil
Acuario de Valdivia	Construcción de un centro para la conservación y exposición de más de 60 especies marinas	Santa Elena - Valdivia	USD 272 mil
Retorno de San Biritute	Construcción de vías internas de la comuna, glorieta, y museo para la comunidad	Santa Elena	100 mil
Parque marítimo Valdivia	Construcción de una infraestructura turística para la exposición permanente de especies marítimas	Santa Elena	USD 3.4 millones
Carretera Atahualpa – Ancón	Colocación de carpeta asfáltica de 4 pulgadas de espesor	Santa Elena	USD 2.6 millones

Fresado de la vía de Santa Elena – Ballenita	Rehabilitación, mantenimiento y fresado de 3 pulgadas aproximadamente	Santa Elena	USD 368 mil
--	---	-------------	-------------

Fuente: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, año 2014

Elaborado por: Beatriz Mera

1.8. P.I.B. DEL SECTOR NACIONAL

El P.I.B. a precio de comprador es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos. Se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales. Los datos se expresan en moneda local a precios corrientes. Las cifras en dólares del P.I.B. se obtuvieron convirtiendo el valor en moneda local utilizando los tipos de cambio oficiales de un único año. Para algunos países donde el tipo de cambio oficial no refleja el tipo efectivamente aplicado a las transacciones en divisas, se utiliza un factor de conversión alternativo. (*El Banco Mundial, 2013*)

El Producto Interno Bruto (P.I.B.) del Ecuador tuvo un crecimiento anual de 3,5% en el primer trimestre de 2013, reportó el Banco Central con la publicación de sus cuentas nacionales.

El mayor impulso al crecimiento del P.I.B. lo dio el comportamiento del sector no petrolero, que registró un crecimiento anual de 4,2%. La economía no petrolera representó el 84,7% del total del P.I.B. en el primer trimestre de 2013. El PIB nominal del primer trimestre de 2013 alcanzó los USD 21.962 millones.

La formación bruta de capital fijo creció 2%; el consumo de los hogares 0,7% y las exportaciones 1,3%.

Las importaciones se incrementaron en 2,8%, mientras que el gasto público presentó una disminución de -1,3%.

Las actividades económicas que más contribuyeron en términos anuales al crecimiento del PIB del primer trimestre de 2013 fueron la construcción (0,79%), correo y comunicaciones (0,5%) y transporte (0,41%). (Andes, 2013)

1.8.1. Inflación en el Ecuador

La inflación es medida estadísticamente a través del índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (I.P.C.U), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico.

La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc.), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia).

Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

Adicionalmente, no se trata sólo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios. (*Banco Central Del Ecuador, 2013*)

CUADRO # 8 Porcentaje de inflación mensual

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador, año 2013

Elaborado por: Beatriz Mera

1.9. NECESIDAD DE CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA

Como ya se menciona en párrafos anteriores y el problema detectado en la cabecera cantonal de Santa Elena se evidencia en la falta de inversiones en nuevos atractivos turísticos esta situación radica en que tanto los turistas locales como nacionales siempre se dirigen a los mismos atractivos como son sol y playa lo cual

conlleva a que las autoridades y posibles inversionistas privados no se interesen en implementar nuevos productos turísticos en el cantón Santa Elena, la falta de diversificación turística lleva también al desgaste de estos atractivos potenciales, es por ello que se plantea como solución a este problema realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015.

El producto final será la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena donde se ofrecerá una variedad de servicios como: restaurante, piscinas, canchas, áreas verdes y recreacional. Este producto como es innovador dentro de la cabecera cantonal tenemos la hipótesis de que tendrá una buena acogida por turistas y residentes, en dicho complejo trabajará gente capacitada y con conocimientos en el ámbito turístico, también se irá innovando siempre de acuerdo a las necesidades de los turistas puesto que siempre cambian sus necesidades y hay que estar a la par con ellos.

1.10. COMPLEJO TURÍSTICO

Una estación turística o complejo turístico (en inglés resort) es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente durante las vacaciones. Generalmente, una estación turística se distingue por una gran selección de actividades, como las relacionadas con la hostelería (comida, bebida, alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras (*wikipedia, 2013*)

En el cantón Santa Elena no existe un atractivo turístico con estas características debido a la escasa inversión en turismo lo que provoca la falta de diversificación turística en la comunidad, como solución tenemos el estudio de factibilidad para

la creación de un complejo turístico en el cantón para diversificar la oferta turística.

1.10.1. Antecedentes de complejos turísticos

Un complejo turístico es un entorno diseñado específicamente para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en todo momento y poniendo a su Disposición una amplia gama de servicios turísticos tales como alojamiento, restauración, actividades deportivas y de ocio en general. Todo un abanico de posibilidades que harán de su estancia en nuestra región un recuerdo inolvidable.

Complejos Turísticos: La forma que adopta el espacio turístico es resultado de la interacción entre los agentes que intervienen en su producción. Los propietarios, los promotores urbanos y los empresarios turísticos forman el conjunto productivo del espacio de destino turístico. Los consumidores directos y los intermediarios de consumo completan, junto con la administración en sus diferentes niveles, este fenómeno conduce a la aparición de numerosos centros turísticos alrededor del Mediterráneo o a su revitalización como tales. Éste es el caso de Francia, España, Italia, y más tarde, Grecia, la antigua Yugoslavia, el norte de África y Turquía. Múltiples ejemplos de todo el mundo demuestran que la funcionalización turística del espacio ha tenido como consecuencia más relevante la creación de estructuras urbanas y regionales de características singulares que no son otra cosa que la expresión específica, al nivel de las formas espaciales, del modo de producción de una sociedad de tiempos divididos como es la contemporánea

Su generalización a través del turismo ocasiona la transformación del suelo en mercancía, la aparición de nuevos usos en el espacio, la adaptación de las estructuras territoriales preexistentes a nuevas y diferentes funciones y la

transformación de la base productiva local y regional. Implica, por lo tanto, la creación de un espacio particular que se puede denominar espacio de destino turístico y, por la propia naturaleza receptiva de la actividad, la configuración de estructuras urbanas que, funcionalmente y morfológicamente, pueden considerarse singulares. Implica, en definitiva, la configuración de un espacio-territorio que es objeto de transformación y la creación de un espacio-red que es resultado de las necesidades y condiciones productivas, fuera del propio espacio de destino, del sistema productivo localizado en el espacio-territorio. (Hotel Bienestar.com , s.f.)

1.10.2. Importancia de los complejos turísticos

Los complejos de turismo en su gran mayoría satisfacen las necesidades de los turistas proporcionando una gran diversidad de actividades recreativas al aire libre y contribuyendo al desarrollo de la comunidad ayudando de manera directa a mejorar su estilo de vida

1.11. LEYES Y REGLAMENTOS QUE CONTRIBUYEN A LA INVERSIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Para el desarrollo del marco legal que ampare sustancialmente el desarrollo de un complejo turístico se analizaron las diferentes leyes y reglamentos que iban acorde con el tema de la investigación, también se examinó las regulaciones establecidas por instituciones involucradas al turismo que de acuerdo a disposiciones generales deben involucrarse en todos los proyectos de índole turísticos para el buen funcionamiento y ejecución del mismo.

Dentro de las leyes revisadas tenemos a la “CONSTITUCION DEL ECUADOR 2008”,,”PLANDETUR 2020”,,”PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-

2013”, ”NORMAS ISO 9001”, consideradas para el efecto de la investigación las más importantes.

La constitución del Ecuador en el artículo 3 nos dice que son deberes primordiales del estado garantizar sin discriminación el goce de los derechos de todos los ciudadanos, además de planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al buen vivir, otro numeral nos menciona que se debe proteger el patrimonio natural y cultural del país, para disminuir el impacto negativo en estos.

Dentro del artículo 72, 73 y 74 nos mencionan que la naturaleza tiene derecho a la restauración, también el Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.

Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Dentro del plan nacional del buen vivir en el objetivo 4 garantiza los derechos de la naturaleza además de promover un ambiente sano y sustentable, el cual hace referencia en el literal A en fortalecer los sistemas y áreas protegidas para la conservación de los mismos, el literal G hace mención en Fomentar la investigación, educación, capacitación, comunicación y desarrollo tecnológico para la sustentabilidad de los procesos productivos y la conservación de la biodiversidad.

Dentro del objetivo 12 menciona en construir un estado democrático para el buen vivir, mejorar la gestión de las empresas públicas y fortalecer los mecanismos de

regulación. En el literal A hace referencia en impulsar a las empresas públicas tanto nacionales como locales con el objetivo de administrar sectores estratégicos y aprovechar sustentablemente el patrimonio natural y los bienes públicos. (Plan Nacional para el buen vivir , 2009-2013)

En las normativas regulatorias en el artículo 2 nos menciona que son principios básicos de la actividad turística:

Estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social del país, además de contribuir al proceso de identidad e integración nacional con participación y beneficio de la comunidad, hace referencia también en promover la competitividad de los productos turísticos nacionales, fomentando el desarrollo de infraestructura, la calidad de los servicios para la adecuada satisfacción de los usuarios.

Dentro del artículo 4 nos dice que son objetivos de la política estatal

- Establecer las condiciones necesarias para el desarrollo sostenible del turismo a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.
- Contribuir al proceso de descentralización.
- Proteger al turista.
- Dotar de infraestructura básica para el desarrollo de los recursos turísticos, en concordancia con las disposiciones específicas de la materia.
- Garantizar la libre iniciativa privada para el desarrollo de infraestructura complementaria y para la prestación de servicios turísticos.
- Propiciar la investigación, formación y capacitación técnica y profesional.
- Fomentar la conciencia turística

En el título II artículo 7 se refiere a las municipalidades y menciona lo siguiente:

Las municipalidades provinciales y distritales son órganos de gobierno local que tienen dentro de su competencia la facultad de promover los recursos turísticos de su localidad, ejecutando las acciones y programas en dicha materia, acorde con los principios básicos del Estado y con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

En el artículo 8 nos menciona que para el desarrollo de proyectos turísticos y solicitudes vinculadas a la actividad turística tendrán como plazo máximo treinta (30) días calendario, bajo responsabilidad del funcionario encargado para autorizarlas o rechazarlas, con fundamentos técnicos y legales. Transcurrido dicho plazo sin que se hubiere emitido la resolución respectiva, las solicitudes se entenderán como aprobadas. (Normativas regulatorias, s.f.)

En lo que respecta a las normas Iso 9001 tenemos que:

Esta norma específica los requisitos para la gestión de los servicios turísticos dentro de un área natural protegida a fin de mejorar la interfaz con los prestadores turísticos, con el objeto final de asegurar a los turistas y visitantes calidad ambiental, de servicios y seguridad de las personas, garantizando el objetivo de conservación para el que fue creada.

1.12. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1.12.1. Aspectos generales de un estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de la empresa

y concentrarse especialmente en el mercadeo y la viabilidad financiera. (*Jeni, 2011*)

1.12.2. Objetivos del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias. (Ramírez Almaguer, 2009)

1.12.3. Etapas del Estudio de Factibilidad

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

1. Estudio de mercado
2. Estudio técnico

3. Estudio económico
4. Estudio financiero. (*Ramírez Almaguer, 2009*)

1.12.3.1. Análisis de Mercado

En este aspecto se debe determinar si existe una demanda insatisfecha (demanda y Oferta), cuantificando su magnitud y las expectativas de cómo variará en el tiempo, de los servicios considerados, así como las características que deben tener los mismos.

En el estudio de mercado se determina cuál es el tamaño de la demanda del servicio o producto considerado, que puede esperarse sea atendida por el proyecto al entrar en operación.

Para llegar a ese objetivo el proyectista, es decir, quienes preparan el estudio de factibilidad, deben considerar en su análisis las siguientes cuestiones:

1. La demanda,
2. La oferta,
3. El balance oferta-demanda,
4. Los precios o las tarifas,
5. el sistema de comercialización y distribución, y
6. los servicios o apoyos complementarios.

1.12.3.2. Análisis Técnico

Aquí se tratan las cuestiones relativas a la localización, el tamaño y el proceso técnico para llevar a cabo la prestación de los servicios o la producción de los bienes considerados, El proceso se refiere a una serie de conocimientos técnicos que permitirán contestar a las preguntas ¿cómo se producirán los servicios? ¿Con qué se producirán? ¿Cuál será el resultado? y ¿cómo se afectará el medio?

Otros puntos por estudiar se refieren al impacto ambiental o ecológico del proyecto, tanto durante la etapa de su construcción como durante su operación, ésta es una cuestión que cada vez más debe atenderse para poder evitar o al menos atenuar los efectos negativos que el proyecto pudiera generar. Igualmente se incluyen entre los aspectos técnicos la preparación del programa de trabajo para la ejecución del proyecto, en su caso, así como la estimación de los costos de inversión y de operación correspondientes.

Las cuestiones que se tratan en el análisis técnico son:

1. Localización,
2. Tamaño,
3. Proceso técnico
4. Impacto ambiental,
5. Programa o calendario de ejecución,
6. Costos de inversión y
7. Costos de operación.

1.12.3.3. Análisis Económico - Financiero

Se ocupa en cuantificar los recursos monetarios que se necesitarán para llevar a cabo las diversas etapas del proyecto: la formulación, la ejecución y la operación. También debe señalar las posibles fuentes de recursos financieros para cubrir los gastos previstos y las condiciones en que estarían disponibles tales recursos.

Se obtendrán mediante los siguientes temas:

1. Presupuesto de gastos de inversión,
2. Presupuesto de costos de operación,
3. Presupuesto de ingresos esperados,

4. Flujo de efectivo del proyecto,
5. Financiamiento del proyecto,
 - ✓ Aportaciones de capital,
 - ✓ Ingresos propios y
 - ✓ Créditos,
6. Condiciones para la obtención del financiamiento,
7. Estados financieros proforma del proyecto y
8. Rentabilidad del proyecto (desde el punto de vista privado). (Enrique, 1997)

La cabecera cantonal de Santa Elena es la puerta de ingreso de los turistas hacia los diferentes destinos y atractivos que poseemos sin embargo el turismo como perspectiva de desarrollo en la cabecera cantonal no ha prosperado en su totalidad por lo que es evidente la falta de inversión en atractivos turísticos que generen recursos económicos en el Cantón, motivo por el cual se plantea como una alternativa de desarrollo turístico un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en dicho lugar.

Para desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la cabecera cantonal de Santa Elena, se desplegó una amplia investigación que orientó con objetivos y estrategias para aplicar un diseño metodológico de investigación cuyos resultados se exponen en el capítulo dos y sobre el cual se estructuró el capítulo tres.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. VALIDACIÓN METODOLOGICA

2.1.1. Diseño de la investigación

Para el diseño de la investigación nos menciona que sirve de soporte al investigador en el proceso de planeación del trabajo que se va a realizar en la perspectiva del conocimiento científico.

Para realizar el trabajo investigativo se procedió primeramente a planificar lo que se iba a realizar y a escoger el lugar para llevarlo a cabo.

2.1.2. Objeto de conocimiento

Este conocimiento parte primero de la observación y recolección de datos de fuente primaria sobre el objeto de estudio, ya con estos requisitos el investigador está listo para definir el tema y saber que va a investigar. (Mendez, 2006)

Una vez teniendo claro que iba a hacer se procedió a buscar sugerencias y opiniones acerca del proyecto para direccionarme de una mejor manera.

2.1.3. Apoyo metodológico

Una vez ya teniendo claro que se va a investigar se procede a buscar cómo se van a obtener los datos es aquí donde entran los métodos y técnicas de recolección de información. (Mendez, 2006)

Aquí con ayuda de los tutores se empezó a desarrollar las preguntas para luego ir al campo y desarrollarlas.

2.1.4. Soporte administrativo

Los aspectos administrativos que identifican tiempo y costos son elementos de apoyo para el investigador que, al tener seguimiento, garantizan el cumplimiento del trabajo propuesto. (Mendez, 2006)

2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Al escoger del tipo de investigación determinará los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo. En general determina todo el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos, y hasta la manera de cómo se analiza los datos recaudados. Así, el punto de los tipos de investigación en una investigación va a constituir un paso importante en la metodología, pues este va a determinar el enfoque del mismo.

Este puede dividirse en dos tipos principales de Campo o de Laboratorio. Que a su vez puede clasificarse en cuatro tipos principales:

- **Estudios Exploratorios:** También conocido como estudio piloto, son aquellos que se investigan por primera vez o son estudios muy pocos investigados. También se emplean para identificar una problemática.
- **Estudios Descriptivos:** Describen los hechos como son observados.
- **Estudios Correlacionales:** Estudian las relaciones entre variables dependientes e independientes, ósea se estudia la correlación entre dos variables.
- **Estudios Explicativos:** Este tipo de estudio busca el porqué de los hechos, estableciendo relaciones de causa- efecto (Hernández, 2003)

2.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Es el proceso riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento.

Entre estos métodos encontramos:

- Método de observación.- proceso de conocimiento por el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en el objeto del conocimiento
- Método inductivo.- proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que se pueden aplicar a situaciones similares a la observada.
- Método deductivo.- proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general. Este método se utilizó en nuestra investigación con el fin de conocer a fondo los hechos que nos han encaminado hacia el proyecto
- Método de análisis.- proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracteriza una realidad. De esa manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación. El método de análisis es muy utilizado nos permite en el caso de nuestro proyecto de manera cuantificable comparar hechos realizando el análisis respectivo.
- Método de síntesis.- proceso de conocimiento que procede de lo simple a lo complejo, de la causa a los efectos, de la parte al todo, de los principios a la consecuencia.

- Otros métodos.- entre estos se encuentran: el comparativo, dialéctico, empírico, experimental, estadístico, etc. (*Mendez, 2006*)

2.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Entre las técnicas de la investigación tenemos que para la recopilación de datos en nuestra investigación utilizamos las fuentes primarias ya que estas son muy utilizadas por los investigadores porque permite recopilar información con datos reales y coger hechos pasados y comparar con los presentes, en nuestro caso permite conocer de manera precisa opiniones de la gente y autoridades que intervienen de manera directa en nuestra investigación basándonos en la obtención de datos recopilados mediante el uso de las técnicas que a continuación se detallan

2.5. TÉCNICAS UTILIZADAS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN:

- Observación
- Cuestionarios
- Encuestas
- Entrevistas (Focus group)

Fuentes secundarias.- información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que ha recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. (*Mendez, 2006*)

En el caso de la investigación las fuentes secundarias nos permitieron partir de una base para continuar con el proceso investigativo entre las que se usó tenemos textos, prensa escrita, revistas acerca de los complejos turísticos y su importancia, también por medio de estadísticas se pudo conocer las entradas y salidas de turistas para mediante esos datos continuar con la población y muestra.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

Al aplicar técnicas de encuestas, sondeos, test, es necesario definir el número de personas de los cuales se espera obtener información. En este momento el investigador debe precisar si hace un censo que incluya toda la población o define una muestra de la misma.

