



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA  
PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO.**

**AUTORA: DENISSE EVELYN BORBOR FIGUEROA**

**TUTORA: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2015**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN  
LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO.**

**AUTOR: DENISSE EVELYN BORBOR FIGUEROA  
TUTOR: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2015**

La Libertad, septiembre del 2015

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, “**DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por la Srta. Denisse Evelyn Borbor Figueroa, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, 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 dirigido científica y técnicamente al desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....  
**Lcda. Tannia Aguirre Suárez MSc.**  
**TUTORA**

## **AUTORÍA DE INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de titulación o Graduación “**DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, 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, septiembre del 2015

**Atentamente**

.....

**Denisse Borbor Figueroa**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis a más de ser un trabajo de investigación es una carta de presentación que como profesionales mostraremos ante la sociedad. Por eso dedico este trabajo de grado a Jehová Dios que siempre sabe cómo ayudarme de la manera menos esperada, a mis Padres Delfia y Marino que sin su apoyo, amor y comprensión no hubiese continuado mis estudios profesionales.

A Juan Carlos, Maricela, Nathaly y Joel que siempre han estado para darme su apoyo. Finalmente a todas aquellas personas que de alguna manera supieron ser mi aliento y mi pilar para hoy estar alcanzando uno de mis objetivos.

Denisse Borbor.

## **AGRADECIMIENTOS**

Expreso mis más sinceros agradecimientos a Jehová Dios, a mi familia que siempre ha estado apoyándome en todo momento, a mis amigas y amigos por ser la compañía en buenos y malos momentos con quienes he compartido muchas experiencias y a todas las personas que me han ayudado en mi camino profesional.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena en especial a la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, a los docentes que desde el primer año estuvieron alentándonos a seguir y no desmayar en el camino; al presidente del G.A.D. de la parroquia Atahualpa que también ha sido parte importante en el desarrollo de este proyecto.

Denisse Borbor

## **TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. José Villao Viteri, MBA.  
DECANO DE LA FACULTAD  
C.C. ADMINISTRATIVAS

---

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

---

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.  
PROFESOR-TUTOR

---

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc,  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Joe Espinoza Ayala  
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA  
PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA  
DE SANTA ELENA, AÑO 2015.”**

Autora: Denisse Borbor Figueroa

Tutora: Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

**RESUMEN**

El trabajo de investigación se basa en el diseño de un centro recreacional turístico en la parroquia Atahualpa cuyo objetivo se centra en promover actividades complementarias que diversifiquen la oferta existente, logrando ampliar la matriz productiva económica de esta cabecera parroquial, generando plazas de empleo, promoviendo indirectamente otros tipos de negocios, resultando así un aporte al desarrollo turístico de la zona sur del cantón Santa Elena e incluso un lugar representativo de la provincia. Para la elaboración de este trabajo se recopiló información primaria y secundaria lo cual se puede evidenciar en el marco teórico de este texto, se empleó en el proceso encuestas y entrevistas, cuyo análisis marca evidentemente la posición de la demanda, de los habitantes locales, y de autoridades locales y provinciales, en el trayecto y formulación de otros indicadores importantes se aplicó un estudio de mercado para determinar la demanda que el centro recreacional tendrá que atender. El proyecto como tal tiene mucha relevancia debido a que en la parroquia se encuentran varios elementos que potencializan una buena oferta turística, claro está que le hace falta una planificación adecuada, para lo cual la investigación le ha dado la solución pertinente al proponer el uso de los recursos de forma tal que aporte al crecimiento y desarrollo de la matriz productiva dejando de lado la centralización en una sola actividad que con el pasar de los años seguirá reduciéndose y retrasando más a esta localidad y sus habitantes. En definitiva esta investigación propone una solución ante la incertidumbre del que sucederá cuando la actividad económica actual del sector se vea más afectada por factores externos, es el momento oportuno de emplear y utilizar otros recursos existentes siendo aún más productivo cuando la actividad turística está teniendo un crecimiento a nivel mundial y se proyecta como una de las menos perjudiciales para el planeta, generando divisas para los sectores intervenidos por la actividad, todo esto comprobado con la aceptación del proyecto, por la rentabilidad económica, satisfacción a los habitantes, dirigentes en general y turistas.



## ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
AUTORÍA DE INVESTIGACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTOS .....	vi
TRIBUNAL DE GRADO .....	vii
RESUMEN .....	viii
ÍNDICE GENERAL .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ANEXOS .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	7
1.1 Marco referencial .....	7
1.1.1. Parroquia Atahualpa, características generales .....	7
1.1.2. Antecedentes de la parroquia Atahualpa.....	7
1.1.2.1. Ubicación y extensión de la parroquia Atahualpa .....	9
1.1.3. Análisis socioeconómico.....	10
1.1.3.1. Aspecto económico de la parroquia Atahualpa.....	14
1.1.3.1.1. Actividad y desarrollo turístico en la parroquia Atahualpa .....	18
1.1.3.1.2. Importancia del desarrollo turístico.....	19
1.1.3.1.3. Beneficios del desarrollo turístico .....	19
1.2. Marco Teórico .....	20
1.2.1. Antecedentes del tema de los Centros Recreacionales Turísticos.....	20
1.2.1.1. El turismo de recreación y alternativo, como estrategia de diversificación productiva .....	21
1.2.1.2. Recreación, actividades recreacionales, función e importancia del desarrollo turístico.....	22
1.2.2. Clasificación de la recreación .....	24
1.3. Demanda, oferta, producto y centro turístico .....	24
1.3.1. Demanda Turística .....	24
1.3.2. Oferta turística.....	25
1.3.3. Producto turístico .....	26
1.3.4. Centro turístico.....	27
1.3.4.1. Tipología de los centros turísticos .....	29
1.3. Marco legal.....	32
1.4.1. Ley Constitucional .....	32
1.4.2. Ley de Turismo .....	33
1.4.3. PLANDETUR 2020 .....	33
1.4.4. Plan Nacional del Buen Vivir .....	34
1.5. Marco metodológico.....	35
1.5.1. Investigación documental.....	35
1.5.2. Investigación de campo.....	35
1.5.3. Investigación exploratoria .....	36
1.5.4. Conceptualización y operacionalización de las variables .....	36
CAPÍTULO II .....	38
2.1. Validación metodológica.....	38
2.1.1. Diseño de la Investigación .....	39
2.1.2. Modalidad de la investigación .....	39

2.1.3. Tipo de investigación .....	40
2.1.4. Población y muestra .....	40
2.1.4.1. Muestra población turistas .....	41
2.1.4.2. Muestra población moradores de la parroquia Atahualpa.....	42
2.1.5. Técnicas de investigación .....	43
2.1.6. Instrumentos de investigación.....	44
2.1.6.1. Resultados de las encuestas a pobladores .....	45
2.1.6.2. Resultado de las encuestas a turistas.....	64
2.1.6.3. Entrevista a autoridades .....	80
CAPÍTULO III.....	85
“DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.” .....	85
3.1. Presentación.....	85
3.2. Justificación.....	83
3.2.1. Análisis de mercado .....	84
3.3. Localización .....	87
3.3.1. Macro localización del centro recreacional turístico “atahualpa imperial”.....	87
3.3.2. Micro localización.....	88
3.4. Diagnóstico estratégico .....	88
3.4.1. Foda general de la parroquia atahualpa.....	92
3.4.2. Foda estratégico .....	94
3.5. Diseño del centro recreacional turístico. ....	96
3.5.1. Direccionamiento estratégico.....	96
3.5.2. Objetivos .....	99
3.5.2.1. Objetivo general.....	99
3.5.2.2. Objetivos específicos .....	99
3.6. Servicios y actividades del centro recreacional turístico “atahualpa imperial”.....	99
3.7. Espacio físico .....	100
3.7.1. Implementación y Equipamiento .....	100
3.7.2. Diseño Arquitectónico .....	100
3.7.3. Equipamiento de cada área del centro recreacional turístico. ....	104
3.7.4. Imagen corporativa.....	112
3.8. Técnicas de uso para cada área.....	115
3.8.1. Paquetes turísticos.....	120
3.9. Organigrama estructural .....	123
3.9.1. Consideraciones para la contratación del personal de planta.....	126
3.9.1.1. Manual de procedimiento para la prestación de servicios .....	131
3.10. Marketing mix: Centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial”.....	134
3.11. Presupuesto para el diseño del centro recreacional turístico Atahualpa Imperial”	177
3.11.1. Presupuesto .....	178
3.11.1.1. Costos de operación y ventas.....	187
3.11.1.2. Costos de ventas para cada servicio .....	191
3.11.2. Depreciaciones.....	197
3.11.3. Estimación de la demanda .....	198
3.11.4. Estado de pérdidas y ganancias.....	199
3.11.5. Índices financieros .....	202
CONCLUSIONES .....	203
RECOMENDACIONES.....	204
BIBLIOGRAFÍA .....	205
ANEXOS .....	207

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1 Mapa de ubicación de la Parroquia Atahualpa .....	9
Gráfico # 2 Sexo del habitante de la Parroquia Atahualpa .....	45
Gráfico # 3 Edad del habitante de la Parroquia Atahualpa .....	46
Gráfico # 4 Consideración de los habitantes ante la interrogante si solo pueden dedicarse a la elaboración/venta de muebles y artesanías.....	47
Gráfico # 5 Trabaja en la actividad de fabricación de muebles .....	48
Gráfico # 6 Otra actividad que genera crecimiento socio-económico a la parroquia Atahualpa.....	49
Gráfico # 7 La Parroquia Atahualpa puede desarrollarse turísticamente al implementarse un centro recreacional turístico .....	50
Gráfico # 8 Importante la intervención de las autoridades y estudiantes en propuestas de desarrollo de su comunidad en el campo turístico .....	51
Gráfico # 9 Dirección de la propuesta turística.....	52
Gráfico # 10 Población que efectivamente sabe que es un centro recreacional turístico..	53
Gráfico # 11 Marque la(s) opciones que considera es un centro recreacional turístico....	54
Gráfico # 12 Visión sobre las reacciones en los niños y jóvenes ante la creación del Centro Recreacional Turístico .....	55
Gráfico # 13 Aceptación de la propuesta .....	56
Gráfico # 14 Expectativa de empleo ante la creación del centro recreacional turístico....	57
Gráfico # 15 Participación activa voluntaria.....	58
Gráfico # 16 Disponibilidad de aporte .....	59
Gráfico # 17 Personas dispuestas a capacitarse .....	60
Gráfico # 18 Área a la que postularía para trabajar .....	61
Gráfico # 19 Interés de emprendimiento de negocio .....	62
Gráfico # 20 Posibilidad de negocio .....	63
Gráfico # 21 Sexo de los turistas .....	64
Gráfico # 22 Edad de los turistas .....	65
Gráfico # 23 Procedencia.....	66
Gráfico # 24 Ud. realiza su viaje.....	67
Gráfico # 25 Ha visitado Ud. la parroquia Atahualpa, cantón Santa Elena provincia de Santa Elena.....	68
Gráfico # 26 Le gustaría visitar un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa Cantón Santa Elena.....	69
Gráfico # 27 Que le gustaría que exista en el centro recreacional turístico .....	70
Gráfico # 28 Qué le gustaría realizar en el Centro Recreacional Turístico.....	71
Gráfico # 29 actividades en que le gustaría competir .....	72
Gráfico # 30 Cuánto tiempo permanecería en el Centro Recreacional Turístico.....	73
Gráfico # 31 que le gustaría que en el Centro Recreacional Turístico le enseñaran.....	74
Gráfico # 32 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Centro Recreacional Turístico .....	75
Gráfico # 33 Mes del año le gustaría visitar el Centro Recreacional Turístico .....	76
Gráfico # 34 Frecuencia de visita al Centro Recreacional Turístico.....	77
Gráfico # 35 Predisposición en caso de ser menor de edad para realizar la visita.....	78
Gráfico # 36 Medio en el que le gustaría recibir información sobre el Centro Recreacional Turístico .....	79
Gráfico # 37 Mapa de Ubicación de la Parroquia Atahualpa.....	87
Gráfico # 38 Localización prevista para el Centro Recreacional de Atahualpa.....	88
Gráfico # 39 Diseño vista frontal.....	103
Gráfico # 40 Diseño vista lateral.....	103
Gráfico # 41 Equipamiento establecimiento hospedaje .....	104