En la investigación tenemos una población general de 144.076 información obtenida del último censo poblacional (INEC, 2010)

Muestreo.- el muestreo permite al investigador, por un lado, seleccionar las unidades de la población a las que se requerirá información, y por el otro, interpretar los resultados con el fin de estimar los parámetros de la población sobre la que se determina la muestra para probar las hipótesis. Se utiliza también para comparar dos o más poblaciones con respecto a ciertos valores estimados para uno o más parámetros, y demás para establecer si un valor supuesto para un parámetro se puede validar a partir de la información maestra. (Mendez, 2006)

2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

CUADRO # 9 Población y muestra de la investigación

Población de la investigación		fórmula
# Habitantes del cantón Santa Elena	144.076	$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + z^2 * p * q}$
# Turistas que frecuentan el cantón Santa Elena	111.000	
Total	Población: 255.076	Muestra: 400

Fuente: Investigación de campo, año 2014

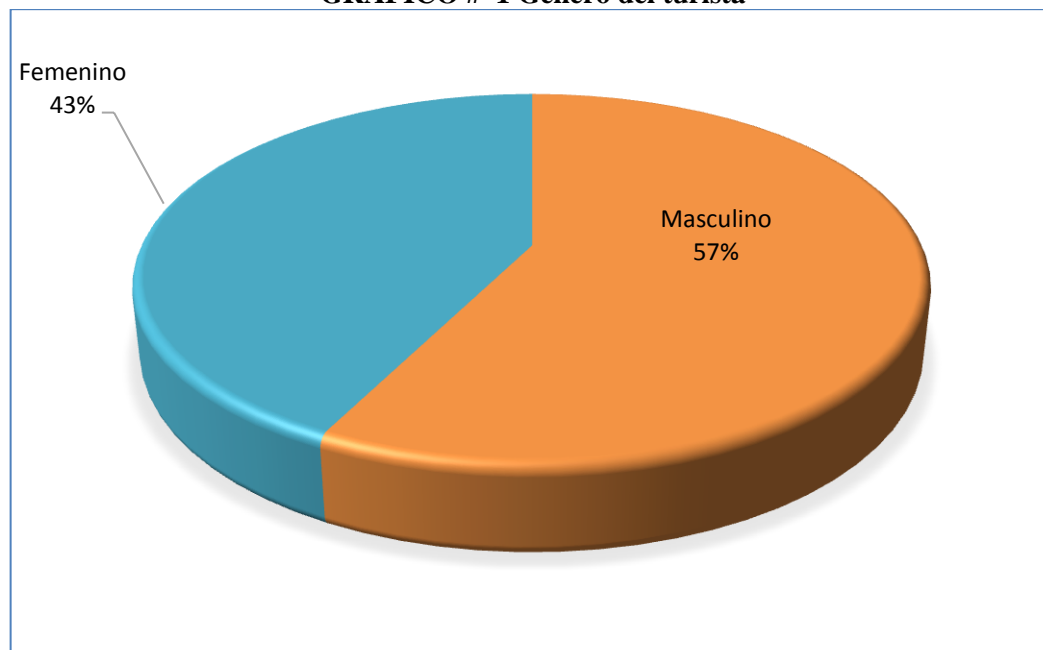
Elaborado por: Beatriz Mera

Para el proyecto se estableció según los datos de la fórmula un resultado de 400 encuestas a pobladores y visitantes del cantón Santa Elena.

2.8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS A TURISTAS Y POBLADORES

1. GÉNERO

GRÁFICO # 1 Género del turista



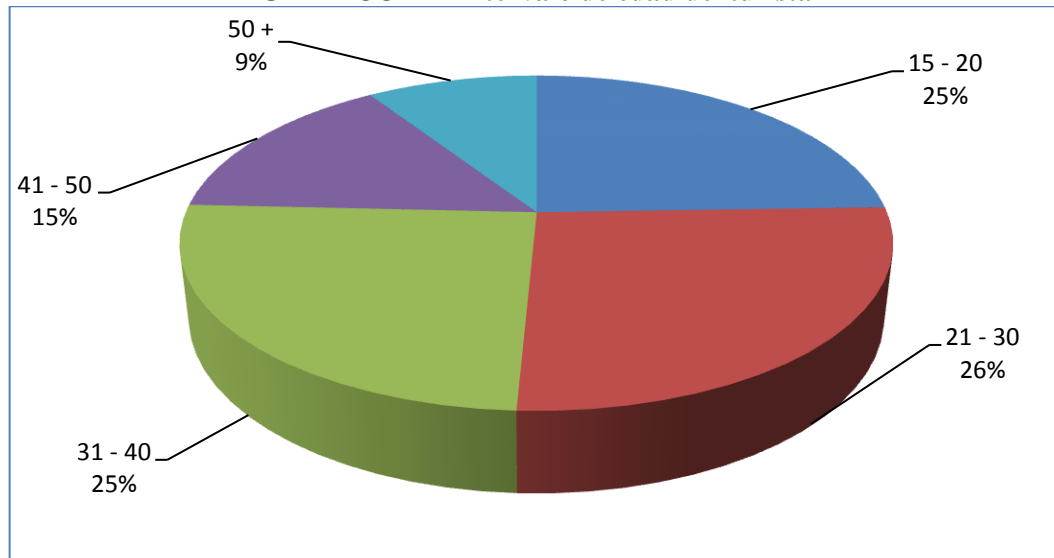
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación de campo, año 2014

En la pregunta número uno se consideró el género de las personas que se van a encuestar, para de esta manera poder segmentar y saber quiénes están más dispuestos en visitar nuestras instalaciones y en un futuro innovar en algún nuevo servicio que sea consumido masivamente por estas personas ya sea hombres o mujeres, entonces tenemos que del total de encuestas realizadas se encontró que un 57% de personas fueron hombres los cuales tenían un poco más de tiempo en contestar las preguntas y menos de la mitad fueron mujeres quienes por cuestiones ajenas no querían ser encuestadas.

2. EDAD

GRÁFICO # 2 Intervalo de edad del turista



Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

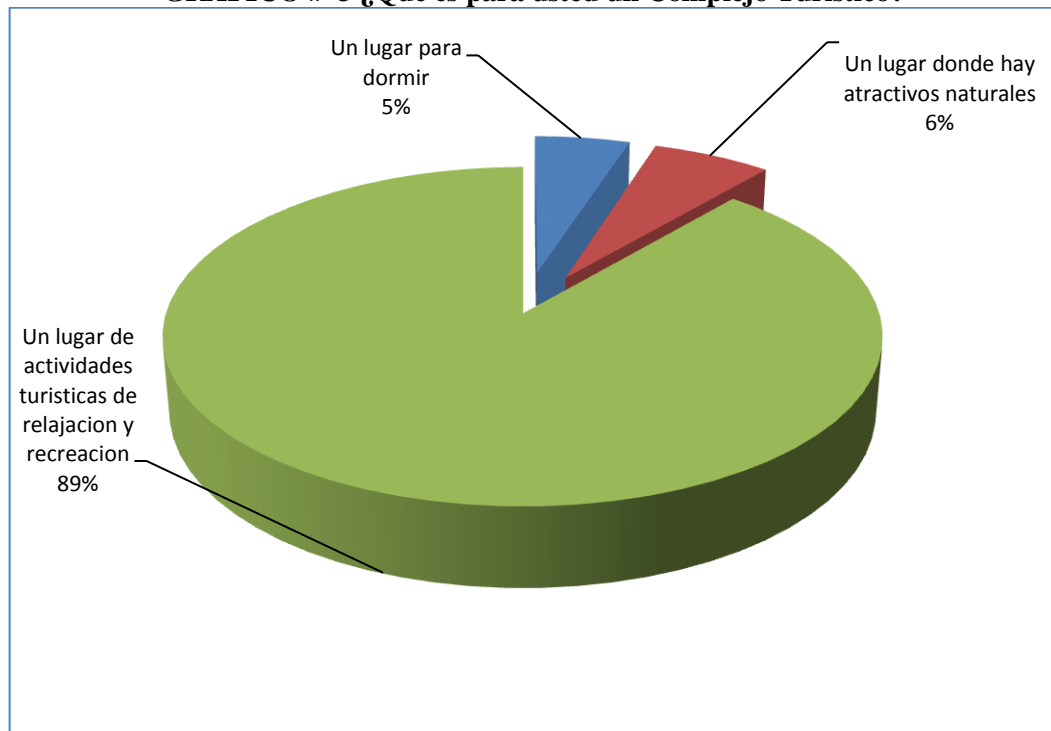
En esta pregunta el hecho de saber la edad de las personas es muy importante ya que al realizar las preguntas y al momento de saber los resultados que nos arrojó sabremos que un 26% de personas tienen un rango de edad de entre 21 a 30 años, lo cual nos permite saber que estas personas son posibles consumidoras de nuestros servicios a la vez nos trae ventajas ya que las familias en la actualidad se forman jóvenes o sea de entre 20 años en adelante y por ende llevarán a sus hijos al lugar para su recreación.

3. NACIONALIDAD

El 100% de los turistas encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, no se pudo observar en ese momento la presencia de extranjeros ya sea por varios motivos en este caso fue temporada baja y solo encontramos al momento de realizar las encuestas personas ecuatorianas pero procedentes de distintas partes como Guayaquil y partes de la sierra que son los turistas que siempre nos visitan, aquí las autoridades deberían hacer planes o productos para acaparar a los turistas en temporada baja y mantener el flujo constante de estos.

4. ¿QUÉ ES PARA USTED UN COMPLEJO TURÍSTICO?

GRÁFICO # 3 ¿Qué es para usted un Complejo Turístico?



Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

En cuanto a esta pregunta se la hizo para saber el conocimiento de las personas y darles un preámbulo de lo que se quiere lograr con este tema de tesis que es la creación de un complejo turístico, al momento que las personas contestaban se les estaba mencionando la importancia de un atractivo de esta magnitud y de que nos beneficiaría no solo como Cantón sino también como provincia y los resultado que nos arrojó la encuesta es que un 89% de personas encuestadas si sabían del tema y les pareció muy buena la propuesta.

5. ¿CUÁNTAS VECES AL AÑO PARTICIPA USTED EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS?

GRÁFICO # 4 Cantidad de veces que participa en actividades turísticas



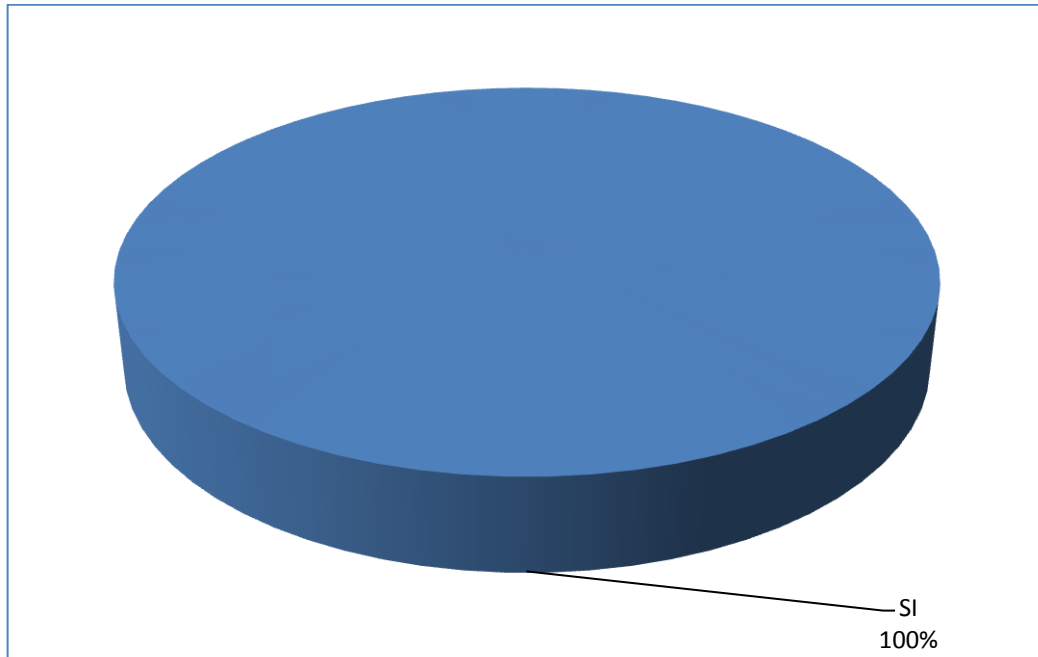
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

Con esta pregunta se pretende encontrar la frecuencia de desplazamiento del turista para conocer nuevos lugares y realizar actividades de recreación y esparcimiento, es por ello que se plantea rangos de entre 1 o más de dos visitas por año ya que muchas personas por falta del recurso económico no pueden viajar o simplemente lo hacen una vez en el año ese es un factor por el cual muchos ecuatorianos se abstienen de conocer otros lugares y solo se quedan en su punto de origen, en cuanto a los resultados que nos arrojó la pregunta sabemos que un 74% de turistas participan de viajar dos veces al año para hacer turismo y otras actividades.

6. ¿LE GUSTARÍA QUE EN EL CANTÓN SANTA ELENA EXISTIERA UN COMPLEJO TURÍSTICO?

GRÁFICO # 5 Le gustaría que en el cantón Santa Elena existiera un complejo turístico



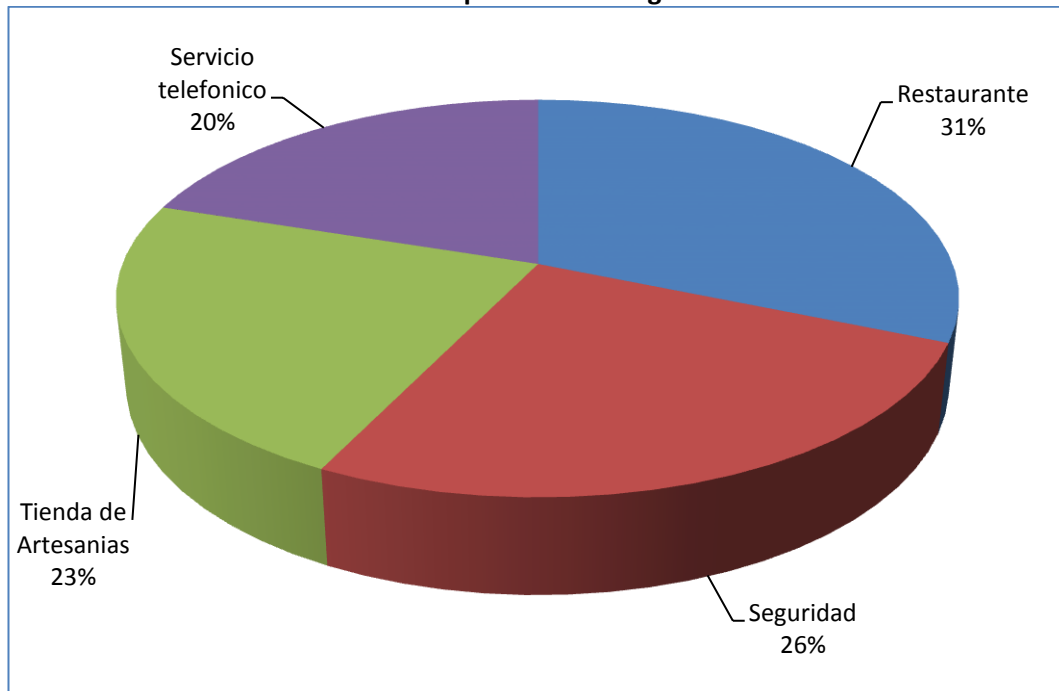
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

Un complejo turístico es un lugar de recreación y esparcimiento al aire libre, muchas personas que visitan la provincia de Santa Elena desean conocer atractivos nuevos para su disfrute ya que solo en la mente del consumidor esta sol y playa es por ello que se plantea la pregunta si les gustaría que en el cantón Santa Elena se cree un atractivo de esta naturaleza y el 100% de turistas y pobladores están en total acuerdo que se cree un complejo y como la gente está interesada y es un producto nuevo y novedoso entonces los consideramos nuestro mercado potencial.

7. ¿DE QUE SERVICIOS LE GUSTARÍA DISFRUTAR?

GRÁFICO # 6 De qué servicios le gustaría disfrutar



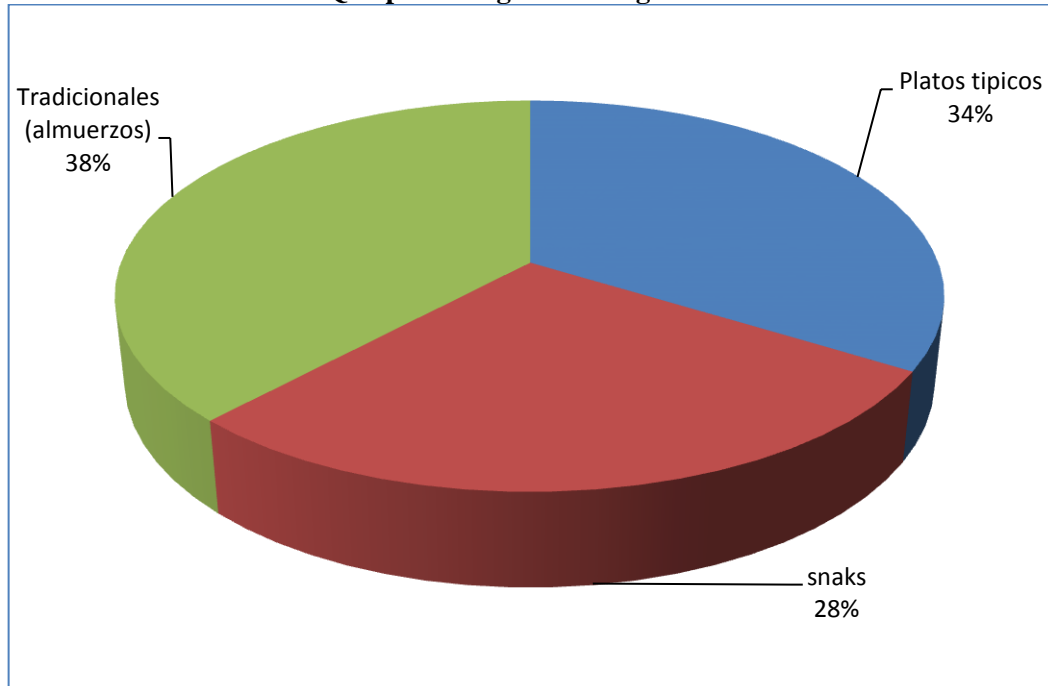
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

Siempre que se plantea un nuevo producto turístico es necesario dotarlo de todos los servicios y comodidades para los consumidores es aquí donde preguntamos qué es lo que más les gustaría recibir como un servicio complementario e importante para su comodidad entre ellas tenemos una tienda de artesanías, servicio telefónico, restaurante y seguridad dando como resultado dos factores sumamente importante como es la seguridad (26%) y alimentación (31%), poniendo estas instalaciones al servicio del turista este no tendrá que moverse para ir a comer y estará más tranquilo sabiendo que cuenta con seguridad para sus pertenencias.

8. ¿QUÉ PLATOS LE GUSTARÍA DEGUSTAR EN EL RESTAURANTE?