Gráfico # 42 Establecimiento hospedaje.....	104
Gráfico # 43 Interior establecimiento hospedaje .....	105
Gráfico # 44 Equipamiento de recepción y oficina.....	105
Gráfico # 45 Recepción y Oficina.....	105
Gráfico # 46 Vista Interior de recepción y oficina.....	106
Gráfico # 47 Equipamiento camping y juegos tradicionales .....	106
Gráfico # 48 Área de camping .....	107
Gráfico # 49 Equipamiento área de deporte y competencia .....	107
Gráfico # 50 Pista de obstáculos .....	108
Gráfico # 51 Área de juego de niños.....	108
Gráfico # 52 Sendero ciclístico.....	108
Gráfico # 53 Equipamiento área de vivero .....	109
Gráfico # 54 Área de vivero.....	109
Gráfico # 55 Equipamiento de área de cafetería .....	109
Gráfico # 56 Cafetería y piscina .....	110
Gráfico # 57 Interior cafetería.....	110
Gráfico # 58 Equipamiento comedor .....	110
Gráfico # 59 Comedor .....	111
Gráfico # 60 Equipamiento Área de artesanías.....	111
Gráfico # 61 Área de elaboración y venta de artesanías .....	111
Gráfico # 62 Equipamiento mirador .....	111
Gráfico # 63 Mirador .....	112
Gráfico # 64 Elementos de la Marca.....	114
Gráfico # 65 Marca .....	115
Gráfico # 66 Advertencia "No fumar" .....	117
Gráfico # 67 Advertencia "No hacer ruido" .....	117
Gráfico # 68 Advertencia prohibido mascotas.....	117
Gráfico # 69 Lugar de botar basura .....	117
Gráfico # 70 Camping.....	118
Gráfico # 71 Vivero .....	118
Gráfico # 72 Área de juegos y deportes .....	118
Gráfico # 73 Estacionamiento.....	118
Gráfico # 74 Señalética de área elaboración y venta de artesanías .....	118
Gráfico # 75 Baños y duchas .....	119
Gráfico # 76 Bar-Cafetería.....	119
Gráfico # 77 Comedor .....	119
Gráfico # 78 Hospedaje .....	119
Gráfico # 79 Información.....	120
Gráfico # 80 Organigrama Estructural.....	123
Gráfico # 81 Características y necesidades a las que satisface. ....	134
Gráfico # 82 Niveles del Producto Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial. ....	135
Gráfico # 83 Página de Facebook .....	144
Gráfico # 84 Valla publicitaria.....	144
Gráfico # 85 Tarjeta de presentación .....	145
Gráfico # 86 Hoja volante.....	146
Gráfico # 87 Bolígrafo .....	146
Gráfico # 88 Llaveros .....	147
Gráfico # 89 Pulsera.....	147

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 Tipología de los centros recreacionales .....	29
Tabla # 2 Universo a Investigar .....	41
Tabla # 3 Resumen de las muestras poblacionales .....	42
Tabla # 4 Autoridades provinciales .....	80
Tabla # 5 Autoridades locales .....	80
Tabla # 6 Tabla de contingencia .....	82
Tabla # 7 Prueba Chi Cuadrado .....	83
Tabla # 8 Análisis de la competencia directa .....	91
Tabla # 9 Competencia indirecta .....	92
Tabla # 10 FODA de la Parroquia Atahualpa .....	93
Tabla # 11 FODA estratégico .....	95
Tabla # 12 Funciones del departamento administrativo .....	124
Tabla # 13 Funciones asistente administrativo-recepcionista .....	124
Tabla # 14 Funciones de la asistencia administrativa y recepción .....	125
Tabla # 15 Funciones del departamento de Productos y Marketing .....	125
Tabla # 16 Funciones del departamento de Talento Humano .....	126
Tabla # 17 Perfil del Administrador .....	126
Tabla # 18 Perfil del Contador .....	127
Tabla # 19 Perfil de gestor de Marketing .....	127
Tabla # 20 Perfil de administrador de talento humano .....	128
Tabla # 21 Perfil de guías .....	128
Tabla # 22 Perfil de asistente administrativo/recepcionista .....	129
Tabla # 23 Perfil de cocineras(os) .....	129
Tabla # 24 Perfil de ebanista .....	130
Tabla # 25 Perfil del artesano (a) .....	130
Tabla # 26 Perfil de personal de mantenimiento .....	131
Tabla # 27 Perfil de jardineros .....	131
Tabla # 28 Precios de la competencia .....	136
Tabla # 29 Precios de uso de áreas y servicios .....	137
Tabla # 30 Descuentos .....	137
Tabla # 31 Sistema de distribución .....	138
Tabla # 32 Gastos de promoción .....	141
Tabla # 33 Gastos de publicidad .....	142
Tabla # 34 Cuñas Publicitarias .....	143
Tabla # 35 Matriz de LEOPOL en Relación al Centro Recreacional Turístico (EIA)....	154
Tabla # 36 Valoraciones de las acciones/factores físicos-fase de construcción .....	155
Tabla # 37 Valoraciones de las acciones/factores físicos – fase de operación .....	156
Tabla # 38 Acciones correctivas y preventivas ante los posibles impactos .....	157
Tabla # 39 Reducciones .....	166
Tabla # 40 Datos de calificación .....	167
Tabla # 41 Infraestructura promedio .....	168
Tabla # 42 Señaléticas del sendero .....	168
Tabla # 43 Equipamiento promedio .....	168
Tabla # 44 Personal promedio .....	169
Tabla # 45 Total Infraestructura .....	176
Tabla # 46 Total equipamiento .....	176
Tabla # 47 Total personal promedio .....	177
Tabla # 48 Presupuesto establecimiento de hospedaje .....	179
Tabla # 49 Presupuesto Comedor .....	180
Tabla # 50 Presupuesto vivero .....	180

Tabla # 51 Presupuesto área de juegos .....	180
Tabla # 52 Presupuesto piscina.....	181
Tabla # 53 Presupuesto Área de ciclismo .....	181
Tabla # 54 Presupuesto cancha de indor.....	181
Tabla # 55 Presupuesto cancha de tenis-bádminton .....	182
Tabla # 56 Presupuesto cancha de vóley .....	182
Tabla # 57 Presupuesto cafetería .....	183
Tabla # 58 Presupuesto Cabaña venta de artesanías .....	183
Tabla # 59 Presupuesto Juegos .....	184
Tabla # 60 Presupuesto cerramiento del centro turístico .....	184
Tabla # 61 Presupuesto baños y duchas.....	184
Tabla # 62 Presupuesto Mirador .....	184
Tabla # 63 Presupuesto y recepción.....	185
Tabla # 64 Presupuesto mano de obra .....	185
Tabla # 65 Presupuesto publicidad .....	185
Tabla # 66 Publicidad .....	186
Tabla # 67 Presupuesto total .....	186
Tabla # 68 Personal fijo .....	187
Tabla # 69 Personal eventual .....	187
Tabla # 70 Resumen de Inversión.....	188
Tabla # 71 Proyección mano de obra 5 años .....	189
Tabla # 72 Proyección IEES .....	189
Tabla # 73 Gasto por servicios básicos.....	190
Tabla # 74 Gastos por actividades de mantenimiento.....	191
Tabla # 75 Costo fabricación artesanías en madera.....	192
Tabla # 76 Costo de venta de artesanías en madera.....	193
Tabla # 77 Costo de elaboración artesanías reciclables .....	193
Tabla # 78 Costo de venta artesanías en materiales reciclados.....	194
Tabla # 79 Costo producción vivero .....	194
Tabla # 80 Costo de venta producción vivero.....	195
Tabla # 81 Costo alquiler de bicicletas .....	195
Tabla # 82 Alimentos.....	196
Tabla # 83 Mantenimiento bicicletas .....	196
Tabla # 84 Depreciación hospedaje .....	197
Tabla # 85 Depreciación áreas de servicios .....	197
Tabla # 86 Depreciación áreas deportiva y de recreación.....	198
Tabla # 87 Proyección ingreso de personas .....	198
Tabla # 88 Proyección ingreso en dólares .....	199
Tabla # 89 Estado de pérdidas y ganancias.....	201
Tabla # 90 VAN.....	202
Tabla # 91 TIR.....	202