GRÁFICO # 7 Qué platos le gustaría degustar en el restaurante

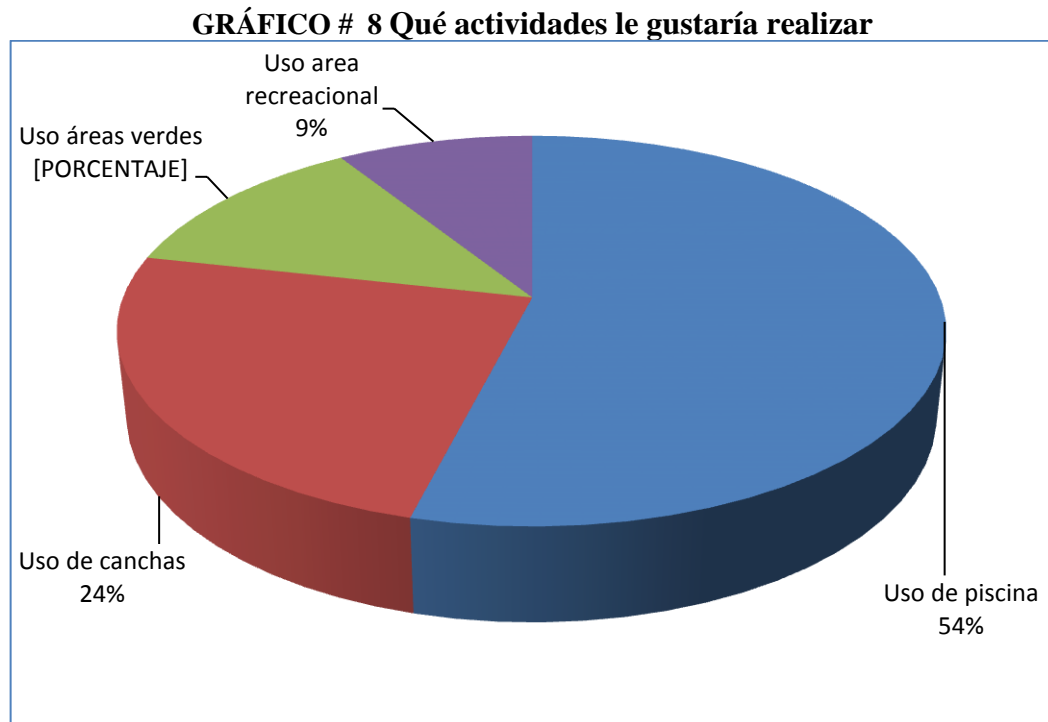


Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

El cantón Santa Elena por ser parte de la costa ecuatoriana se oferta una variedad de platos muy apetecidos por los visitantes como son los platos a base de mariscos, se tomó en cuenta en esta pregunta que es lo que le gustaría degustar al turista poniendo tres alternativas que son los snacks, almuerzos y platos típicos, se consideró estas tres alternativas ya que como es un complejo y ofertaremos las piscinas y a los visitantes les gustaría comer algo para luego seguir disfrutando del lugar y al 38% de turistas encuestados le gustaría que en el restaurante vendan platos tradicionales, como es el almuerzo, pero con el pasar del tiempo se pretende ampliar más y ofertar otras variedades de platillos para los turistas.

9. ¿QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR?

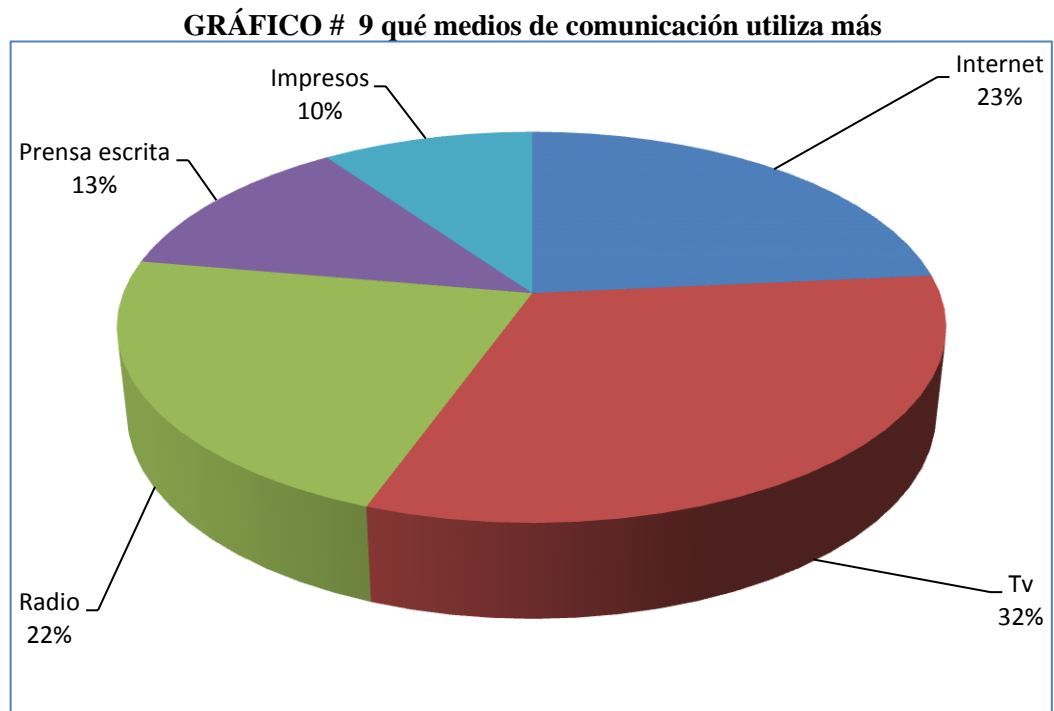


Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

En la creación de un complejo turístico se debe tomar en cuenta que es lo que le gusta el turista o que servicios les gustaría recibir en este caso se les planteo cuatro alternativas muy importantes y llamativas que son piscinas, área recreacional canchas y áreas verdes sabemos que al incluir todos estos servicios al complejo tendrá mayor acogida ya que muchos irán por la piscina y otros por hacer algún deporte en las canchas y en el resultados obtenidos tenemos que un 54% de turistas más de la mitad le gustaría hacer uso de piscina, ya que a la mayoría de turistas y más a los niños les gusta nadar y como poseemos un clima templado propio de la costa es muy favorable para los turistas y beneficioso para el complejo.

10. ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA MÁS?



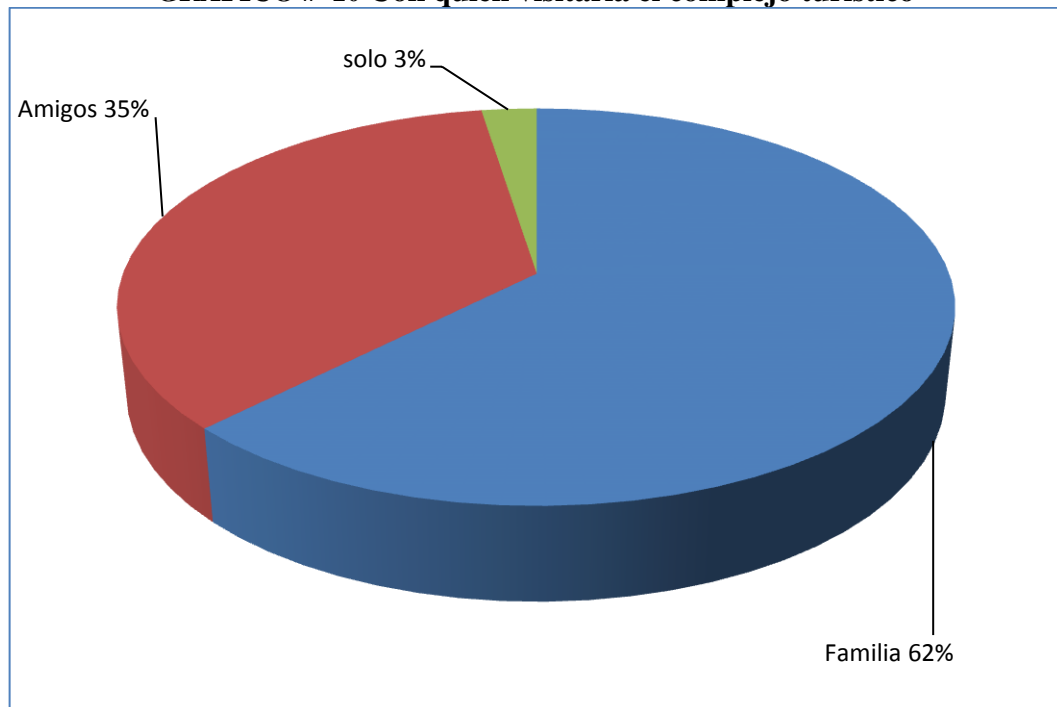
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

La publicidad es muy importante para hacer conocer un lugar por ello se pretende estudiar los medios más utilizados por los turistas es por ello que se planteó el preguntarles que medios de comunicación utilizan para así saber y coger como estrategia para mandar nuestra publicidad y así darnos a conocer, el resultado obtenido fue que un 32% de turistas utiliza más la televisión como medio de comunicación para informarse de los acontecimientos importante del país.

11. ¿CON QUIÉN VISITARÍA EL COMPLEJO TURÍSTICO?

GRÁFICO # 10 Con quién visitaría el complejo turístico



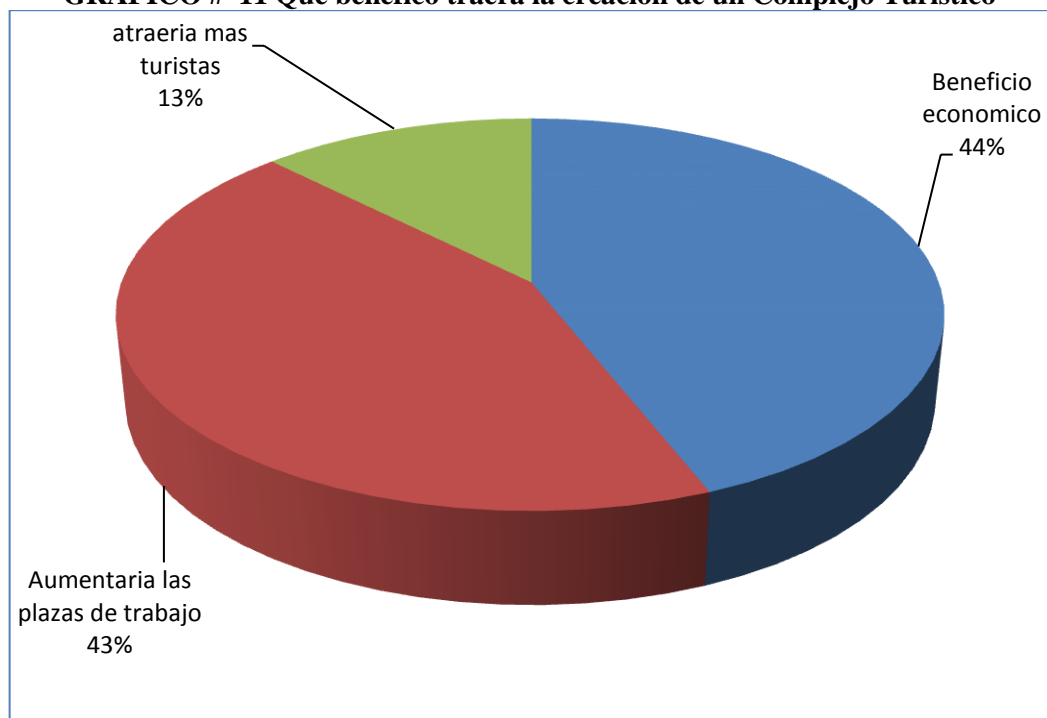
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

Una de las cosas que hay que saber es que si el turista ira solo o acompañado, la mayoría de personas para el momento que realiza actividades turísticas no viaja solo sino que lo hace en familia es por ello que al plantear la pregunta se les puso tres alternativas que es con quienes comúnmente se desplaza la persona y el 62% de turistas contesto que les gustaría visitar el complejo en familia pues con ellos se pasa un rato ameno y afianzan más sus lazos familiares, sin mencionar que otro gran porcentaje lo haría con amigos este es el caso de los jóvenes.

12. ¿QUÉ BENEFICIO TRAERÁ LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SANTA ELENA?

GRÁFICO # 11 Qué benéfico traerá la creación de un Complejo Turístico



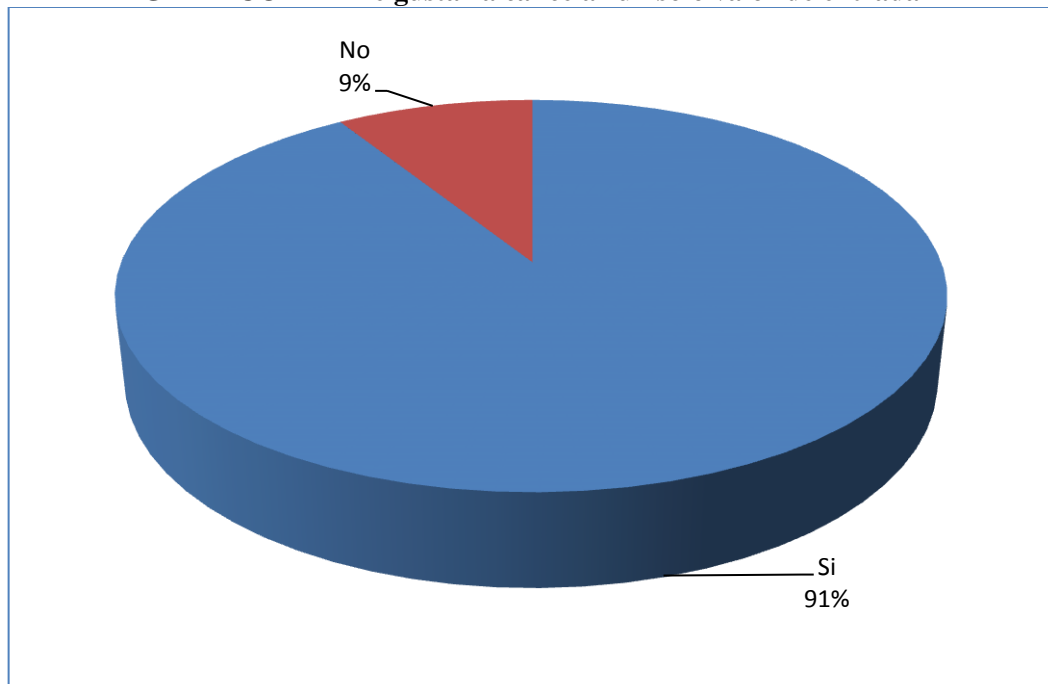
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

Al crearse un nuevo producto turístico y al hacer los estudios necesarios y ver cuán viable será lo primero que se hace es hacerle conocer a las personas que traerá beneficios económicos y desarrollo para la comunidad sin mencionar otros beneficios importantes, en cuanto a los resultados que nos dio esta pregunta tenemos que un 44% está de acuerdo en que la creación de un complejo turístico traerá al cantón Santa Elena beneficios económicos que es muy importante para el desarrollo del mismo, además aumentarían las fuentes de empleo dando prioridad a gente de aquí mismo.

13. ¿LE GUSTARÍA CANCELAR UN SOLO VALOR DE ENTRADA Y HACER USO DE TODAS LAS INSTALACIONES?

GRÁFICO # 12 Le gustaría cancelar un solo valor de entrada



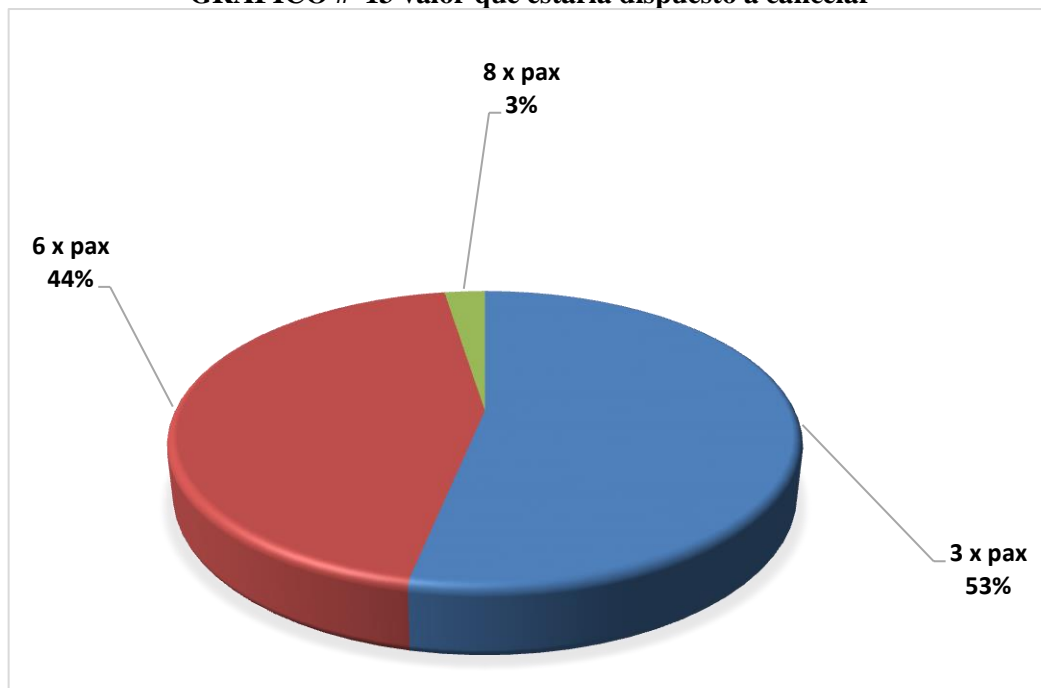
Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

A muchas personas al ir a un sitio les gusta pagar un valor y que ya no les estén cobrando después ya que pueden interrumpir sus actividades o puede haber algún inconveniente al momento de cancelar en este caso después de la visita y causar malestar en las personas es por ello que el 91% de personas les gustaría pagar un solo valor al entrar al complejo y hacer uso de las instalaciones.

14. ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR POR EL USO DE TODAS LAS INSTALACIONES DEL COMPLEJO TURÍSTICO?