## ANEXOS

Anexo # 1 Cuadro resumen de Atractivos Turísticos de la Parroquia Atahualpa.....	208
Anexo # 2 localización y jerarquización de los atractivos turísticos. ....	212
Anexo # 3 Encuesta a Turistas.....	237
Anexo # 4 Encuesta a pobladores .....	239
Anexo # 5 Entrevista a autoridades.....	241
Anexo # 6 Tablas de tabulaciones encuestas pobladores.....	242
Anexo # 7 Tabla de tabulaciones encuestas a turistas.....	248
Anexo # 8 Variable Independiente.....	253
ANEXO # 9 Variable Dependiente.....	254
ANEXO # 10 Fotografía encuesta turistas.....	255
Anexo # 11 Fotografía encuestas en la ciudad de Libertad (Playa).....	255
Anexo # 12 Foto de entrevista gerente de EMOTURISMO- Douglas Dillon .....	256
Anexo # 13 Foto de entrevista Jefe de Turismo, Cultura y Patrimonio con Departamento en la Prefectura de Santa Elena.....	256
Anexo # 14 Foto de entrevista la analista de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos del Ministerio de Turismo.....	257
Anexo # 15 Foto entrevista Sr. Celso Soriano Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Atahualpa .....	257
Anexo # 16 Foto 1 encuesta habitantes de la parroquia Atahualpa .....	258

## INTRODUCCIÓN

La provincia de Santa Elena recibe miles de turistas al año, en la actualidad se observa un constante cambio en el comportamiento de la demanda, evidentemente esto se traduce en oportunidad de negocios, he aquí la relevancia en impulsar nuevos destinos con propuestas innovadoras. Por tales razones esta investigación se centra en desarrollar turísticamente a la parroquia Atahualpa.

Los centros recreacionales turísticos son un medio estratégico que se han y se siguen aplicando en muchos sitios del país y en el mundo, debido a los beneficios en cuanto a desarrollo económico, social y cultural que genera en el sitio en donde se encuentran asentados, para definir este planteamiento se realizó un estudio que permitiódemostrar que el diseño de un centro recreacional turístico para la Parroquia Atahualpa es la alternativa que ayudará a diversificar los campos generadores de empleo interno, utilización de cada uno de sus recursos, aprovechamiento del talento humano que en su conjunto conlleva a lograr el objetivo de diversificar la matriz productiva actual.

Los centros turísticos recreacionales han venido creciendo y evolucionando a través de los años en relación a las tendencias actuales que presenta el turismo, estos centros tienen una tipología a la que se rigen de acuerdo a factores que la componen, en este caso se direccionó a los *centros turísticos de estadia* que tienen como característica principal que los turistas regresan al lugar todos los días sea por motivos de práctica de deportes u otras actividades preferenciales, esto es muy beneficioso ya que regresan una y otra vez al mismo atractivo.

El centro recreacional turístico está compuesto por diferentes opciones de distracción para las personas, en donde se involucran actividades deportivas, sociales, culturales, ambientales y de aprendizaje a través de la práctica, aprovechando todos los recursos existentes en la parroquia. La estrategia de desarrollo turístico con la debida difusión se ve directamente beneficiada con la afluencia turística que tiene la provincia de Santa Elena y además con la cantidad



de personas que viven en la provincia que tienen como hábito realizar viajes internos cortos de estadía de un día en donde su principal objetivo es pasar en familia o amigos.

El centro recreacional apunta a ser una alternativa para aquellos que buscan actividades diferentes a las habituales, la parroquia Atahualpa cuenta con elementos de uso turístico, el proyecto de centro recreacional turístico los ha reunido y diseñado actividades adicionales, servicios básicos y complementarios que cumplen la función de cubrir las necesidades de diversión para personas nativas y de fuera, todo esto conlleva a que el turismo se convierta en la alternativa adecuada para la diversificación de la matriz productiva actual que por el momento se encuentra centralizada en una actividad que es la fabricación de muebles y artesanías, que por decirlo de alguna manera los mantiene en un ritmo de crecimiento estático sin despunte alguno.

El turismo es una actividad que eleva sus indicadores al pasar de los años pero se debe tomar en cuenta que no crece solo porque existe un recurso, sino más bien el progreso lo obtiene a través de la constante evaluación que se le dé a los planes que se proyectan para desarrollar al destino, de tal manera que relacionándose el atractivo más el trabajo se logra incrementar la economía, mejorar la calidad de ingreso de las familias situadas en ese entorno, entre otros beneficios. (Cebrián, 2008:14).

La actividad turística como tal debe estar ligada al desarrollo consciente, a la relación armónica entre los habitantes y el flujo de turistas que lleguen a causa de la creación o implementación de proyectos recreacionales turísticos con la finalidad de que el ambiente sea propicio para el crecimiento, más no para perjuicio para cualquiera de las partes.

La Parroquia Atahualpa posee diversos recursos turísticos que se detallan en la sección de anexos, entre las actividades más fuertes o lugares más potenciales se tiene que la cabecera parroquial es conocida como la capital del mueble dando lugar a que cada año se realice la feria del mueble, cuenta con una

salida a la playa de los chinos, un lugar natural que está a 5 km del poblado que carece de todo tipo de servicio y casi a la misma distancia se encuentra su comuna Entre Ríos muy popular por sus festividades en el mes de mayo.

Todo lo mencionado son algunas de las alternativas que se tiene para los turistas, lamentablemente le hace falta el plus para generar un turismo diario y constante, que diversifique la actividad económica y que evite que se trunquen proyectos familiares o negocios independientes por falta de la demanda suficiente. El problema que se formula es el siguiente: ¿Cuál será la estrategia adecuada para diversificar la matriz productiva de la Parroquia Atahualpa?

El turismo recreacional es un modelo de gestión basado en las nuevas tendencias que apegadas al manejo adecuado de los recursos existentes, respetando los derechos y asumiendo un compromiso social en el espacio afectado por el turismo, forman el conjunto ideal para atraer flujos turísticos con el objetivo de recibir beneficios compartidos. (Toral, 1994:97).

Al crearse el centro recreacional turístico desde su inicio generaría plazas de trabajo, empleando a un porcentaje considerable de personas, desde su funcionamiento emplearía a personas de la localidad disminuyendo la migración de ellos a buscar trabajo a otros centros urbanos, el compromiso de la empresa también sería en el aporte a las necesidades básicas existentes en la localidad esto como compromiso social, se cuidaría y preservaría los recursos existentes y aumentaría la creación de negocios propios por parte de sus habitantes, todo esto como beneficio para la parroquia.

De esta forma el centro recreacional turístico con actividades recreacionales se convierte en una estrategia de desarrollo social, económico y cultural a la vez que se involucra y pone en ejecución un proyecto encaminado a las tendencias actuales del mundo. Por otro lado motiva a sus habitantes a emprender negocios propios, a cuidar su entorno ayudando que a nivel provincial esta localidad sea más notoria y visitada. Con todos estos antecedentes se justifica el desarrollo del turismo recreacional a través de la creación de un centro recreacional turístico,

como una forma de gestión socioeconómica generadora de empleo, cooperación y coordinación entre gestores y personas autónomas del sector, impulsando el turismo en esta zona de la provincia de Santa Elena.

El eje principal u objetivo que motivó esta investigación fue la de dar solución a la problemática de falta de diversificación económica de la localidad de Atahualpa, usando como medio al turismo, campo amplio y rentable, utilizando como estrategia el diseño de un centro recreacional turístico que ofrezca actividades recreacionales varias, tanto internas como externas, e incluso incentivando de manera indirecta a que el turista se quede más de un día en las instalaciones pero que sobre todo regrese, por tal razón este estudio se focaliza en analizar la factibilidad de crear un centro recreacional turístico como estrategia para fomentar el turismo, diversificando a la matriz productiva, dejando de lado a la visión centralizada actual, creando actividades motivadoras de visita a la Parroquia Atahualpa. En el estudio se plantea la siguiente hipótesis: “La creación de un centro recreacional turístico, es una estrategia de desarrollo cultural, social y económico diversificador de la matriz productiva para la Parroquia Atahualpa”, la misma que ha sido comprobada al término de este trabajo investigativo.

La investigación realizada ha hecho uso de recursos humanos, estudios económicos, financieros y técnicos, se revisaron modelos implantados en otros sitios, se recopiló información relacionada con los centros recreacionales. Para la identificación de los problemas internos que afectan al desarrollo económico de la localidad de Atahualpa, determinación del mercado a que va hacer dirigido el centro recreacional turístico y los servicios que están entre las expectativas de los ya mencionados, se emplearon herramientas de acopio de información primaria y secundaria que serán visualizadas con mayor amplitud en su contenido más adelante.

El trabajo investigativo presentado está estructurado por tres capítulos resumidos a continuación:

CAPÍTULO I: Se realizó un levantamiento de información extenuante con el fin de que el análisis situacional tenga el mínimo error en los datos obtenidos, identificando cada una de las oportunidades de desarrollo que tiene la parroquia Atahualpa para solucionar la problemática encontrada sobre la falta de diversificación en la matriz productiva que se encuentra centralizada, que si bien es cierto no es negativo ya que desde hace muchas décadas es punto de destino artesanal debido a la elaboración y venta de muebles y artesanías, por lo cual se ha ubicado como el paraje principal en esta actividad en la provincia, pero también es real que la actividad ha causado que sus habitantes sean conformistas y no tengan una visión más amplia sobre los recursos con los que cuenta, e incluso cabe aclarar que esta actividad se mantiene pero tiende a decrecer afectando el futuro económico de este sector, incrementando indicadores de pobreza, inconformidad con estilos de vida, aumentando la migración, entre otros.

Se recabó información relacionada directamente con la propuesta de desarrollo que es un centro recreacional turístico analizando datos teóricos relacionados con el turismo recreacional y actividades que esto implica, tomando en cuenta modelos ya puestos en práctica en otros sectores del Ecuador que les han dado buenos resultados tanto para los inversionistas, personal empleado, entorno inmediato y sobre todo en la comunidad en la que está funcionando el centro turístico; se escogió la metodología a emplearse para la recolección de información para diseño y buen manejo de los pasos consecutivos en el proceso de implementación del proyecto.

CAPÍTULO II: Se amplió el levantamiento de información pertinente con un estudio de campo que permitió estudiar las necesidades, comportamiento y predisposición de las diferentes poblaciones que se ven involucradas con el proyecto del diseño de un centro recreacional turístico para la parroquia Atahualpa, se elaboraron y utilizaron encuestas a turistas y moradores de la parroquia Atahualpa, entrevistas a autoridades locales y provinciales, se obtuvieron datos importantes para la mejora y justificación del porqué es necesario ejecutar el centro recreacional turístico en la localidad, en donde se

evidenciaron buenos resultados ante la propuesta de desarrollo turístico, evidentemente las herramientas de recolección de información se diseñaron con una inclinación hacia el proyecto con preguntas abiertas, con respuestas sencillas y múltiples, facilitando el proceso de análisis de los resultados, logros positivos, esperados y sobre todo útiles para el proceso de diseño y terminación del mismo, corroborando la hipótesis de que si es una estrategia adecuada para diversificar la matriz productiva actual de la parroquia llegando con éxito a las expectativas.

CAPÍTULO III: El capítulo final sobre el Diseño del Centro Recreacional Turístico para la parroquia Atahualpa se desarrolló tomando en cuenta diferentes elementos que en su conjunto harán que el servicio a ofrecer sea proyectado y aceptado de la forma esperada para los consumidores y gestores, en este punto se plantea el diseño como tal con todos los servicios que ofrecerá al mercado, justifica la inversión a necesitar y también se establecen los diferentes cálculos que determinaron que el proyecto es viable, generando beneficios para el sector en donde se encuentra ubicado y para el cantón en general logrando el desarrollo tanto en el campo turístico, económico y social, dando solución al problema que afecta a la parroquia Atahualpa promoviendo el turismo en la localidad y en el sector sur de la provincia de Santa Elena, ya que carece de variedad de opciones turísticas, en donde los turistas puedan disfrutar.