GRÁFICO # 13 valor que estaría dispuesto a cancelar

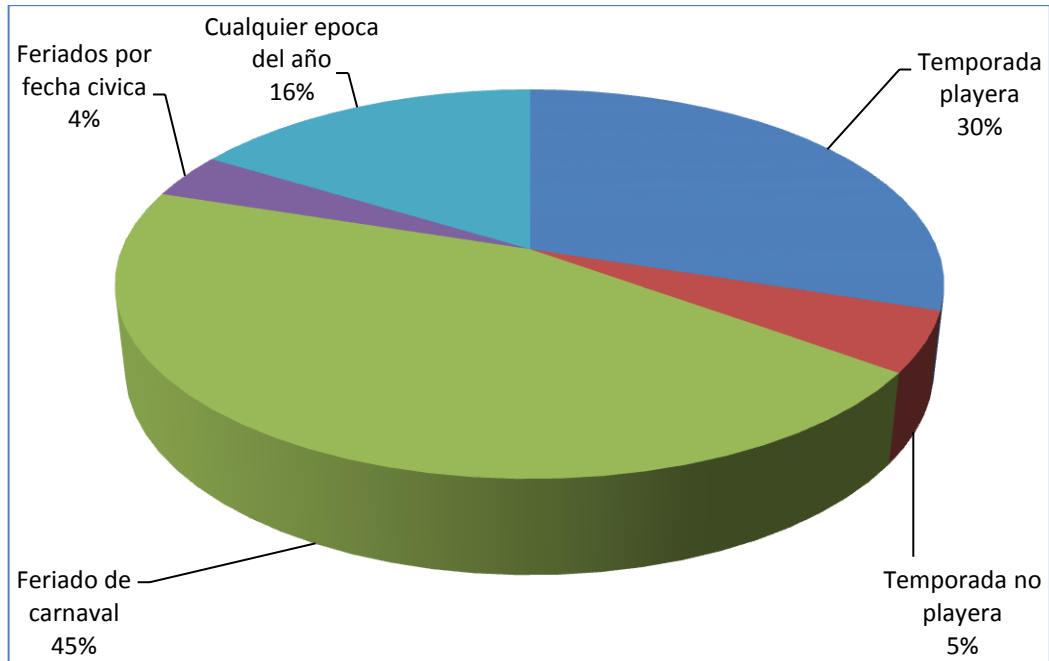


Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

Al momento de sacar los costos y gastos se debe tomar en cuenta el costo que se va a cobrar por hacer el uso a las instalaciones ya que se necesita recaudar un valor para mantenimiento de las instalaciones para que en un futuro no hallan desperfectos que puedan darle una mala estadía a los turistas es por ello que se les pregunto acerca de un valor tentativo y accesible para ellos y no dio como resultado que el 53% de encuestados está dispuesto a cancelar un valor de 3.00 dólares y un 44% en valor de 6 dólares por persona, analizando la situación económica para crear la empresa se decidió considerar un valor de 5 dólares que es accesible para toda persona.

15. ¿EN QUE ÉPOCA DEL AÑO LE GUSTARÍA VISITAR EL COMPLEJO TURÍSTICO?

GRÁFICO # 14 Frecuencia de visita del turista



Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

El turismo en nuestra provincia mayormente se maneja por temporadas es así que tenemos temporada alta, media y baja por ello al poner un negocio se deben tener estrategias que permitan tener un porcentaje de turistas en temporadas con poca afluencia de los mismos para siempre tener un ingreso y que el local no se encuentre vacío, también en temporadas con muchos turistas tener promociones para que este se sienta atraído y nos visite con más recurrencia, aquí se tomó en cuenta con qué frecuencia se desplazan los turistas para visitar un lugar ya sea por puente vacacional o feriados y también tomar en cuenta a las personas que les gusta viajar en temporada baja ya sea por muchos factores entre ellos esta evitar la aglomeración de turistas o el tráfico dándonos como resultado que nos visitara un 45% de turistas en feriado de carnaval y el 30% en temporada playera, así tomamos como referencia estos datos para estar preparados con planes de contingencia en esas fechas.

2.9. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

En el trabajo de investigación realizamos encuestas y entrevistas mediante focus group para recolectar la información necesaria para la elaboración del proyecto. Entendemos por focus group a la técnica que se asemeja a la entrevista, con la diferencia que se obtiene información cualitativa, mediante el diálogo que se lleva a cabo con un grupo de personas conocedores del tema.

FECHA DEL FOCUS GROUP:	22 de Septiembre del 2014
NÚMERO DE PARTICIPANTES:	5
NOMBRE DEL MODERADOR:	Beatriz Mera Mera

Esta sesión de grupo consto con la participación de:

COD	Actores	Ocupación
P1	Operadora turística	Guía turístico
P2	Hotel el cisne	administrador
P3	Asociación de artesanos	Vendedor de artesanías
P4	Restaurante el marinero	Jefe restaurante
P5	Emuturismo	Jefe técnico

PREGUNTAS QUE CONSTARON EN EL FOCUS GROUP

- ¿Qué estrategias realizan en temporada alta para acaparar a los turistas?
- ¿Qué estrategias realizan en temporada baja para acaparar a los turistas?
- ¿Cómo ven el desarrollo turístico del cantón Santa Elena?
- ¿Conocen los atractivos turísticos del cantón Santa Elena?

- ¿Creen ustedes que los atractivos turísticos están dotados de todo lo necesario para satisfacer las necesidades de los turistas?
- Califique el estado de estos atractivos de forma general del 1 al 3 siendo 1 pésimo y 3 excelente
- ¿Conocen ustedes si en el cantón Santa Elena existen proyectos turísticos de inversión privada?
- ¿Les gustaría que se implementen nuevos atractivos turísticos en el cantón Santa Elena?
- ¿Está de acuerdo en que se cree un complejo turístico en el cantón Santa Elena?
- ¿Cuáles serían las ventajas de que se cree un complejo turístico en el cantón Santa Elena?
- ¿Cuáles serían las desventajas del mismo?
- ¿Cuál cree usted sería el medio publicitario más apropiado para promocionar el complejo turístico?
- ¿En el caso de que se cree el complejo turístico, cree usted que tendría acogida?

DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS

¿Qué estrategias realizan en temporada alta para acaparar a los turistas?

- **P4.-** como empresa uno siempre busca la satisfacción del cliente es por ello que se manejan muchas estrategia entre ellas tenemos promociones, descuentos, puede ser postre gratis o cortesía de la casa entre otras.

¿Qué estrategias realizan en temporada baja para acaparar a los turistas?

- **P5.-** como empresa municipal uno siempre busca el desarrollo de la comunidad entonces siempre se trabaja con servidores de turismo dándole

a ellos capacitaciones en atención al cliente o marketing etc. Para que estas personas brinden un buen servicio a los turistas y que ellos se sientan bienvenidos y recibidos con la misma calidad en servicios así como si fuera temporada alta.

¿Cómo ven el desarrollo turístico del cantón Santa Elena?

- **P2.-** El desarrollo en el Cantón ha ido mejorando de poquito en poquito ya que se puede ver que ahora somos más reconocidos por los turistas pero como no todo es color rosa hay todavía falencia que se deben corregir lo más pronto por ejemplo la transportación y la regulación de los costos de pasaje.

¿Conocen los atractivos turísticos del cantón Santa Elena?

- **P3.-** Si, como somos servidores en turismo debemos conocer los atractivos ya que pueden venir visitantes que no conocen y hay que estar preparados.
- **P2.-** Debemos estar preparados ya que puede suscitarse un caso de que nos tocaría hacer guianza así no seamos guías pero hay que estar preparados con información para lo que sea.

¿Creen ustedes que los atractivos turísticos están dotados de todo lo necesario para satisfacer las necesidades de los turistas?

- **P4.-** En parte pues la mayoría está un poco deteriorados y necesitan ser arreglados eso ya le pertenece a las autoridades que se preocupen un poco más.

Califique el estado de estos atractivos de forma general del 1 al 3 siendo 1 pésimo y 3 excelente.

- **P1, 2, 3, 4,5.-** coincidimos y le damos un puntuación de 2.

¿Conocen ustedes si en el cantón Santa Elena existen proyectos turísticos de inversión privada?

- **P5.-** Si hay en algunas comunidades, y reciben ayuda la mayoría son extranjeros
- **P2.-** El gobierno municipal debería preocuparse más para que existan inversiones de índole privada ya que estas ayudan al desarrollo del cantón.

¿Les gustaría que se implementen nuevos atractivos turísticos en el cantón Santa Elena?

- **P5.-** Si porque ahí los turistas tendrán más opciones de recreación y más lugares para visitar.
- **P3.-** Si sería beneficioso ya que vendrían más turistas y por ende entrará más dinero a la península.

¿Está de acuerdo en que se cree un complejo turístico en el cantón Santa Elena?

- **P3.-** si
- **P5.-** si
- **P1.-** si
- **P2.-** si
- **P4.-** si

¿Cuáles serían las ventajas de que se cree un complejo turístico en el Cantón Santa Elena?

- **P1.-** La ventaja principal es el beneficio económico que dejara en el Cantón y la provincia de Santa Elena.

- **P3.-** Otra ventaja sería que el cantón se desarrolle y tenga mayor reconocimiento a nivel nacional e internacional.
- **P4.-** Se crearían fuentes de empleo para los habitantes.
- **P5.-** Mejoraría la imagen del cantón.

¿Cuáles serían las desventajas del mismo?

- **M.-** Se coincidió en que la desventaja principal sería la delincuencia ya que al ingresar turistas puede que los delincuentes cometan sus fechorías lo cual el resultado sería la pérdida de clientes y mala imagen del sector.

¿Cuál cree usted sería el medio publicitario más apropiado para promocionar el complejo turístico?

- **P1.-** Me gustaría recibir publicidad por internet pues el medio que más uso
- **P2.-** Pienso que sería conveniente por la tv, ya que es usado por la mayoría de personas.
- **P3.-** La radio también es influyente para la promoción
- **P4.-** Las hojas volantes no son muy útiles pues siempre reparten pero las personas que reciben muchas veces no las leen y las tiran a la basura o a la calle

¿En el caso de que se cree el complejo turístico, cree usted tendría acogida?

- **P1.-** Si, pues sería algo novedoso
- **P3.-** Si, pues generaría expectativas y sería visitado

2.10. INTEGRACIÓN Y ANÁLISIS FINAL DE LA INFORMACIÓN RECUPERADA EN CAMPO

Una vez desarrollado el trabajo de campo que permitió recolectar información necesaria para luego emitir el informe final de los mismos, a la vez destacaremos los hechos más importantes para proceder a la comprobación de hipótesis y al desarrollo de la propuesta.

Al momento de desarrollar las encuestas como uno ya conocía el tema, el cómo es la situación en las que se realizan y los posibles problemas que se pueden desarrollar nos lanzamos al campo a realizarlas en el primer día fui y como siempre las personas salen con que no tienen tiempo de contestar o preguntaban cuantas preguntas eran o cuantas hojas eran se les mencionaban y muchos no querían ser encuestados y nos tocó tener paciencia porque había gente que si fue muy amable en contestarnos y muchos nos dieron sugerencias para poner en práctica hasta a algunas personas nos tocó invitarles el agua con el fin de que nos dieran un minuto de su tiempo para cumplir con nuestro objetivo y así íbamos una y otra vez hasta que se culminó con las encuestas.

En lo que respecta a las entrevistas se menciona que hace falta mejorar ciertos servicios en el Cantón y promocionar nuevos atractivos para que los que ya son conocidos no se deterioren más de lo que ya están, esto va para que las autoridades del Cantón se preocupen un poco más de lo que está pasando y de lo que piensan las personas acerca de los atractivos.

Para la propuesta cabe recalcar que de las personas encuestas tenemos que están en un rango de edad entre 21 a 30 años y representan un 26% del total además también se encontró que el 74% de turistas encuestados participa de 2 veces al año

de actividades turísticas, a los turistas mayormente les gustaría recibir información a través de la televisión un medio que es muy visto por todo el Ecuador, encontramos también que a los turistas les gustaría visitar el complejo turístico en el feriado de carnaval ya que es ahí donde las personas tienden a visitar o salir de sus casa por el feriado, de los turistas encuestados se observó que 89% saben que es un complejo turístico y la mayoría de estos lo visitara con sus familiares.

Por otra parte la población esta consiente de que hace falta un atractivo turístico en la cabecera cantonal que traiga beneficio económico y desarrollo para los habitantes del mismo, a la vez con este proyecto esperamos que sea el punto de partida para que después se implementen nuevas atracciones para el bien del cantón y de la provincia de Santa Elena.

CUADRO # 10 cantidad de veces que el turista participa del turismo

Cuántas veces al año participa en actividades turísticas	Turistas Habitantes	Servidores turísticos
1 vez	17%	15%
2 veces	74%	29%
Más de 2 veces	9%	3%

CUADRO # 11 le gustaría que se creara un complejo turístico

Le gustaría que en el cantón Santa Elena existiera un complejo turístico	Turistas Habitantes	Servidores turísticos
Si	100%	100%
No	-	-

CUADRO # 12 beneficios al cantón Santa Elena

Que beneficios traerá la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena	Turistas Habitantes	Servidores turísticos
Beneficio económico	44%	36%
Atraerá más turistas	13%	30%
Aumentaría las plazas de trabajo	43%	45%

CUADRO # 13 le gustaría cancelar un valor de entrada

Le gustaría cancelar un solo valor de entrada y hacer uso de todas las instalaciones	Turistas Habitantes	Servidores turísticos
Si	91%	85%
No	9%	10%

2.11. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para el desarrollo de la prueba de hipótesis que consiste en comprobar o rechazar el presente estudio se la realizó mediante la prueba del Chi² la misma que se obtuvo de la pregunta: ¿Qué incidencia tiene la inversión en turismo en la diversidad de atractivos turísticos en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena? Para ello se expone la información en el siguiente cuadro con información referencial.

¿Qué incidencia tiene la inversión en turismo en la diversidad de atractivos turísticos en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena?

CUADRO # 14 Pregunta de Hipótesis

Ítems	Positiva	Negativa	Total
Turistas	200	30	230
Habitantes	200	20	220
Totales	400	50	450

Calculadas las frecuencias absolutas detectada se procede a calcular la frecuencia absoluta esperada para cada una de las celdas cuyos resultados se plantean a continuación

CUADRO # 15 Calculo de Chi2

Ítems	Positiva	Negativa
Turistas	195.55	24.44
Habitantes	204.44	25.55

Considerando que el grado de libertad es sobre 1 que se calculó a partir del número de filas y columnas y que se ha procedido a trabajar con un margen de confianza del 95%, al constatar con el valor del chi2, a continuación se observa en el siguiente cuadro

CUADRO # 16 Procedimiento de chi2

Cuadro sumatorio de chi2 por celda y filas		
Turistas	0.101265661	0.1976929746
Habitantes	0.8066121113	1.581661035
Valor de tabla calculado	1.7793540096	Valor tabla 3.84

Como conclusión tenemos que siendo el valor total de la tabla mayor al valor teórico de chi2 se plantea la validez de la hipótesis del presente trabajo investigativo. Por lo tanto se procede al planteamiento y desarrollo de la propuesta en el capítulo 3 que con los datos obtenidos anteriormente se desarrollaran de manera fiable los datos para el respectivo estudio financiero.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El presente documento muestra los resultados de la investigación desarrollada sobre el estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena, donde se ofrecerá una variedad de servicios para el disfrute y entretenimiento del turista, para lo cual se ofrecerán los siguientes servicios:

- Canchas múltiples (fútbol y básquetbol)
- Área recreacional para niños
- Piscinas
- Restaurante

Al mismo tiempo beneficiando de una u otra manera a la comunidad.

Este trabajo cuenta con el aval de la empresa EMUTURISMO, quienes dieron la apertura para realizar dicho trabajo

El complejo turístico aún no cuenta con una competencia de manera directa, lo que sí existe en el cantón Santa Elena es complejos deportivos los cuales ofertan una sola cosa y no atraen a turistas solo a personas del cantón o la provincia de Santa Elena.

3.2. RAMA DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA

En cuanto a lo que es turismo según la OMT nos dice que el “turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares

distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”.

El proyecto como es netamente turístico y dentro de esta clasificación encontramos que se encuentra inmerso en el turismo de descanso, decimos entonces que en el turismo de descanso cualquier persona podría viajar para relajarse del trabajo, para liberar el estrés, o simplemente para disfrutar de sus vacaciones o tiempo libre.

Podemos decir que este tipo de turismo es el que más utiliza las personas, porque en sí éste les brinda comodidad y a su vez les permite relajarse y disfrutar del ambiente en el cual se encuentre.

3.2.1. Actividad Económica

La actividad económica de este estudio de factibilidad se centra en la creación de la compañía desde un enfoque de compañía mixta a continuación detallamos brevemente la parte legal sacada de la “LEY DE COMPAÑÍAS” del Ecuador donde nos hace referencia en sus artículos 308, 309, 310, 311, 312, los cuales nos dicen que las entidades públicas podrán participar conjuntamente con el capital privado, de igual manera podrán participar en la gestión administrativa

Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro.

Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio.

También se exonera de toda clase de impuestos municipales y adicionales a los actos y contratos y sus correspondientes registros, que efectúen las compañías de economía mixta, en la parte que les correspondería pagar a éstas. (Ley de Compañías)

3.2.2. Ubicación

Para el Complejo Turístico se propone la ubicación en el kilómetro 2 y medio en la carretera Guayaquil- Salinas. Es un lugar propicio para la construcción del complejo ya que en este lugar se cuenta con espacio libre y suficiente para la ejecución del proyecto, también cuenta con servicios básicos y carretera en buen estado para mayor comodidad de los turistas.

GRÁFICO # 15 Ubicación del proyecto



Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: Google maps, año 2014

3.2.3. Valor de la empresa

3.2.3.1. Misión

Incentivar el turismo en el cantón Santa Elena obteniendo beneficios a favor de la comunidad y del atractivo, y estar en constante innovación para cumplir con las expectativas del turista.

3.2.3.2. Visión

En el año 2018 posicionarse como referente en complejos turísticos y generar un alto grado de fidelidad en los clientes.

3.2.3.3. Valor

La empresa para ser siempre los mejores y tener un excelente equipo de trabajo debemos trabajar con los valores unos de los más importantes es mantener el respeto dentro del ambiente profesional como con los clientes.

3.2.4. Necesidades a Satisfacer

Nuestro producto será diseñado para satisfacer las necesidades de los turistas que serán todas las personas entre niños y adultos pues es un lugar donde todos podrán realizar una actividad que ellos deseen y hacer uso de todas las instalaciones, si hablamos de niños obviamente será con la supervisión de un adulto.

En nuestro proyecto buscamos solucionar la necesidad que tienen los turistas de liberarse del estrés ofreciéndoles nuevas alternativas de relajación y recreación como puede ser el uso de cualquiera de nuestras instalaciones entre ellas tenemos:

El uso de piscinas para las personas que les gusta nadar o simplemente disfrutar del momento

También pueden hacer uso de la cancha para quienes les gusta hacer deporte

Y los niños no se pueden quedar atrás para ellos tenemos la opción de disfrutar de la piscina para niños o pueden hacer uso del área recreacional creada pensando en ellos.

Y como servicio complementario tenemos el bar que estará dotado de alimentos y bebidas para complementar la satisfacción del cliente.

3.2.5. Objetivos

- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes
- Crear con este proyecto un beneficio económico en el cantón Santa Elena
- Generar fuentes de empleo para los habitantes del mismo Cantón
- Lograr una nueva alternativa de esparcimiento y relajación
- Lograr la fidelidad de nuestros clientes
- Obtener reconocimiento nacional e internacional
- Mejorar e innovar nuestros servicios

3.2.6. Justificación e Importancia

El cantón Santa Elena es considerado como un lugar privilegiado ya que posee bellos paisajes y exuberante flora y fauna, con un sinnúmero de atractivos naturales que contribuyen un alto potencial para el desarrollo de la zona, por lo que se considera idóneo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un

complejo turístico en la cabecera cantonal, en el cual los visitantes disfrutarán de actividades al aire libre en compañía de familiares y amigos.

Para el presente proyecto se realizaron las debidas investigaciones de la manera más pertinente para buscar lograr el desarrollo turístico en la cabecera cantonal de la provincia de Santa Elena y a la vez que los beneficiarios sean de manera directa los pobladores del cantón.

Es importante para el cantón Santa Elena que se realice este tipo de proyectos, ya que permitirá desarrollar nuevas alternativas de recreación para el turista y a la vez este nos ayudará a promocionarnos de acuerdo a la experiencia que este obtuvo dentro del complejo. El cliente es muy importante y para mantenerlo siempre contento debemos saber con anticipación que es lo que busca e ir innovando nuestros servicios de acuerdo a las nuevas tendencias que vayan surgiendo.

3.3. ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1. Mercado

3.3.2. Análisis de la Situación del sector a través de las fuerzas competitivas de mercado.

Analizando el mercado según las cinco fuerzas competitivas de Porter tenemos que:

1.- Cuando tenemos un producto nuevo y novedoso que cumple con las expectativas de los clientes, siempre va a ver la amenaza de nuevos competidores que querrán entrar con un producto similar al nuestro para posesionarse en el

mercado este puede ser por medio de franquicias o nuevos participantes, esto dependerá de si nuestra empresa este bien o no posesionada, esto quiere decir que no debemos darle oportunidad al enemigo y siempre mantenernos bien y tener la delantera para evitar que otro producto intente acaparar nuestro mercado.

2.- En este punto debemos estar bien atentos pues nos menciona sobre la rivalidad entre competidores esto quiere decir que siempre vamos a tener enfrentamientos o guerras por parte de ellos y debemos mantenernos siempre un pie adelante ya que habrá publicidad agresiva y cambios en los costos por parte de la competencia todo esto para acaparar todos los clientes, así que hay que estar preparados y con planes de contingencia para sostenernos y estar bien posesionados.

3.- Aquí tenemos el poder de negociación de los proveedores, aquí vemos que los distribuidores mientras más fuerte sean querrán imponer sus reglas en los productos que venden, en nuestro caso si estos productos son los más importantes y necesitados por parte de nosotros y no encontramos un sustituto estos proveedores lo que harán es encarecer los costos de los productos para ellos sacar provecho.

4.- Poder de negociación de los clientes, aquí debemos siempre mantener la calidad en nuestro producto o servicio a ofrecer ya que si tenemos productos sustitutos por parte de otras empresas estos clientes buscaran lo que más le conviene en precio y calidad, por ello pienso que manteniendo la calidad nuestros clientes serán fieles a nosotros ya que si tienen calidad para ellos el costo no es problema.

5.- Aquí tenemos la amenaza de ingreso de productos sustitutos, aquí como se menciona en textos anteriores tenemos que siempre estar innovando en todo ya

que la competencia puede estar avanzada tecnológicamente y puede ser un problema en un futuro.

3.3.3. Producto a ofrecer

Tal como se menciona en los capítulos anteriores tenemos que en el caso del proyecto el producto que ofertamos es el complejo turístico, el cual consta del uso de las piscinas, cancha y área recreacional, como vemos esto es un bien tangible con un servicio intangible pues la recreación, esparcimiento y relajación que obtiene el turista al hacer uso de las instalaciones, la capacidad de carga que tiene el complejo para albergar a turistas es de 300 personas.

3.3.4. Clientes

Los clientes serán toda persona natural o jurídica que tenga el deseo de relajación y esparcimiento sin importar su edad, sexo, nivel social ya que como mencionamos en los resultados de las encuestas el 100% de turistas está de acuerdo con la creación del Complejo Turístico.

En el complejo poseemos las áreas de:

- Canchas de fútbol con una capacidad para 80 personas al día.
- Piscinas con una capacidad para 40 personas cada una.
- Restaurante con una capacidad para 30 personas.
- Área recreacional donde pueden andar libremente los niños y adultos con una capacidad de carga de 100 personas.

Analizando este punto del proyecto no existe una competencia directa que ofrezca los mismos servicios que nosotros vamos a ofrecer, existen si otros complejos que solo tienen un producto como es la piscina o canchas y otros sitios de interés del turistas como son: museos, acuarios, entre otros; sin embargo nosotros para mantener siempre la fidelidad de nuestros clientes debemos estar siempre innovando y trabajar con personas capacitadas para dar un servicio excelente así siempre seremos los elegidos por ellos.

CUADRO # 17 Posible competencia

Atractivos	Costo de entrada
Museo Real Alto	Gratuita
Museo Amantes de Sumpá	Gratuita
Museo Megaterio	Gratuita
Acuario Valdivia	2.00 adultos 1.00 niños
Complejo turístico Baños termales de San Vicente	2.00 adultos 1.00 niños

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación de campo, año 2014

La competencia nos empuja a ser mejores y por ende siempre tenemos que estar un paso adelante que ellos

3.3.5. Proveedores

El proveedor principal será ACUATECNIA CIA. LTDA es una empresa que tuvo sus inicios con el fin de servir a la comunidad en el suministro e instalación de

equipos purificadores de agua para residencias, comercios o en plantas potabilizadoras de agua en poblaciones, así como para el tratamiento de aguas residuales, piscinas, hidromasajes, saunas, turcos y todo material requerido para obras de ingeniería sanitaria.

Como proveedores también tenemos:

- Corporación El Rosado S.A.
- Equindeca Cia. Ctda.
- Comandato.
- Fritega S.A.
- Equindeca Cia. Ltda.

3.3.6. Sustitutos

En el cantón Santa Elena en sí no existe un producto igual al que se va a crear, existen complejos pero solo ofrecen una actividad, es por ello que se ve la oportunidad para crear un Complejo Turístico con más instalaciones para el disfrute de los turistas y residentes. El complejo estará dotado con lo necesario para ofrecer mayor comodidad.

Entre posibles sustitutos se puede considerar a los siguientes, cabe recalcar que estos no poseen todas las instalaciones que nosotros vamos a ofrecer:

- Complejo deportivo Ciudad de Dios
- Complejo deportivo Futbol Green
- Country club Salinas

3.3.7. Valoración de la Demanda

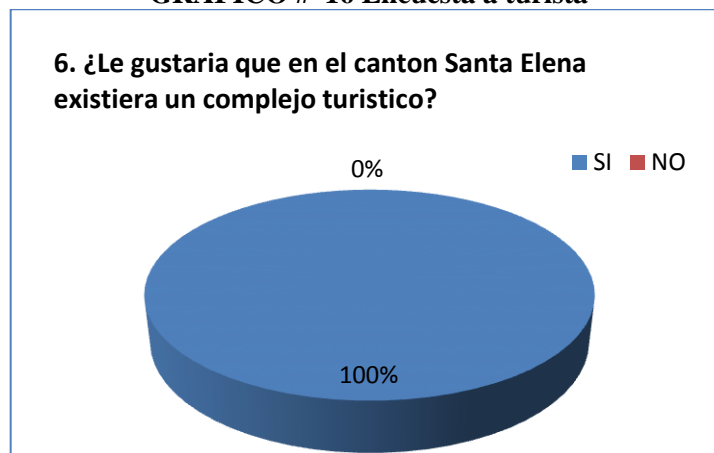
La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo. La finalidad de estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades que dadas ciertas condiciones presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios.

Uno de los factores decisivos para el éxito de un proyecto, es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera te va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer.

En el caso del proyecto nos damos cuenta que por medio de la investigación que se realizó aplicando la encuesta específicamente en la pregunta # 6 se preguntó a los turistas si les gustaría que en el cantón Santa Elena se cree un complejo turístico el cual nos arrojó como resultado que el 100% de los turistas respondió que sí.

Tomando eso como referencia podemos decir que estamos hablando de una demanda potencial para nuestro proyecto ya que como mencionamos anteriormente en el cantón Santa Elena no hay un producto con las mismas características al que nosotros vamos a ofrecer.

GRÁFICO # 16 Encuesta a turista



Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: Investigación de campo

3.3.8. Análisis Situacional

3.3.8.1. Definición y Cuantificación de los segmentos del mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa.

En el caso del proyecto la segmentación que se utilizará será la demográfica, porque la dividimos de la siguiente manera:

Por género: según los resultados de la encuesta el 65% de los encuestados fueron mujeres y el 35% son hombres como de muestra en el gráfico a continuación

Por Edad: para nuestro proyecto un 32% de los encuestados son de edad entre 31 – 40 años, estamos hablando de personas que irían a nuestro complejo con sus familias y amigos. Ver gráfico a continuación.

Por ingreso: para nuestro proyecto cualquier persona podrá ingresar sin discriminación alguna, es decir que pueden ingresar personas de nivel alto, medio y bajo.

Por escolaridad: nuestro producto será también ofertado a estudiantes de escuelas, colegios y universidades con consentimiento de los padres.

Como vemos nuestro producto está orientado para satisfacer las necesidades y expectativas de todo tipo de clientes.

3.3.9. FODA

CUADRO # 18 Análisis Foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Vías de acceso en buen estado. • Cuenta con servicios básicos. • Lugar estratégico para la vista de los turistas que entran y salen de la provincia. • Ser el único complejo turístico que cuente con esos servicios en la zona. • Tener cerca un UPC, para mayor seguridad de los visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora la calidad de vida de los pobladores cercanos. • Ayuda del municipio de Santa Elena (EMUTURISMO). • Generará fuentes de empleo. • Demanda dispuesta a consumirlo. • Dejará de ser un sector desolado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No pasan buses interprovinciales por el complejo • Falta de alumbrado público. • Falta de capital para la inversión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales. • Mala administración y descuido por parte de los trabajadores del complejo en un futuro. • Maquinarias en mal estado.

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: Investigación de campo

3.3.10. Estrategia de Mercadeo

En cuanto a la estrategia de mercado tenemos que es un curso de acción que consiste en las movidas y forma de acercamiento utilizado por la gerencia para obtener un resultado deseado (visión, misión, meta, objetivo o intención).

La estrategia es dirigida al mercado cuando ha sido conducida "tratando con el presente", ganando una ventaja favorable y competitiva y encontrando la estrategia correcta que se ajuste entre las capacidades organizacionales y las oportunidades del medio externo.

Para obtener el estudio de mercadeo de la empresa y cumplir con los objetivos y metas, se va a usar la estrategia de promoción y publicidad donde masivamente se pretende hacer llegar todo sobre la empresa para crear la necesidad y expectativa en los posibles clientes.

Los medios por donde vamos a realizar la promoción son:

Radio: sabemos que las radios son un medio de comunicación que toda persona escucha en cualquier momento, fuera o dentro de casa y podemos mandar la publicidad para que los radioescuchas sepan de nosotros.

Sabemos que la publicidad en la tv es más impactante pues ahí el cliente verá lo que tenemos y sentirá ese deseo de conocer algo nuevo y por ende nos visitará.

Y por internet pues hoy en día la mayoría de personas usa este medio con muchos fines y porque no mandar una publicidad ahí también

Esos son los medios masivos por donde vamos a mandar la publicidad, también consideramos estrategias de mercado como estas:

Una vez al mes realizar promociones que incentiven al cliente visitarnos, como por ejemplo realizar el famoso 2x1 eso a cualquier persona le gustaría, y con el pasar del tiempo se realizarán nuevas promociones que les gusten a los clientes y mantener su fidelidad que es lo que queremos.

3.3.11. Precio

La entrada que se propone para el complejo es gratuita ya que es una empresa municipal, pero para evaluar financieramente se simula un precio de proyección de mercado para las canchas un valor de 15.00 dólares y para las piscinas y área recreativa un valor de 5.00 dólares para conocer la viabilidad que tiene el proyecto reservándose el derecho de admisión.

3.4. ESTUDIO TÉCNICO

3.4.1. Macro localización

La localización del proyecto se realizó mediante un estudio técnico que nos permitió establecer el lugar indicado para la ejecución del mismo, sabemos que en la provincia de Santa Elena existen buenos lugares para la construcción de cualquier proyecto turístico, debido a su situación geográfica estamos dotados de hermosos paisajes y un sinnúmero de atractivos naturales no obstante elegimos como lugar adecuado el cantón Santa Elena, pues como se menciona en los capítulos anteriores la parte céntrica y aledaños del Cantón no tienen mucha inversión o sea no hay diversificación de atractivos y por ende no son visitadas por los turistas ya que estos se dirigen hacia otras partes de la provincia.

3.4.2. Micro localización

Este proyecto se realizará en el cantón Santa Elena siendo este un lugar preferido por los turistas por su diversidad de atractivos turísticos, gastronomía y mucho

más, es por ello que se escogerá un punto de llegada de los turistas para promocionar de manera directa el complejo turístico y logrará captar el interés de los visitantes por nuestro producto.

3.4.3. Tamaño de Planta Seleccionado



Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente investigación de campo, año 2014

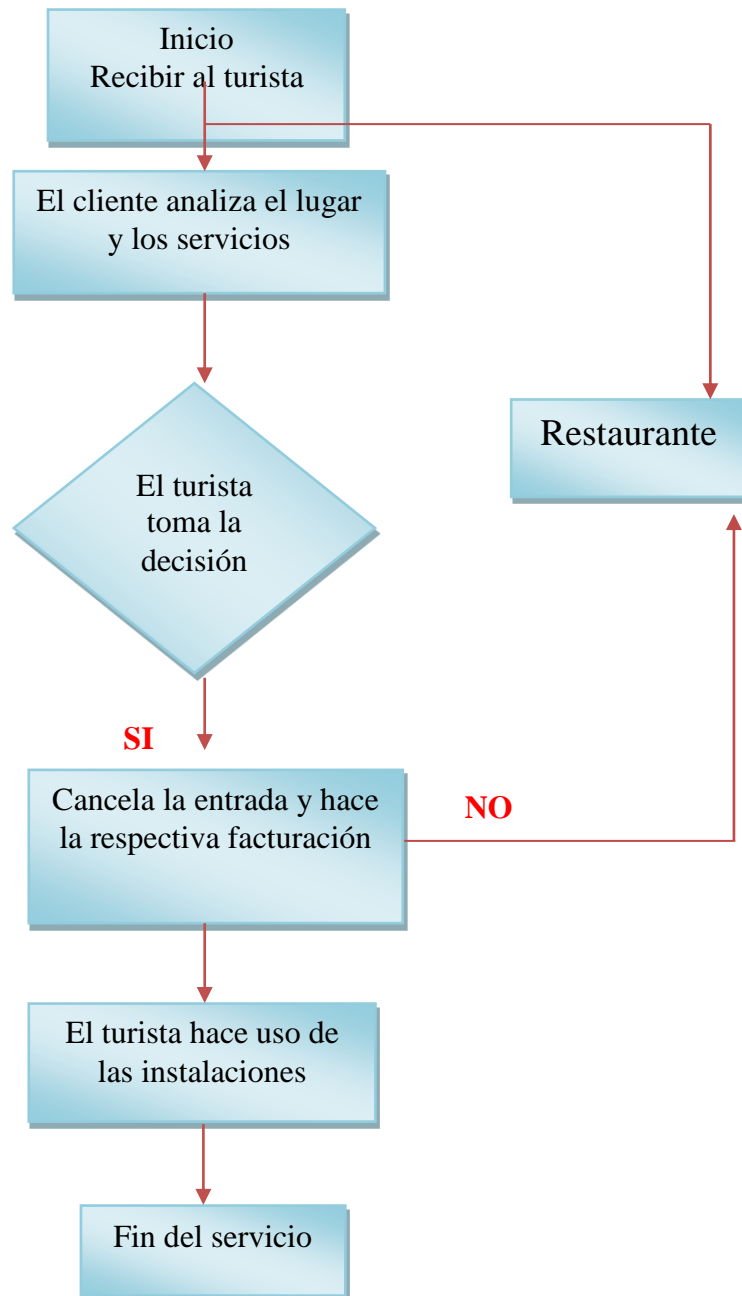
En este lugar se realizará la creación del Complejo Turístico con todas sus instalaciones, las cuales constan de:

- Canchas con una capacidad para 30 personas en total.
- Piscinas con una capacidad para 20 personas cada una.
- Restaurante con una capacidad para 30 personas.
- Área recreacional.

Según la investigación tenemos una capacidad de carga real de 2000 m², la cual se consideró para sacar el total de la capacidad de carga de personas que pueden entrar en el complejo, que arrojó un total de 300 personas aproximadamente.

3.4.4. Proceso de Producción en la Prestación del Servicio

GRÁFICO # 18 Proceso de atención



Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.4.5. Programa de Producción

En el programa de producción tenemos que establecer planes para estar preparados para las diferentes temporadas del año en el que nos visitan los turistas tenemos entonces que:

CUADRO # 19 Proyección de la demanda
Época en que frecuentan los turistas

Temporada alta	Temporada media	Temporada baja
Noviembre (200 al día)	Julio (150 al día)	Abril (150 al día)
Diciembre (300 al día)	Agosto (200 al día)	Mayo (100 al día)
Enero (300 al día)	Septiembre (100 al día)	Junio (100 al día)
Febrero (300 al día)		Octubre (100 al día)
Marzo (200 al día)		

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

Según los datos registrados en el ministerio de turismo se establece que nos visitan un promedio de 80.000 turistas por temporada, de los cuales un gran porcentaje se desplaza a los atractivos tradicionales es ahí donde entramos nosotros realizando publicidad para obtener un gran número de visitantes en nuestro complejo y así cumplir con el objetivo

3.4.6. Instalaciones físicas

GRÁFICO # 19 Instalaciones físicas



Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

CUADRO # 20 Instalaciones físicas del complejo

Instalaciones físicas	
Canchas	<ul style="list-style-type: none">• Fulbito• Básquet
Piscinas	<ul style="list-style-type: none">• 2 piscinas grandes• 1 piscina para niños
Área recreacional	<ul style="list-style-type: none">• Áreas verdes y juegos infantiles
Restaurante	<ul style="list-style-type: none">• Un restaurante

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.4.7. Maquinarias y Equipos

Los equipos que se va a usar como toda empresa en el área administrativa son los equipos de computación, y para la otra parte serán todos los materiales e insumos para llevar a cabo el correcto funcionamiento.