Su ejecución aporta a los planes generales que tiene el país en cuanto a turismo y protección de espacios potenciales, sobre todo es satisfactorio concluir en que este proyecto alcanza la meta planteada dejando de lado la centralización económica, diversificando la matriz productiva actual de la parroquia Atahualpa, aumentando los ingresos, pronosticando un porvenir más estable con oportunidades de desarrollo creciente para los moradores, haciendo uso adecuado de las oportunidades que brinda el turismo para sectores como este y muchos en el mundo.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 MARCO REFERENCIAL**

#### **1.1.1. Parroquia Atahualpa, características generales**

#### **1.1.2. Antecedentes de la parroquia Atahualpa**

La cabecera parroquial de Atahualpa es conocida a nivel provincial y nacional como la “Capital del Mueble”, “Imperio del Mueble” a razón de que sus moradores se han dedicado a la actividad de la ebanistería por ya varias décadas, con el pasar de los años ha perfeccionado sus habilidades con la madera haciendo que el mayor de sus ingresos se derive de esta actividad. Esta localidad a pesar de ser reconocida como un destino artesanal por la compra de muebles y artesanías en algún tiempo atrás tuvo como mayor ingreso a la agricultura y la ganadería, en la actualidad aunque en un menor porcentaje su población se dedica aún a esta actividad en la comuna Entre Ríos y el sector el Tambo. (Soriano, 2013)

Esta parroquia, a pesar de los avances, presenta mucho por realizar ya que no todos gozan del servicio de agua potable, alcantarillado y energía eléctrica; en cuanto a transporte solo trabaja la cooperativa Trunsa S.A. y taxis particulares, también la falta de asfalto en varios sectores se torna en una molestia por el polvo y en especial en tiempo de invierno. Documentos existentes en las instalaciones del GAD de la Parroquia Atahualpa exponen relatos de personas que en su momento quisieron aportar a que la historia de esta localidad no se perdiera al desaparecer las primeras generaciones del sector.

Según estas versiones la parroquia Atahualpa fue poblándose por personas que vivían en Santa Elena, se dedicaban a la cría de ganado, cuando empezó la sequía se desplazaron en grandes caminatas hasta Chanduy hacia los manantiales en busca del líquido vital, el agua, lo realizaban en caravanas y usaban barriles

sobre los burros que eran su medio de transporte, estas movilizaciones salían desde la madrugada hasta altas horas de la noche y debido a esos trayectos tan largos que realizaban hacían campamentos en la ahora llamada Atahualpa que era un punto medio del trayecto. Muchos de los transeúntes decidieron asentarse en esta localidad llamándola Engabao de Santa Elena que significa en lengua vernácula “Amistad por el Agua”.

En Engabao de Santa Elena se empezó por cavar pozos en diferentes sectores, esto dio como resultado que sus pobladores se dedicaran no solo a la cría de ganado sino también a la agricultura e incluso desarrollaron la habilidad de elaborar sombreros de paja toquilla, claro que para su elaboración necesitaban traer la materia prima de la zona norte de Santa Elena, estos sombreros eran vendidos en Santa Elena y Manabí, además don Juan Alberto Panchana los comercializaba a Panamá labor que fue reconocida ya que una escuela de la localidad lleva su nombre “Juan Alberto Panchana Padrón”.

Con el tiempo de sequía los pobladores comenzaban a emigrar buscando nuevas formas de trabajo como la pesca (Anconcito), los que se quedaron buscaron la forma de sobrevivir y trabajaron con la madera seca dándole diferentes formas. En 1910 apareció la Compañía Anglo Ecuatorian Oilfields Ltda., (Anglo), esta compañía contrató a decenas de habitantes de la parroquia Atahualpa, facilitando también que los hijos de los trabajadores accedieran a la educación en instituciones creadas en Ancón y que en ese entonces eran exclusivamente para hijos de los trabajadores e incluso la empresa proveía de alimentos como pan, carne, ropa entre otros víveres y artículos. Con el transcurso de varios eventos y sobre todo con esfuerzo de la gente atahualpense, “Atahualpa” se crea como parroquia rural del Cantón Santa Elena, por Decreto Ejecutivo N° 134 y el 11 de Febrero de 1941 mediante Ordenanza Municipal, acuerdo publicado en el Registro Oficial No. 149 el 26 de Febrero y solemnemente inaugurada el 15 de marzo del mismo año. (Soriano, 2013)

### 1.1.2.1. Ubicación y extensión de la parroquia Atahualpa

La parroquia Atahualpa se encuentra ubicada en el sur de la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena a 20.4 km de la capital del mismo nombre, se encuentra delimitada al norte con la cabecera cantonal Santa Elena, al sur la Parroquia Chanduy, al este con Santa Elena y Baños de San Vicente, y al oeste con la Parroquia Ancón, Latitud: -2.31667, Longitud: -80.7833 y una altura de 0 a 15 msnm aproximadamente, tiene una extensión de 44,1 Km<sup>2</sup>, tiene un solo recinto de nombre Entre Ríos conocido también como Virgen de Fátima o Cucurucho.