3.4.8. Insumos

Los insumos o materiales que vamos a utilizar son los siguientes:

Para el área de comercialización:

- Computadora de escritorio CORE i3
- Impresora EPSON Multifunción WF2540
- Archivador metálico
- Aire acondicionado
- Extintor
- Biométrico
- Dispensador de agua 3 llaves
- Cesto de basura metálico

- Estantes Metálicos
- Caja registradora
- Teléfono ejecutivo
- Escritorios
- Silla giratoria

Para el área de cocina:

- Tazón para ensaladas
- Juego de cuchillos de cocina
- Cedazo malla
- Sartén de teflón
- Exprimidor
- Charol redondo aluminio
- Juego de manteles
- Vajillas de porcelana
- Juego de docena de cucharas
- Juego de docena de cuchillos
- Cocina industrial
- Licuadora 3 velocidades
- Congelador
- Refrigeradora comercial
- Refrigeradora con vitrina
- Extractor
- Caldero 50 cm.
- Tabla de picar
- Mesa de trabajo
- Cuchara sopera
- Olla industrial
- Espumadera

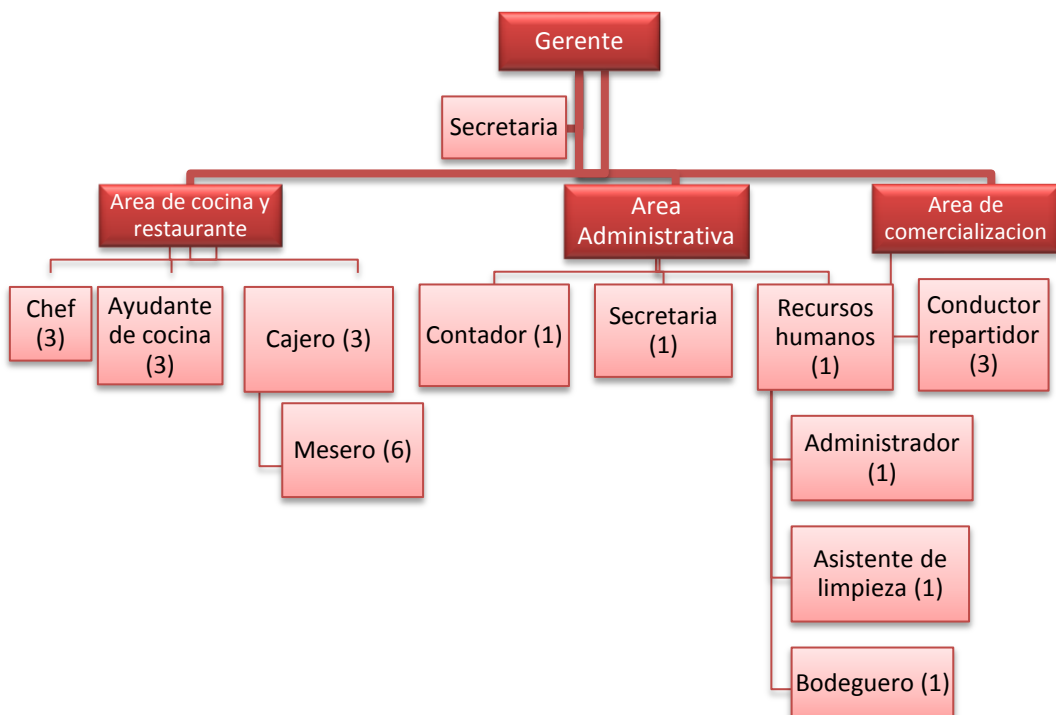
- Mesa Turín cuadrada
- Silla blanca PYCCA
- Dispensador de agua 3 llaves
- Cesto de basura grande
- VAN Chevrolet N300 Cargo

3.4.9. Recursos Humanos

En el área de recursos humanos es la parte técnica de la empresa aquí se maneja a todo el personal se delega sus funciones, aquí también es donde los trabajadores notifican si hay algún inconveniente entre trabajadores, etc.

Las personas que laboren en recursos humanos deben ser capacitadas y saber estar al mando, pues para los jefes ellos son la voz de los operarios.

GRÁFICO # 20 Organigrama estructural
Elaborado por: Beatriz Mera



ANÁLISIS DE PUESTOS

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Gerente General
Descripción del puesto Puesto de mucha responsabilidad, es el responsable en el área de administración de la empresa este debe ir alineado junto con la misión, visión y objetivos de la empresa.
Funciones genéricas Hacer cumplir los reglamentos de la empresa, distribuir las responsabilidades entre los departamentos, además de dirigirlas y supervisarlas.
Funciones específicas Representar legalmente la empresa, también deberá organizar tareas, actividades y personas, planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con los objetivos Tener conocimiento sobre el manejo del personal puesto que tendrá que realizar gestiones para coordinar la relación con el cantón Santa Elena.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Secretaria
Descripción del puesto Este puesto es la mano derecha del gerente, pues se encarga de recopilar información necesaria que solicita el líder de la empresa para luego tomar las decisiones que lleven a la empresa a cumplir con sus objetivos.
Funciones genéricas Ayuda al gerente en el desempeño de todas sus funciones
Funciones específicas <ul style="list-style-type: none">• Atiende todas las inquietudes de los clientes.• Atiende recados telefónicos y personales.• Contactarse con los clientes y hacer un seguimiento si se encuentran satisfechos con nuestros productos.• Estar pendiente de las necesidades de la empresa.• Establecer comunicación entre los directivos y personal operativo de la empresa.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Contador
Descripción del puesto
Es un puesto de mucha destreza mental la persona encargada deberá llevar control de lo que sucede en la empresa a nivel contable
Funciones genéricas
Debe ser titulado en contabilidad y auditoría, tener habilidad numérica y análisis de información, deberá también tener conocimiento informático
Funciones específicas
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y verificar documentos como facturas, notas de venta, comprobantes de retención, comprobantes de ingreso y egreso, estados de cuenta etc. • Realizar registros contables. • Mantener actualizado los libros contables. • Realizar declaraciones de impuestos. • Calcular aportes al IES, etc.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Chef
Descripción del puesto
La persona encargada de este puesto deberá tener conocimientos básico en la manipulación de los alimentos e higiene
Funciones genéricas
Dirigir la preparación de alimentos, velar que todo vaya a la par con los estándares de calidad
Funciones específicas
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar procedimientos para una mejor rotación de inventarios en la cocina. • Mantenerse en constante comunicación con los proveedores para conocer las variaciones en costos de la materia prima. • Supervisar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos. • Controlar la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad • Elaborar el menú.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: ayudante de cocina
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>Esta persona trabajará siempre a disposición del chef, se encargará de preparación de platos y estará al mando cuando el chef no se encuentre</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Asistirá al chef, se encargará de preparar platos, manteniendo las normas sanitarias</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar platos. • Revisar que todo esté completo en cuanto a los materiales para la elaboración de los alimentos. • Revisar que los utensilios de cocina estén en buen estado.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Cajero
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>Esta persona deberá tener conocimientos en informática y manejo de caja.</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Llevar un control de caja a diario y reportar cualquier novedad</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cobrar facturas. • Atender inquietudes. • Realizar arqueos de caja. • Informar de manera periódica sobre los movimientos de caja.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Mesero
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>Esta persona deberá tener un curso de mesero, y ser cordial con el cliente</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Llevar los pedidos a la cocina y verificar que este correcto el pedido</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener buena presencia y aseo personal pues es el que está en contacto directo con el cliente. • Saber lidiar con los problemas. • Tener facilidad de palabra. • Saber contestar cualquier inquietud de los clientes.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Administrador
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>El administrador deberá siempre estar a tiempo completo en la empresa pues este deberá verificar que todo esté bien</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Ayudar y/o asistir a los operadores cuando estos lo requieran</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener buena comunicación con el personal de trabajo. • Estar informado siempre de lo que suceda en la empresa. • Informar lo que suceda en cualquier área de la empresa de manera periódica.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Recursos humanos
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>El personal de recursos humanos deberá garantizar a los trabajadores un buen ambiente laboral</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Cumplir con los reglamentos internos de la empresa.</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener comunicación constante con el personal. • Informar de cómo encuentra la empresa.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Limpieza y mantenimiento
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>El personal de esta área deberá estar en capacidad de realizar su trabajo pues estos se encargarán de mantener limpio y funcionando todo dentro de la empresa</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Verificar siempre las maquinarias en operación e informar cualquier daño</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener limpio todo antes y después de la llegada de turistas. • Informar sobre el mal uso de las instalaciones. • Informar de más maquinarias en mal estado. • Mantener funcionando todo de forma segura.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Bodega
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>El encargado de bodega deberá revisar que siempre estemos dotados de materia prima caso contrario deberá informar para su respectiva compra.</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Mantener ordenada la bodega e informar siempre las salidas de mercadería</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enviar las facturas y guías de remisión de las compras al contador. • Llevar el control de equipos, materiales, productos y herramientas que se encuentren en bodega. • Realizar cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato.

COMPLEJO TURÍSTICO SANTA ELENA
Nombre del puesto: Conductor - repartidor
<p style="text-align: center;">Descripción del puesto</p> <p>El conductor deberá siempre estar siempre en la empresa, pues este deberá llevar y traer pedidos fuera de la empresa.</p>
<p style="text-align: center;">Funciones genéricas</p> <p>Ayudar en todo lo que se requiera en la empresa como conductor</p>
<p style="text-align: center;">Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deberá tener licencia profesional. • Estar informado siempre de lo que suceda en la empresa. • Siempre debe estar en contacto con sus superiores. • No consumir bebidas alcohólicas mientras conduce.

3.5. ESTUDIO ECONÓMICO

3.5.1. Plan Económico – Financiero

3.5.2. Plan de Inversiones

Para el presente proyecto es de mucha importancia que se realice un estudio financiero para que nos permita llevar un control de las pérdidas y gastos que se generan para la inversión del mismo.

3.5.2.1. Inversión Fija Tangible

Como todo proyecto debe iniciarse con sus activos fijos tangibles estos son equipo de cómputo con un valor de inversión de \$3.790, equipo de oficina con un valor de \$7.948, maquinarias y herramientas con un valor de \$7705, muebles de oficina un valor de \$2.755, vehículo con un valor de inversión de \$15.600, infraestructura con un valor de \$165.000, dando un valor total de 202.798,00 (ver anexo 7)

CUADRO # 21 Inversión fija tangible

GRUPOS	COCINA	OPERATIVO	TOTAL
Equipos de computación	-	3.790,00	3.790,00
Equipos de oficina	380,00	7.568,00	7.948,00
Maquinarias y herramientas	7.705,00	-	7.705,00
Muebles de Oficina	510,00	2.245,00	2.755,00
Vehículos	15.600,00	-	15.600,00
Infraestructura	165.000,00	-	165.000,00
TOTAL	189.195,00	13.603,00	202.798,00

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.5.2.2. Inversión fija intangible

Como inversión fija intangible tenemos los gastos de constitución con un valor de \$3.000 y el programa empresarial para restaurante con un valor de \$800 lo que nos da un valor total de \$3.800. (Ver anexo 8)

CUADRO # 22 Inversión fija intangible

ACTIVOS INTANGIBLES	
Gastos de Constitución	3.000,00
Programa Dobra empresarial para restaurante	800,00
TOTAL	3.800,00

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.5.2.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo son los recursos que necesita la empresa para poder funcionar. La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo. El capital con el que contamos como empresa es de \$7.000.

3.5.3. Costo de operación

Los costos de operación son todos los gastos necesarios para que un proyecto se mantenga, aquí hablamos que ingresan los gastos de equipo de computación con un valor de \$3.790,00, equipo de oficina con un valor de \$7.568,00, los muebles de oficina con un valor de \$2.245,00 dando un total de \$13.603,00 (ver anexo # 9)

CUADRO # 32 Costos operativos

GRUPOS	OPERATIVO	TOTAL
Equipos de computación	3.790,00	3.790,00
Equipos de oficina	7.568,00	7.568,00
Maquinarias y herramientas	-	
Muebles de oficina	2.245,00	2.245,00
Vehículos	-	
Infraestructura	-	
TOTAL	13.603,00	13.603,00

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.5.4. Ingresos

En el complejo turístico que se propone crear, entre los ingresos encontramos lo siguiente: un valor por ingreso de canchas en el primer año de \$36.000, por ingresos de área recreativa y piscinas un valor de \$211.675, y una cuentas llamada ventas con un valor del primer año de \$264.594, todos estos datos son en base al primer año y al precio por servicio. (Ver anexo # 10)

CUADRO # 23 Precios

Precio canchas	15,00
Precio de piscina y área recreativa	5,00

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

CUADRO # 24 Ingresos

-	AÑO 1	AÑO 10
VENTAS	264.594	535.573
SERVICIO CANCHAS	36.000	72.869
SERVICIO PISCINA AREA RECREATIVA	211.675	428.458
TOTAL INGRESOS	512.270	1.036.910

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.6. ESTUDIO FINANCIERO

3.6.1. Evaluación Financiera

3.6.2. Estados Financieros Proyectados

Los estados financieros en el complejo turístico, refleja y representa la situación económica financiera y el desempeño de la empresa. Estos estados deben ser comprensibles, comparables, confiables y verificables, para proveer información

sobre el patrimonio en un determinado periodo para la mejor toma de decisiones de la empresa.

3.6.3. Estado de Ganancias y Pérdidas

El estado de pérdidas y ganancias es un documento vital para conocer el rendimiento que tiene la empresa, así como los riesgos en los que puede estar envuelto. Gracias a esta información es posible tomar decisiones radicales, analizar la vida del negocio y las posibilidades de crecimiento a largo, mediano o corto plazo. La empresa que se propone crear al iniciar sus actividades tiene una utilidad de \$83.642 y el valor que obtendrá a los diez años de utilidad un valor de \$288.813. (Ver anexo # 11)

CUADRO # 25 Estado de pérdidas y ganancias

	Año 1	Año 10
-		
Total Ingresos	512.270	1.036.910
Costo De Producción		
Total Costo De Producción	103.015	186.502
Utilidad Bruta	409.256	850.408
Costos Operativos		
Total Costos Operativos	283.098	414.792
Utilidad Neta	83.642	288.813

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.6.4. Flujo de Caja (Corriente de Liquidez)

El flujo de caja o corriente de liquidez registra las entradas y salidas de efectivo para los diez años del proyecto, en el primer año se espera obtener ingreso de efectivo real de \$80.413 el cual al llegar a los diez años será de \$293.818 (ver anexo # 12)

CUADRO # 26 Flujo de caja

Flujo de efectivo	Año 1	Año 10

Ingresos netos	512.270	1.036.910
Costo de producción	93.180	172.923
Costos operativo	280.428	407.632
Pago de participación trabajadores	18.924	65.342
Pago de préstamo	15.735	15.735
Pago de impuesto	23.591	81.460
Cash flow	80.413	293.818

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

3.6.5. Balance General

El balance general es un resumen de todo lo que tiene la empresa y se estructura por medio del activo, pasivo y el patrimonio neto, el balance general muestra un valor total de \$219.632 en el primer año de la empresa. (Ver anexo # 13)

CUADRO # 27 Balance general

ACTIVOS	
TOTAL ACTIVOS	219.632,00
PASIVOS	
Préstamo bancario	157.349,00
PATRIMONIO	
capital social	62.283,00
TOTAL PASIVO	219.632,00

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

3.6.6. Flujos de Caja para Evaluación

Flujo de caja está conformado con ingresos totales restado con los gastos operativos, 15% participación a trabajadores, utilidad antes del impuesto e impuesto a la renta, que designa un valor de flujo efectivo sumado de las

inversiones y valor de rescate de equipos de cómputo, equipos de oficina infraestructura, maquinarias y herramientas, muebles de oficina, vehículos y capital de trabajo. El flujo efectivo del primer año es de \$ 209.798, que va a aumentar al transcurrir de los años hasta llegar a los 10 años con el valor de \$ 304.239. (Ver anexo # 14)

CUADRO # 28 Flujo de caja para evaluación

<u>CASH FREE</u>	Año 1	Año 10
Inversión Equipos de computación	-3.790	0
Inversión Equipos de oficina	-7.948	0
Inversión Maquinarias y herramientas	-7.705	0
Inversión Muebles de Oficina	-2.755	0
inversión Vehículos	-15.600	0
Inversión Infraestructura	-165.000	0
Inversión Capital de Trabajo	-7.000	0
Recuperación Equipos de computación		0
Recuperación Equipos de oficina		815
Recuperación Maquinarias y herramientas		771
Recuperación Muebles de Oficina		276
Recuperación inversión Vehículos		1.560
Recuperación Capital de Trabajo		7.000
FLUJO DE INVERSIÓN	-209.798	304.239

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.6.7. Indicadores de rentabilidad de la Inversión

Los indicadores de rentabilidad se obtienen mediante los resultados obtenidos en el flujo de caja que nos permiten tener los datos financieros como la tasa interna de retorno y el valor actual neto los cuales son aquellos indicadores financieros que sirven para medir la efectividad del proyecto de inversión.

3.6.7.1. Tasa Interna de Retorno

TIR (La tasa interna de retorno) se define como la tasa de rendimiento utilizada para el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las

inversiones. En el estudio económico que se hizo para la creación del Complejo Turístico durante 10 años el cual alcanzó una de tasa del 52%, por lo que nos indica que es un proyecto aceptable.

CUADRO # 29 Tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO DE INVERSIÓN
AÑO 0	209.798
AÑO 1	80.413
AÑO 2	96.348
AÑO 3	110.361
AÑO 4	113.220
AÑO 5	130.423
AÑO 6	175.084
AÑO 7	203.819
AÑO 8	231.083
AÑO 9	257.469
AÑO 10	304.239
TIR= 52%	

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

3.6.7.2. Valor Presente Neto

El VAN es un indicador que permite ver la viabilidad de nuestro proyecto basándonos en el flujo de caja, que convierte los valores futuros de la empresa a un valor actual, el VAN de nuestra empresa es de \$ 641.062,55 donde la inversión que tiene un plazo de 10 años se recuperará a partir del segundo año.

CUADRO # 30 Valor actual neto



AÑOS	FLUJO DE INVERSIÓN
AÑO 0	209.798
AÑO 1	80.413
AÑO 2	96.348
AÑO 3	110.361
AÑO 4	113.220
AÑO 5	130.423
AÑO 6	175.084
AÑO 7	203.819

AÑO 8	231.083
AÑO 9	257.469
AÑO 10	304.239
TIR= 52%	
VAN= 641.062,55	

3.6.7.3. Período de Retorno de la Inversión

La inversión tendrá un periodo de retorno de 10 años, lo que nos indica que la inversión se recuperará al segundo año consecutivo, en el año cero tendremos un valor de \$209.798 y al año diez será de \$ 1'512.661 (ver anexo # 15)

CUADRO # 31 Período de retorno de la inversión

	FLUJO DE INVERSIÓN	RECUPERACIÓN
INVERSIÓN TOTAL AÑO CERO		 209.798
AÑO 1	80.413	(129.385)
AÑO 2	 96.348	(33.037)
AÑO 3	110.361	77.323
AÑO 10	304.239	1.512.661

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo

3.6.7.4. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad se utiliza para la toma de decisiones de inversión del proyecto que indican los factores de demanda, precio y costo y escenarios optimista, probable y pesimista. Donde decimos que hay que estar siempre alerta a cualquier cambio o variación que se encuentre en un futuro dentro de la empresa.

En el escenario optimista se menciona que hubo una demanda alta ya que bajaron los precios de entrada del mercado pero igual se obtienen buenos ingresos

CUADRO # 32 Escenario optimista

FLUJO DE INVERSIÓN	-209.798	
VAN	\$ 641.062,55	
TIR	52%	
Período de recuperación de la inversión		Año 2 (210.543)

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación de campo, año 2014

En el escenario base los precios se mantienen al igual que la demanda, se obtiene la recuperación en el 6to año

CUADRO # 33 Escenario base

FLUJO DE INVERSIÓN	-209.798	
VAN	\$ 376.665,20	
TIR	36%	
Período de recuperación de la inversión		Año 6 (262.106)

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación de campo, año 2014

Escenario pesimista se menciona que hubo un aumento de precios debido a que pudo haber aumentado la inflación por lo que cuesta un poco más el mantenimiento del complejo

CUADRO # 34 Escenario pesimista

FLUJO DE INVERSIÓN	-209.798	
VAN	\$ 112.267,85	
TIR	20%	
Período de recuperación de la inversión		Año 8 (213.331)

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación de campo, año 2014

3.6.7.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se debe tomar en cuenta los costos fijos y variables anuales, los ingresos totales y el precio a ofrecer en el servicio. Para realizar el cálculo del punto de equilibrio se ha considerado la mezcla de ventas que se la obtuvo de los datos de las encuestas realizadas en el capítulo anterior.

Para el proyecto se consideró el servicio de restaurante donde se va a ofrecer tres tipos de comidas de preferencia del turista al momento de la visita según arrojaron los resultados de las encuestas, estos platos son:

Platos típicos

Snack

Tradicionales (almuerzos) (ver anexo # 16)

Para platos típicos tenemos el punto de equilibrio de 147.608 para Snack el punto de equilibrio es de 172.209 y para almuerzos es de 172.209

CUADRO # 35 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio Mezcla de ventas				Totales
UNIDADES PRODUCIDAS		15.876	18.522	18.522
		PLATO TÍPICO	SNACK	ALMUERZOS
MEZCLA DE VENTAS		30%	35%	35%
CONTRIBUCIÓN PONDERADA		0,07	0,22	0,29
CONT. POND. TOTAL	0,57			
COSTOS FIJOS	280.428			

P.E. MEZCLA DE VENTAS	492.025			
P.E. POR PRODUCTOS		147.608	172.209	172.209

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo

3.6.8. Coeficiente de Rentabilidad Nacional

El coeficiente de rentabilidad es un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si la empresa generara rentas suficientes para cubrir los costes, está comprendida en tres etapas que son:

- **Económica:** comprende el monto total de la inversión el cual es de \$209.798 y el porcentaje de la rentabilidad de los diez años es del 21%
- **Financiera:** la inversión del proyecto es factible de acuerdo a los resultados del VAN, para los inversionistas es llamativo el proyecto ya que a la larga se tendrán grandes beneficios económicos
- **Total:** de acuerdo a los resultados se establece la viabilidad al hacer la inversión en el proyecto, ya que al final las ganancias serán muy atractivas para los inversionistas

3.6.8.1. Valor Agregado

El valor agregado del proyecto son las áreas que el turista puede disfrutar de manera libre como son las piscinas y las canchas además del área recreativa para los niños.

3.6.8.2. Generación de Empleos

Con los estudios pertinentes que se realizaron para la creación de un complejo turístico se llegó a la conclusión que además del beneficio económico que deja al cantón Santa Elena también se generarán fuentes de empleo primero al contratar al personal que laborará en la empresa quienes suman un total de 23 familias del cantón según el rol de pagos. (Ver anexo # 17)

3.6.8.3. Beneficios Socio económicos

Como se mencionó anteriormente la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena deja beneficios económicos primero para los alrededores del complejo luego para el cantón y porque no para la provincia de Santa Elena pues ahí se benefician los otros cantones de una u otra manera, para ello se analizará de forma cuantitativa y cualitativa mediante una matriz de valoración que permitirá medir los criterios positivos y negativos en relación a los indicadores y el nivel de impacto.

CUADRO # 36 Valoraciones

Valor	Ponderación
1	Pésimo
2	Malo
3	Bueno
4	Excelente

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación de campo, año 2014

A continuación se procederá a realizar la evaluación que tendría el proyecto si es puesto en marcha.

CUADRO # 37 Evaluación de Impactos

Indicadores	Valor			
	1	2	3	4
Generación de empleo				X
Beneficio económico				X
Mejora la calidad de vida			X	
Mejor imagen del cantón				X
Diversificación de la oferta turística				X
Estabilidad empresarial			X	
TOTAL			6	16

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación de campo, año 2014

Impacto social = **22/6**

Impacto social = **4**

Resultado del nivel de impacto social = **Excelente**

De acuerdo a las valoraciones que se utilizaron para medir los impactos socioeconómicos se establecieron cinco impactos los cuales podemos mencionar que un punto muy importante es la generación de empleos que dejará la creación del complejo al igual que el beneficio socioeconómico, también mejora la calidad de vida de los habitantes al igual que mejorará la imagen del cantón, y con la creación del proyecto se diversificará la oferta turística y habrá más estabilidad empresarial, y como resultado se menciona que el nivel de impacto social es excelente.

CONCLUSIONES

- La hipótesis de la investigación se cumple de manera positiva: la inversión pública y privada incide positivamente en la diversificación de la oferta turística en el Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015.
- Existe un mercado potencial pues hay muchos demandantes que optarán por nuestros servicios, ya que en la actualidad no hay atractivos con las características que la empresa ofrecerá.
- El cantón Santa Elena con su gente cálida y amable si está dispuesta y capacitada para recibir a los turistas ya que hay muchas instituciones que realizan este trabajo porque la provincia es un potencial turístico.
- Las herramientas y técnicas usadas en la investigación determinan el interés de las personas en buscar nuevas alternativas de recreación y esparcimiento, dando como resultado un nivel aceptable de turistas que visitarían el complejo.
- Con el estudio de factibilidad se pudo determinar que la implementación de un complejo turístico será favorable y se considera necesaria la inversión ya que según los estudios financieros de la investigación la inversión tendrá un periodo de recuperación en el segundo año de funcionamiento.

RECOMENDACIONES

- Las autoridades del cantón Santa Elena relacionadas al turismo deben estar siempre pendientes para el desarrollo estratégico de esta actividad a la vez pueden ayudar contribuyendo con información e ideas que permitan la ejecución de proyectos en el cantón.
- Realizar convenios estratégicos con otras entidades afines al turismo y tener fuentes de financiamiento que permitan el desarrollo de esta actividad, y así proveer de mejores servicios a los clientes que visitan el complejo utilizando la infraestructura necesaria.
- El éxito de la empresa dependerá de estar siempre innovando para mantener la fidelidad de los turistas además de brindar siempre un servicio de calidad cumpliendo con los estándares que requiere la empresa.
- Aprovechar las oportunidades que se presenten e implementar planes de acción para erradicar las debilidades y emergencias que se pudieran presentar con el transcurso del tiempo.
- Estar en constante innovación de acuerdo a los cambios que se generan y a las nuevas necesidades que tiene el turista, estar siempre pendientes de la competencia para estar delante de ellos.

IMPACTOS DE EJECUCIÓN

- Con la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena se mejorará la integridad familiar, habrá más unión y con ello se evitarán las separaciones de los individuos.
- Con la creación del proyecto se evitarán los problemas sociales, como la delincuencia ya que los adolescentes tendrán un lugar para divertirse sanamente.
- Integrar a fuentes de financiamiento como ministerio de turismo y el ministerio de deporte al igual que otras entidades afines con el turismo y desarrollo.
- Una vez creado el complejo mejorará la imagen del cantón y también de la provincia de Santa Elena atrayendo a más turistas.
- Trabajar conjuntamente con personas expertas en turismo, y darle la oportunidad a los jóvenes estudiantes en la rama.
- Para obtener éxito en la empresa se debe mantener la calidad en los servicios a ofertar para lo cual se está invirtiendo cada año para el mantenimiento y mejoramiento del complejo y a la vez realizar gestiones que permitan captar un mayor número de demandantes.

BIBLIOGRAFÍA

Damaris, R. (2001). Estudio de Factibilidad de proyectos ecoturísticos. Guatemala: Proarca-Carpas.

Arthur, B. (1930). Berlin.

Enrique, N. (1997). Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos municipales. México: México.

Hernández, F. y. (2003). conceptos básicos de la metodología de la investigación.

Jeni, A. (2011). Estudio de Factibilidad para la implementación de un complejo turístico en la parroquia Yaruquíe, cantón Riobamba. Riobamba.

Mendez, C. (2006). METODOLOGÍA Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Bogotá: Limusa

Krapf, H. W.-K. (1942). Fundamentos de la Teoría General del Turismo. Ley de Compañías. (5 de Noviembre de 1999).

Oscar, L. (2011). Slideshare., de <http://www.slideshare.net/oscarlopezregalado/instrumentos-de-investigacion-9217795>

Roberto, B. (1985). Planificación del espacio turístico. México: Trillas

Pablo, S. (2008). Desarrollo Económico Sustentable Cordon costero Guayas y Santa Elena . Guayaquil.

Pérez, P. G. (s.f.). Universidad de Yacambú .

Ramírez Almaguer, V. M. (marzo de 2009). Eumed.net Etapas del Análisis de Factibilidad.

Thompson, I. (s.f.). Promonegocios.net.

Andes. (8 de Julio de 2013). de <http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-crece-35-inicio-2013-reporta-banco-central.html>

Banco Central Del Ecuador. (2013), de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

certificacion, I. A. (14 de febrero de 2007). Normas IRAM SECTUR., de http://aplicaciones.iram.org.ar/UserFiles/images/IRAM_SECTUR/normas%20completas/42300R.pdf

El Banco Mundial. (2013). Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD>

Estudio Técnico. (s.f.). de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

G.A.D. Municipal del Cantón Santa Elena. (s.f.). Recuperado el 4 de noviembre de <http://www.municipiosantaelena.gob.ec/index.php/staelena/demografia>

Hotel Bienestar.com . (s.f.). Recuperado el 2 de Noviembre de 2013, de http://www.hotelbienestar.com/applicazioni/bfh_es_es.nsf/nextpage/compl ejosturisticos?OpenDocument

Hoteles Ecuador. (s.f.). Recuperado el 7 de noviembre de 2013, de <http://www.hotelesecuador.com/disptxt2.php?id=321&tipo=calendario&menu=Calendario%20de%20Fiestas&idiom=1>

<http://definicion.de/organigrama/>. (s.f.). Recuperado el 12 de abril de 2014, de <http://definicion.de/organigrama/>

Ministerio De Turismo. (2002).de Reglamento General De Actividades Turísticas:
<http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/septiembre2013/baselegal/REGLAMENTO%20DE%20ACTIVIDADES%20TURISTICAS.PDF>

MinisteriodeTurismo.(2013).de
http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30

Nacional, A. (1998). Constitucion del Ecuador. Riobamba.

Norma internacional ISO 9001. (2008), de
<http://farmacia.unmsm.edu.pe/noticias/2012/documentos/ISO-9001.pdf>

Normativas regulatorias. (s.f.). LEY PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA:
<http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/LEGAL/Ley%2026961.htm>

O.M.T. (s.f.). Turismo.

Plan Nacional para el buen vivir . (2009-2013). Quito.

Prefectura de Santa Elena. (s.f.). de
http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=354&Itemid=157

Universo, E. (5 de Septiembre de 2013). Inflación de Ecuador

Vajando Ecuador. (s.f.). Recuperado el 7 de NOVIEMBRE de 2013, de
<http://www.viajandox.com/santa-elena-atractivos-turisticos.htm>

wikipedia. (19 de mayo de 2013). de
http://es.wikipedia.org/wiki/Estaci%C3%B3n_tur%C3%ADstica

wikipedia. (19 de Octubre de 2013). <http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

A n e x o s

ANEXO # 1 Encuestas

ENCUESTA A TURISTAS Y POBLADORES



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO

OBJETIVO: Obtener información de los turistas con el fin de evaluar los resultados para que verificar cuan factible será la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el casillero que corresponda a la alternativa que crea conveniente considerando los requerimientos siguientes:

Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

1. Género

Femenino

Masculino

2. Edad

15-20

31-40

21-30

41-50

Más de 50

3. Nacionalidad _____

4. ¿Qué es para usted un complejo turístico?

Un lugar para dormir

Un lugar donde hay atractivos naturales

Un lugar de actividades turísticas de relajación y recreación

5. ¿Cuántas veces al año participa usted en actividades turísticas?

1 vez

2 veces

más de 2 veces

6. ¿Le gustaría que en el cantón Santa Elena existiera un Complejo Turístico?

Si
No

7. ¿De qué servicios le gustaría disfrutar?

Restaurante Seguridad
Tienda de artesanías Servicio telefónico

8. ¿Qué platos le gustaría degustar en el restaurante?

platos típicos
snaks
tradicionales (almuerzos)

9. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Uso de piscina Uso áreas verdes
Uso de canchas Uso . . . área

10. ¿Por qué medios le gustaría recibir publicidad?

Internet Radio
tv Prensa escrita
Impresos (hoja volante, tríptico, etc.)

11. ¿Con quién visitaría el complejo turístico?

Familia
Amigos
Solo

12. ¿Qué beneficios traerá la creación de un Complejo Turístico en el Cantón

Beneficio económico al Cantón
Aumentaría las plazas de trabajo
Atraería más turistas

13. ¿Estaría dispuesto a hospedarse en el Complejo Turístico o en sus alrededores?

Si
No

14. ¿Le gustaría cancelar un solo valor de entrada y hacer uso de todas las

del Complejo Turístico?

Si

No

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el uso de las instalaciones del Complejo Turístico?

\$ 3 x pax

\$ 6 x pax

\$ 8 x pax

16. ¿En qué época del año le gustaría ir a un complejo Turístico?

Temporada Playera

Temporada no Playera

Feridos de Carnaval

Feridos por fechas cívicas

Cualquier época del año

GRACIAS

ANEXO # 2 Género del turista

1	Género	
	Masculino	230
	Femenino	170
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 3 Intervalo de edad del turista

2	EDAD	
	15 - 20	98
	21 - 30	105
	31 - 40	100
	41 - 50	60
	50 +	37
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 4 ¿Qué es para usted un Complejo Turístico?

4	¿Qué es para usted un Complejo Turístico?	
	Un lugar para dormir	20
	Un lugar donde hay atractivos naturales	25
	Un lugar de actividades turísticas de relajación y recreación	355
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 5 Cantidad de veces que participa en actividades turísticas

5	¿Cuántas veces al año participa usted en actividades turísticas?	
	1 vez	67
	2 veces	298
	más de 2 veces	35
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 6 Le gustaría que en el cantón Santa Elena existiera un complejo turístico

6	¿Le gustaría que en el cantón Santa Elena existiera un complejo turístico?	
	SI	400
	NO	0
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 7 De qué servicios le gustaría disfrutar

7	¿De qué servicios le gustaría disfrutar?	
	Restaurante	125
	Seguridad	104
	Tienda de Artesanías	91
	Servicio telefónico	80
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 8 Qué platos le gustaría degustar en el restaurante

8	¿Qué platos le gustaría degustar en el restaurante?	
	Platos típicos	135
	snaks	113
	Tradicionales (almuerzos)	152
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 9 Qué actividades le gustaría realizar

9	¿Qué actividades le gustaría realizar?	
	Uso de piscina	216
	Uso de canchas	98
	Uso áreas verdes	50
	Uso área recreacional	36
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 10 ¿Qué medios de comunicación utiliza más?

10	¿Qué medios de comunicación utiliza mas?	
	Internet	94
	Tv	128
	Radio	89
	Prensa escrita	50
	Impresos	39
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 11 Con quién visitaría el complejo turístico

11	¿Con quién visitaría el complejo turístico?	
	Familia	250
	Amigos	140
	solo	10
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 12 Qué benéfico traerá la creación de un Complejo Turístico

12	¿Qué benéfico traerá la creación de un Complejo Turístico en el cantón Santa Elena?	
	Beneficio económico	176
	Aumentaría las plazas de trabajo	174
	atraería más turistas	50
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 13 Le gustaría cancelar un solo valor de entrada

13	¿Le gustaría cancelar un solo valor de entrada y hacer uso de todas las instalaciones?	
	Si	364
	No	36
	TOTAL	400

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 14 valor que estaría dispuesto a cancelar

14	¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el uso de todas las instalaciones del Complejo Turístico?	
	3 x pax	213
	6 x pax	177
	8 x pax	10
	TOTAL	400

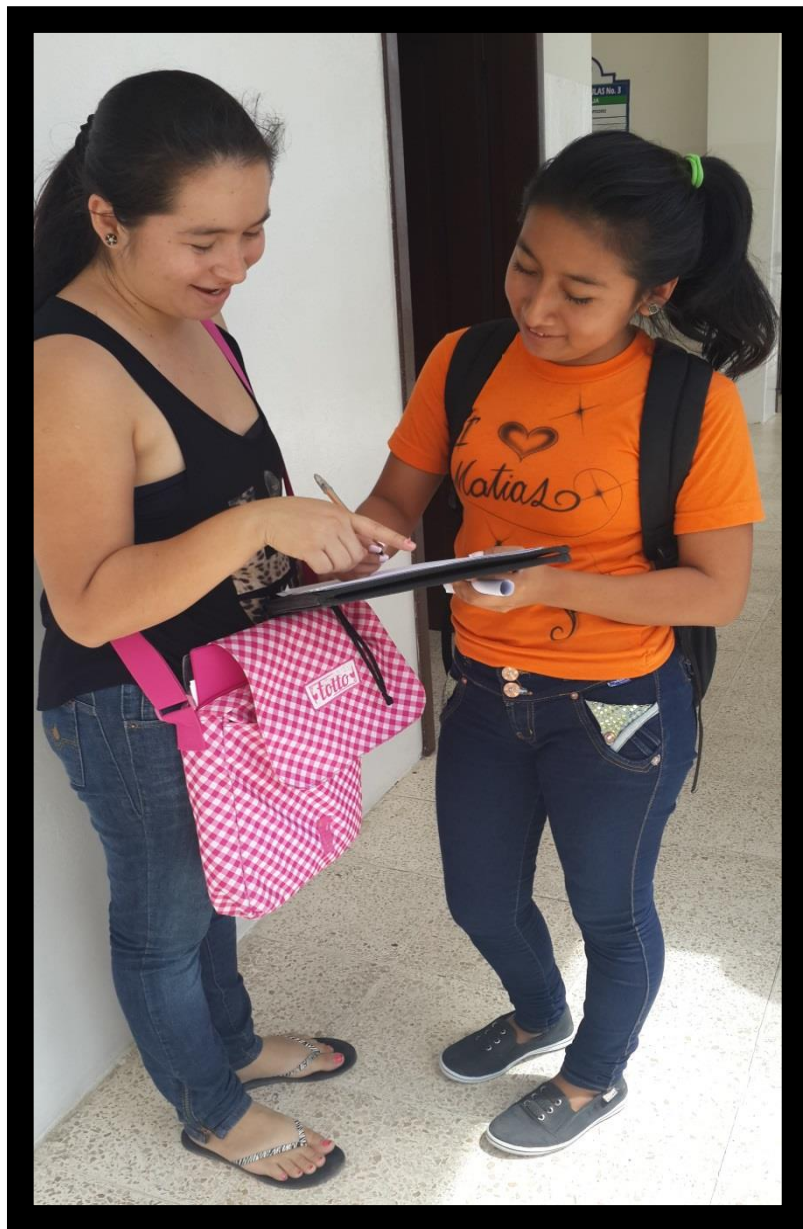
Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 15 Frecuencia de visita del turista

15	¿En qué época del año le gustaría visitar el Complejo Turístico?	
	Temporada playera	120
	Temporada no playera	20
	Feriado de carnaval	180
	Feridos por fecha cívica	15
	Cualquier época del año	65
	TOTAL	400

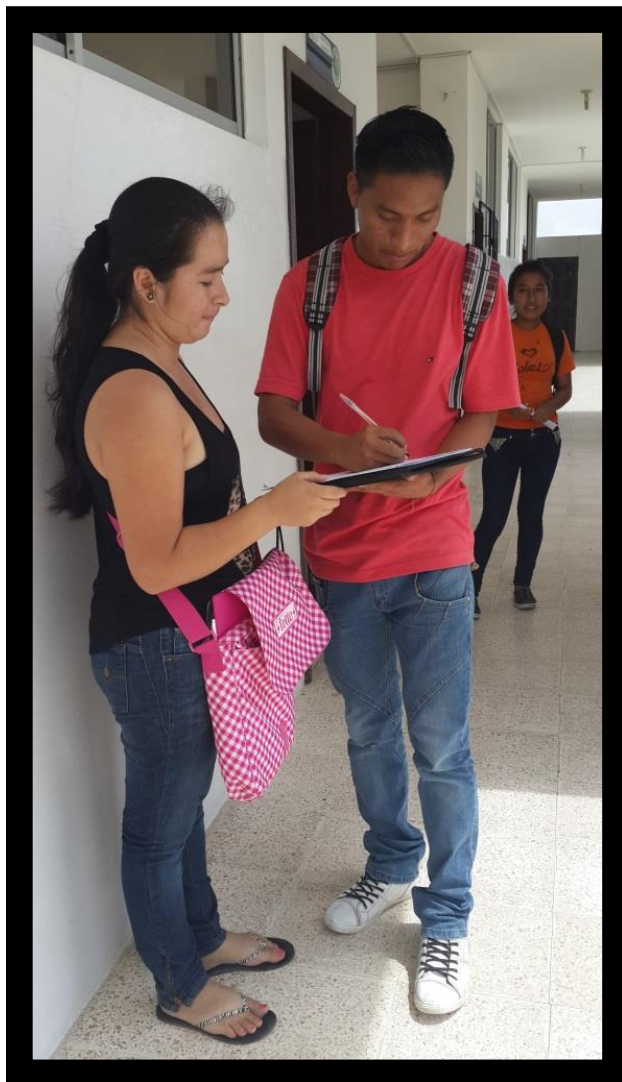
Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 16 Realizando las encuestas



Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 17 Realizando las encuestas



Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 18 Focus group



Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 19 Focus group



Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 20 Cronograma de Ejecución
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.”