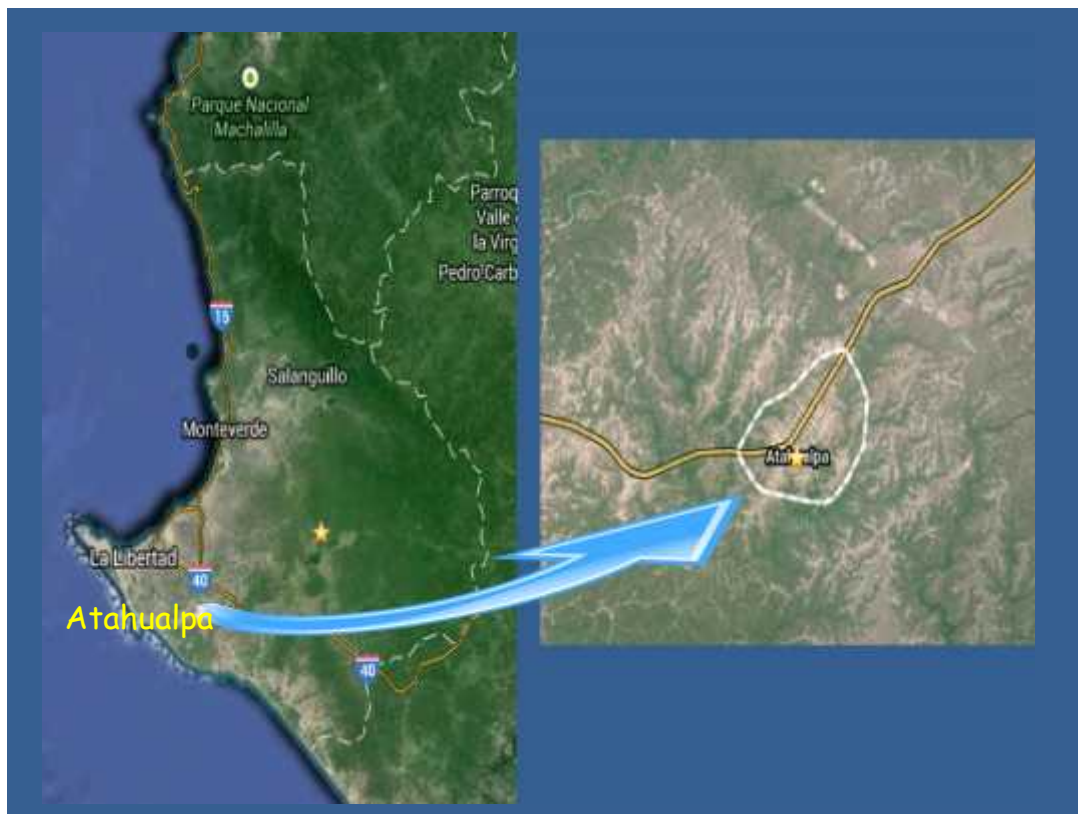


Gráfico # 1 Mapa de ubicación de la Parroquia Atahualpa

### CLIMA

El clima de la parroquia Atahualpa es variado en todo el año en donde la mayoría de los meses se goza de un clima soleado con pocas precipitaciones de lluvia, y la temperatura va desde los 20 a 38 grados aproximadamente.



## **FLORA Y FAUNA**

La parroquia Atahualpa se caracteriza por tener un bosque tropical seco en donde se encuentran árboles como guasango, algarrobo, mulluyo, cascol, barbasco, cactus, frutilla, tamarindo, ciruela, plátano, cereza, granada, grosella, naranja, limón, mandarina, y cultivos de zapallo, melón, sandía, frejol, maracuyá entre otros. La fauna que se puede encontrar en la parroquia Atahualpa son venados, chivos, vacas, conejos, cerdos, animales de corral como patos, gansos, pollos, pavos, y animales domésticos como perros, gatos.

### **1.1.3. Análisis socioeconómico**

#### **Aspectos demográficos**

La parroquia Atahualpa según el censo realizado en el año 2010 consta con 3,532 habitantes del cual el 49% pertenece al género masculino y el 51% corresponde al género femenino, distribuidos de la siguiente manera niños 30%, jóvenes 8%, adultos 55%, adultos mayores 7%. La localidad tiene un solo recinto de nombre Entre Ríos cuyo ingreso está aproximadamente a 3 km vía Ancón-Atahualpa, la cabecera parroquia tiene 11 barrios que son:

- Barrio 1 de Enero
- Barrio 10 de Agosto
- Barrio Villamil
- Barrio Hogar de Cristo
- Barrio 5 de junio
- Barrio Eloy Alfaro
- Barrio San José
- Barrio 9 de Octubre
- Barrio Central
- Barrio Jimmy Candell
- Barrio Nuevo Atahualpa

La población de Atahualpa se concentra en la cabecera parroquial, en donde existen todos los servicios necesarios, en cuanto a la extensión territorial existen muchos espacios que pertenecen a la comuna Entre Ríos. (Soriano, 2013).

## **Vivienda**

Las viviendas que se encuentran en la parte periférica que se construyeron en los últimos años presentan molestias en cuanto a servicios básicos, el 99% de las viviendas tienen la facilidad para acceder a los servicios de recolección de basura, existen viviendas con construcción de caña, hormigón, madera y mixtas y en la actualidad se observa que de cada 10 casas 1 tiene el servicio de telefonía fija (CNT). (Soriano, 2014)

## **Educación**

Los habitantes de la parroquia Atahualpa no solo se caracterizan por ser emprendedores en cuanto a lo laboral se refiere, es decir que desde generaciones pasadas los padres que contaban con cierta comodidad económica enviaban a sus hijos a prepararse profesionalmente, de allí que en la localidad se pueden encontrar adultos mayores en ramas de la salud, ingeniería, economía, entre otros. Con el desarrollo de la provincia de Santa Elena y la creación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) y otras extensiones de universidades como la Escuela Politécnica de Litoral (ESPOL), Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) se facilitó el acceso a la educación a los moradores de la parroquia Atahualpa.

Al analizar el factor educación de Atahualpa fue necesario hacer un recuento a la historia y resaltar personajes que en su momento fueron un eje clave entre ellos los profesores Gilberto Quimí Vera, Piedad Hungría, Yolanda Espinoza, Eloy Velásquez Cevallos e Ignacio Medina para las primeras generaciones. Para las generaciones posteriores a los profesores Franklin Soriano Santos, Florinda Santos, Yolanda Quimí (profesora de corte y confección), Dioselina Quimí,

Oberlina Mateo, Deisy Soriano, Norma Lazcano y ya para la actualidad sería muy complicado nombrar a todos los profesores que pasan por las aulas de las diferentes instituciones educativas de la localidad de Atahualpa.

Los personajes que forman parte de la primera generación dejaron experiencias en los adultos y adultos mayores de la actualidad, recuerdos de una educación distinta a la de ahora, guardan en sus memorias haber asistido a la escuela Mariscal Sucre, única de ese entonces que funcionaba en lo que ahora es la casa parroquial, estaba construida con caña y madera con una escalera de unos 5 escalones en donde las clases eran en la mañana y tarde, ellos salían a las 12 a sus casas a comer y en la tarde regresaban de nuevo hasta las 5, cuando se portaban mal, llegaban tarde o tenían la tarea sin cumplir, los castigaban de diferentes formas, le pegaban en las manos con las reglas de madera, les ponían de rodillas sobre tapillas, comportamientos que eran normal en ese entonces, además que no había tantas reformas y leyes como en la actualidad que protegen los derechos de los niños. Para la época actual la parroquia Atahualpa cuenta con las siguientes instituciones de enseñanza – aprendizaje:

- C.I.B.V. “ Caritas Alegres” y “Amiguitos del Mañana”
- Escuela mixta “Unidad Educativa 15 de Marzo”
- Escuela y colegio mixto “Unidad Educativa Juan Alberto Panchana Padrón”

## **Salud**

Los habitantes tienen el acceso a la salud a través del Centro de Salud de la parroquia ubicado en el Barrio 10 de agosto, atienden médicos rurales asignados por la Dirección de Salud Provincial, aunque por lo general su estadía dura un año, está adecuado para atender en enfermería casos como colocación de sueros, inyecciones, tomar temperatura, peso, medidas, presta servicios de Medicina general, Odontología, Obstetricia. En el año 2013 se empezó la construcción del centro de investigación de la Universidad Espíritu Santo (UEES), se inauguró a inicios del año 2014 e inmediatamente se atendió a personas previamente

enlistadas para ser parte de este proyecto, beneficiando a la mayoría de los adultos y adultos mayores.