CRONOGRAMA DE TRABAJO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30		
Análisis previo a la elaboración del proyecto	█	█																						
Tramites de la documentación pertinente para su creación		█	█	█																				
Estudio pertinente con el diseño de la infraestructura para su construcción					█	█																		
Diseñar el proyecto en documento						█	█																	
Reunión con el gerente de Emoturismo							█																	
Diseño y planteamiento del programa a ejecutarse								█	█															
Desarrollo de la construcción del Complejo Turístico								█	█	█	█	█	█	█	█	█								
Programación de las actividades																█	█	█	█					
Reunión de rutina con el personal																		█	█					
Ajuste de sistema si así amerita el caso																					█	█	█	

ANEXO # 21 Activos fijos tangibles

GRUPOS	COCINA	OPERATIVO	TOTAL
Equipos de computación	-	3.790,00	3.790,00
Equipos de oficina	380,00	7.568,00	7.948,00
Maquinarias y herramientas	7.705,00	-	7.705,00
Muebles de Oficina	510,00	2.245,00	2.755,00
Vehículos	15.600,00	-	15.600,00
Infraestructura	165.000,00	-	165.000,00
TOTAL	189.195,00	13.603,00	202.798,00

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 22 Activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	
Gastos de Constitución	3.000,00
Programa Dobra empresarial para restaurante	800,00
TOTAL	3.800,00

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 23 Costos operativos

GRUPOS	COCINA	OPERATIVO	TOTAL
Equipos de computación	-	3.790,00	3.790,00
Equipos de oficina	380,00	7.568,00	7.948,00
Maquinarias y herramientas	7.705,00	-	7.705,00
Muebles de Oficina	510,00	2.245,00	2.755,00
Vehículos	15.600,00	-	15.600,00
Infraestructura	165.000,00	-	165.000,00
TOTAL	189.195,00	13.603,00	202.798,00

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 24 Ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	52.99	54.506	56.142	57.826	59.561	61.347	63.188	65.083	67.036	69.047
Ingreso canchas	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701	2.782	2.866	2.952	3.040	3.131
Ingreso piscina y área recreativa	42.335	43.605	44.913	46.261	47.648	49.078	50.550	52.067	53.629	55.238
total ingresos	512.270	554.021	599.175	648.008	700.822	757.939	819.712	886.519	958.770	1.036.910

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

Anexo # 25 Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADOS										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	264.594	286.158	309.480	334.703	361.981	391.483	423.389	457.895	495.213	535.573
SERVICIO CANCHAS	36.000	38.934	42.107	45.539	49.250	53.264	57.605	62.300	67.377	72.869
SERVICIO PISCINA ÁREA RECREATIVA	211.675	228.927	247.584	267.762	289.585	313.186	338.711	366.316	396.171	428.458
TOTAL INGRESOS	512.270	554.021	599.175	648.008	700.822	757.939	819.712	886.519	958.770	1.036.910
<u>COSTO DE PRODUCCIÓN</u>										
MATERIA PRIMA	60.004	64.894	70.183	75.903	82.089	88.779	96.015	103.840	112.303	121.455
MANO DE OBRA	20.108	21.113	22.169	23.277	24.441	25.663	26.946	28.294	29.708	31.194
CIF	13.069	13.722	14.408	15.128	15.885	16.679	17.513	18.389	19.308	20.274
Depreciación Equipos de computación	227	227	227	455	455	455	682	682	682	910
Depreciación Equipos de oficina	72	72	72	72	72	143	143	143	143	143
Depreciación Maquinarias y herramientas	693	693	693	693	693	693	693	693	693	693
Depreciación Muebles de Oficina	94	139	139	139	139	278	278	278	278	278
Depreciación Vehículos	2.808	2.808	2.808	2.808	2.808	5.616	5.616	5.616	5.616	5.616
Depreciación Infraestructura	5.940	5.940	5.940	5.940	5.940	5.940	5.940	5.940	5.940	5.940
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	103.015	109.608	116.639	124.415	132.521	144.246	153.826	163.875	174.672	186.502
UTILIDAD BRUTA	409.256	444.413	482.536	523.593	568.300	613.693	665.885	722.644	784.099	850.408
<u>COSTOS OPERATIVOS</u>										
Gastos Administrativos	164.310	172.525	181.152	190.209	199.720	209.706	220.191	231.200	242.760	254.898
Gastos de Ventas	97.236	102.098	107.203	112.563	118.191	124.101	130.306	136.821	143.662	150.845
Gastos de Intereses	18.882	16.994	15.105	13.217	11.329	9.441	7.553	5.665	3.776	1.888

Depreciación Equipos de computación	910	910	910	1.819	1.819	1.819	2.729	2.729	2.729	3.638
Depreciación Equipos de oficina	1.359	1.359	1.359	1.359	1.359	2.718	2.718	2.718	2.718	2.718
Depreciación Muebles de Oficina	402	402	402	402	402	803	803	803	803	803
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	283.098	294.287	306.130	319.569	332.820	348.588	364.300	379.936	396.449	414.792
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	126.158	150.126	176.406	204.024	235.480	265.105	301.586	342.708	387.649	435.616
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	18.924	22.519	26.461	30.604	35.322	39.766	45.238	51.406	58.147	65.342
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	107.234	127.607	149.945	173.420	200.158	225.339	256.348	291.302	329.502	370.274
22% IMPUESTO RENTA	23.591	28.073	32.988	38.152	44.035	49.575	56.397	64.086	72.490	81.460
UTILIDAD NETA	83.642	99.533	116.957	135.268	156.124	175.765	199.951	227.215	257.012	288.813

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 26 Flujo de caja o corriente de liquidez

FLUJO DE EFECTIVO										
INGRESOS NETOS	512.270	554.021	599.175	648.008	700.822	757.939	819.712	886.519	958.770	1.036.910
COSTO DE PRODUCCIÓN	93.180	99.729	106.760	114.308	122.415	131.121	140.474	150.522	161.319	172.923
COSTOS OPERATIVO	280.428	291.617	303.460	315.989	329.240	343.247	358.049	373.686	390.199	407.632
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	18.924	22.519	26.461	30.604	35.322	39.766	45.238	51.406	58.147	65.342
PAGO DE PRÉSTAMO	15.735	15.735	15.735	15.735	15.735	15.735	15.735	15.735	15.735	15.735
PAGO DE IMPUESTO	23.591	28.073	32.988	38.152	44.035	49.575	56.397	64.086	72.490	81.460
CASH FLOW	80.413	96.348	113.772	133.220	154.075	178.495	203.819	231.083	260.880	293.818

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 27 Balance general

ACTIVOS	
Efectivo	7.000
Infraestructura	165000,00
Depreciación infraestructura	5940,00
Equipos de computación	3790,00
Depreciación equipos de computación	227,00
Equipos de oficina	7948,00
Depreciación equipos de oficina	72,00
Muebles de oficina	2755,00
Depreciación muebles de oficina	94,00
Maquinarias y herramientas	7705,00
Depreciación maquinarias y herramientas	693,00
Vehículo	15600,00
Depreciación vehículo	2808,00
TOTAL ACTIVOS	219.632,00
PASIVOS	
Préstamo bancario	157.349,00
PATRIMONIO	
Capital social	62.283,00
TOTAL PASIVO	219.632,00

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014



ANEXO # 28 Flujos de caja para evaluación

CASH FREE											
Inversión Equipos de computación	-3.790	0	0	-3.790	0	0	-3.790	0	0	-3.790	0
Inversión Equipos de oficina	-7.948	0	0	0	0	-7.948	0	0	0	0	0
Inversión Maquinarias y herramientas	-7.705	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Muebles de Oficina	-2.755	0	0	0	0	-2.755	0	0	0	0	0
inversión Vehículos	-15.600	0	0	0	0	-15.600	0	0	0	0	0
Inversión Infraestructura	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	165.000										
Inversión Capital de Trabajo	-7.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Equipos de computación		0	0	379	0	0	379	0	0	379	0
Recuperación Equipos de oficina		0	0	0	0	815	0	0	0	0	815
Recuperación Maquinarias y herramientas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	771
Recuperación Muebles de Oficina		0	0	0	0	276	0	0	0	0	276
Recuperación inversión Vehículos		0	0	0	0	1.560	0	0	0	0	1.560
Recuperación Capital de Trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	7.000
FLUJO DE INVERSIÓN	-	80.413	96.348	110.361	133.220	130.423	175.084	203.819	231.083	257.469	304.239
	209.798										

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 29 Periodo de retorno de la inversión

	FLUJO DE INVERSIÓN	RECUPERACIÓN
INVERSIÓN TOTAL AÑO CERO		209.798
AÑO 1	80.413	(129.385)
AÑO 2		(33.037)
AÑO 3	110.361	77.323
AÑO 4	133.220	210.543
AÑO 5	130.423	340.966
AÑO 6	175.084	516.050
AÑO 7	203.819	719.870
AÑO 8	231.083	950.953
AÑO 9	257.469	1.208.421
AÑO 10	304.239	1.512.661

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 30 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MEZCLA DE VENTAS		TOTALES		
UNIDADES PRODUCIDAS		15.876	18.522	18.522
PRODUCTOS		PLATO TÍPICO	SNACK	ALMUERZOS
PRECIO DE VENTA		1,86	1,60	1,60
COSTO DE PRODUCCIÓN		1,12	0,96	0,96
CONTRIBUCIÓN MARGINAL		0,75	0,64	0,64
MEZCLA DE VENTAS		30%	35%	35%
CONTRIBUCION PONDERADA		0,07	0,22	0,29
CONT. POND. TOTAL	0,57			
COSTOS FIJOS	280.428			
P.E. MEZCLA DE VENTAS	492.025			
P.E. POR PRODUCTOS		147.608	172.209	172.209

Elaborado por: **Beatriz Mera**
Fuente: investigación de campo, año 2014

ANEXO # 31 Rol de pagos

REQUERIMIENTOS	CARGO	SUELDO	NONIMA DE PAGO			
			SUELDO TOTAL	TOTAL INGRESOS ANUAL	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR
1	GERENTE GENERAL	800	800,00	9.600,00	74,80	9.525,20
1	ADMINISTRADOR	600	600,00	7.200,00	56,10	7.143,90
1	CONTADOR	500	500,00	6.000,00	46,75	5.953,25
1	RECURSOS HUMANOS	500	500,00	6.000,00	46,75	5.953,25
1	ASISTENTE DE LIMPIEZA	350	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28
1	BODEGUERO	350	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28
	TOTAL ADMINISTRATIVO		3.100,00	37.200,00	289,85	36.910,15
3	CHEF 1	480	1.440,00	17.280,00	134,64	17.145,36
3	AYUDANTE DE COCINA	350	1.050,00	12.600,00	98,18	12.501,83
	TOTAL PRODUCCIÓN		2.490,00	29.880,00	232,82	29.647,19
3	CAJERO	350	1.050,00	12.600,00	98,18	12.501,83
3	CONDUCTOR - REPARTIDOR	400	1.200,00	14.400,00	112,20	14.287,80
3	MESERO	350	1.050,00	12.600,00	98,18	12.501,83
3	MESERO	350	1.050,00	12.600,00	98,18	12.501,83
	TOTAL COMERCIALIZACIÓN		4.350,00	52.200,00	406,73	51.793,28
23			9.940,00	119.280,00	929,39	118.350,61

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: investigación de campo, año 2014

Problema

Planteamiento del problema

El cantón Santa Elena carece de atractivos turísticos que obligue al turista a quedarse un tiempo y visitar pues estos llegan y se dirigen a diferentes atractivos como es Salinas, La Libertad, Ballenita, y lo que conocemos como la zona norte, existe una escasa inversión turística lo que conlleva a la falta de diversificación de atractivos turísticos en el cantón.

Motivo por el cual existe la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena que acapare la atención de los visitantes y permitir que una parte de los ingresos se quede netamente en el cantón.

Para la ejecución del proyecto contamos con el aval de la empresa municipal de turismo, quienes son las autoridades principales con las que vamos a trabajar para el bienestar de los habitantes del cantón Santa Elena.

Formulación del problema

Con los antecedentes expuestos se formula el siguiente problema:

¿Qué incidencia tiene la inversión en turismo en la diversidad de atractivos turísticos en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015?

El problema radica en que tanto los turistas locales como nacionales siempre se dirigen a los mismos atractivos como son sol y playa lo cual conlleva a que las autoridades y posibles inversionistas privados no se interesen en implementar nuevos productos turísticos en el cantón Santa Elena, la falta de diversificación turística lleva también al desgaste de estos atractivos potenciales, es por ello que

se plantea como solución a este problema realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015.

Sistematización del problema

La sistematización del problema la vamos a realizar por medio de preguntas

- ¿La creación de un complejo turístico ayudará a diversificar la oferta turística en la provincia de Santa Elena?
- ¿Estará dispuesta la comunidad a participar en un nuevo proyecto como es la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena?
- ¿Qué es un complejo turístico?
- ¿En que beneficiaría la creación de un complejo turístico al cantón Santa Elena?
- ¿Puede la creación de un complejo turístico erradicar problemas de pobreza en el cantón Santa Elena?
- ¿Estaría dispuesta la comunidad en que se cree el complejo turístico en el cantón?
- ¿Qué desventajas traería la creación de un complejo turístico al cantón?

Justificación

El cantón Santa Elena es considerado como un lugar privilegiado ya que posee bellos paisajes y exuberante flora y fauna, con un sinnúmero de atractivos naturales que contribuyen un alto potencial para el desarrollo de la zona, por lo que se considera idóneo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la cabecera cantonal, donde los visitantes disfrutarán de actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza

La presente investigación aportará datos sobre la manera más pertinente de lograr el desarrollo turístico en la cabecera cantonal de la provincia de Santa Elena y esperamos que los resultados a obtener en el presente estudio nos arrojen un crecimiento económico y sustentable, nuestro estudio beneficiará de manera directa a todos los pobladores del cantón Santa Elena, en especial a las personas que están inmiscuidas en el ámbito turístico quienes ayudaran también con sus conocimientos para el proyecto.

Es importante realizar este estudio en los actuales momentos, porque una de las preocupaciones del actual gobierno es mejorar las condiciones de vida y una manera de hacerlo es realizando investigaciones que nos permitan identificar el potencial turístico que poseemos no solo como cantón sino como provincia. Situación que podría darse a partir de un eventual colapso de la industria de muebles como principal ingreso económico de esta población. De ahí que sea indispensable buscar alternativas para paliar tal situación, que es lo que busca precisamente el estudio que aquí se propone.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Determinar la incidencia de la inversión en turismo de la diversificación turística en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015.

1.2. Objetivo específico

- Conocer la situación actual de la actividad turística en el cantón Santa Elena.
- Realizar un estudio de mercado profundo.
- Definir nuestro mercado potencial.
- Realizar un estudio económico financiero.
- Identificar cuantos turistas están dispuestos a visitar el atractivo.
- Analizar los atractivos potenciales cercanos a la cabecera cantonal.
- Analizar el mejor lugar donde va a estar el complejo turístico.

2. Hipótesis

La inversión en turismo incide positivamente en la diversificación turística en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015.

Cuadro # 38 Variable Dependiente

Variable Dependiente: Escasa diversificación de atractivos turísticos				
Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instru- mentos
La escasa diversificación turística conlleva a la pérdida de ingresos económicos en un sector, lo que provoca que los inversionistas y autoridades no se interesen en crear algo diferente a lo que ya está establecido en la mente del consumidor (sol y playa)	Diversificación turística	Inventario turístico	¿Conoce usted Los atractivos turísticos del cantón Santa Elena?	Encuestas
	Ingresos económicos	Economía local	¿Qué benéfico traerá la creación de un complejo turístico en el cantón Santa Elena?	Encuestas
	Inversionistas	Tipo inversiones	¿Sabe usted si el cantón Santa Elena es tomado en cuenta en la inversión privada a nivel turístico?	Encuestas
	Autoridades	Cuantitativo	¿Conoce usted de los proyectos en los que invierte el municipio a nivel turístico?	Entrevista
	Consumidor	Estadísticas y censos	¿Cuántas veces al año participa usted en actividades turísticas?	Encuestas

Elaborado por: Beatriz Mera

Fuente: Investigación bibliográfica, año 2014

Cuadro # 39 Variable Independiente

Variable Independiente: Inversión en turismo				
Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Es la inversión que se realiza para fomentar el turismo en una localidad, que mediante un determinado tiempo y presupuesto se cumplirá con el fin específico	Ventaja comparativa	Inventario	¿Conoce usted los atractivos turísticos del cantón Santa Elena?	Encuestas
	Localidad	Comunidad	Involucrar e informar a la comunidad sobre el proyecto	Estudio técnico administrativo
	Tiempo	Plazo determinado para desarrollar el proyecto	¿Qué tiempo llevará la ejecución del proyecto	Cronograma de ejecución
	Presupuesto	Estudio financiero	¿Cuál será la inversión total del proyecto	Estudio económico financiero

Elaborado por: Beatriz Mera
Fuente: Investigación bibliográfica, año 2014