## **Religión**

Los habitantes de la parroquia Atahualpa son personas muy creyentes, con fe en lo celestial y a pesar de existir varias religiones demuestran respeto una de la otra teniendo como resultado una armonía en cuanto a religión se refiere, dependiendo de la religión que profesan tienen su edificación para sus respectivas reuniones. Entre las religiones existentes constan:

- Religión Católica – Iglesia San Juan Bautista.
- Religión Evangélica – Templo Nueva Jerusalén.

Iglesia Evangélica Cuadrangular Emanuel de Dios.

- Religión Testigos de Jehová – Salón del Reino Testigos de Jehová.
- Religión Adventista - Iglesia adventista el séptimo día.
- Religión Mormones – (templo en construcción)

## **Infraestructura y facilidades**

### **Transporte y vías**

En cuanto a transportes se encuentra a disposición de los usuarios la “Cooperativa de Trunsa S. A” de la parroquia Ancón que da servicio desde las 6 de la mañana hasta las 8 de la noche, recorrido que va desde Atahualpa a Santa Elena. El recorrido comprende Atahualpa, Ancón, Prosperidad, Tambo, Santa Elena y viceversa tiempo entre un bus y otro cada 20 minutos, otro medio de transporte son taxis particulares que dan sus servicios sin un horario específico.

En cuanto a las vías o rutas a tomar para llegar a la parroquia está la vía Guayaquil - Salinas entrada al este de la localidad (punto de referencia escuela de Policías) y al oeste la vía Ancón – Atahualpa. Además de estas dos vías principales de acceso a la localidad existe una vía alterna muy poco conocida y

más usada por los habitantes tanto de la parroquia Atahualpa y Chanduy debido a que estas se conectan por medio de esta vía que no está asfaltada.

### **Servicios básicos: agua, luz, teléfono, internet**

La parroquia Atahualpa cuenta con los servicios básicos de agua potable (Aguapen) planta potabilizadora ubicada en la localidad, razón por la cual se ve altamente beneficiada por este servicio y alcantarillado, un aproximado del 95% de la población tiene el servicio de energía eléctrica y un porcentaje creciente de viviendas cuentan con telefonía fija (convencional), internet, televisión satelital servicio de CNT, CLARO o MOVISTAR. (Soriano, 2014).

### **Seguridad**

En la localidad existe una Unidad Policial Comunitaria (U.P.C.) construida en el último período del Ing. Otto Vera Palacios, que brinda los servicios de monitoreo diario, también se cuenta con las rondas de un patrullero de tránsito que controla a los automotores y motocicletas.

#### **1.1.3.1. Aspecto económico de la parroquia Atahualpa**

##### **Muebles y artesanías**

Como ya se ha mencionado la parroquia Atahualpa es conocida como un destino artesanal en donde se pueden encontrar muebles en diferentes tipos de madera, tamaños y modelos al igual que artesanías talladas a mano. Los artesanos realizan trabajos de acuerdo a los gustos de los clientes y trabajan en distintos tipos de madera; las personas dedicadas a esta actividad muchas veces han salido a trabajar a otras localidades de la provincia y fuera de ella. Existen mueblerías con stock de mercancía disponibles para la venta, pero hay clientes que llegan buscando maestros que les hagan diseño diferentes. Los ebanistas de Atahualpa fabrican juegos de comedor, juegos de sala, juegos de dormitorio, anaqueles, armarios, equipan la cocina, e incluso realizan puertas, portones, escaleras,

ataúdes e infinidad de artesanías en diferentes tamaños todas tallada a mano trabajo que demanda bastante tiempo.

### **Agricultura y ganadería**

La agricultura fue la primera actividad que les generó el sustento a las familias atahualpenses, los habitantes realizaban trueques entre familias, en ocasiones se trasladaban hacia otras localidades ubicadas más hacia la montaña en donde llevaban productos como plátanos, pescado, entre otros, cambiándolas con yuca, naranjas, etc. Refiriéndonos al tiempo actual la agricultura ha dejado de ser un indicador primordial en la economía de la localidad, aún se pueden encontrar áreas en El Tambo y Entre Ríos en donde cultivan ciertos productos generalmente de ciclo corto como el zapallo, melón, tomate, yuca, frejol, sandía, camote, etc., generalmente en la época de invierno y ciertos meses del verano con las aguas que se quedan en las albarradas. (Clemente, 2013).

En cuanto a la ganadería, la sequía y el robo afectaron a esta actividad por lo que ahora tampoco es un indicador fuerte de la economía local, los dueños de estos animales tienen que recorrer bastante para encontrar alimentos para sus animales, hay personas dedicadas a la cría de ganado porcino y aves de corral, en la parroquia Atahualpa hay una granja avícola que se dedica a la venta de huevos, tiene aproximadamente 4 años y ha generado empleo a moradores, está ubicada en la vía Atahualpa – Aguapen.

### **Costura y sastrería**

La actividad de la costura y sastrería se debe a que hasta hace 6 años atrás existía en la localidad una academia de corte y confección que ofrecía desde primer a tercer curso de secundaria, clases que eran impartidas mañana y tarde, la institución ya pasaba los 50 años al servicio de la comunidad, en algún momento hubo un grupo de mujeres que se asociaron para confeccionar ropa por grandes pedidos, a pesar de ya no funcionar el local pueden encontrar costureras que laboran en la comodidad de sus hogares.

## **Producción y comercio**

Como se ha mencionado reiteradas veces Atahualpa es reconocido como un destino artesanal debido a que su principal movimiento económico y generador de empleo es la fabricación de muebles y artesanías, al centrarse a estudiar la producción de este indicador debemos mencionar que a pesar de que la mayoría de su población se dedica a esta actividad no todos gozan de los beneficios obtenidos de este dinamismo.

En cuanto a producción específicamente, los dueños de las mueblerías existentes invierten un capital para tener un stock de muebles en exhibición, el cual puede ser adquirido en un corto o largo tiempo, también depende de factores como espacio en la mueblería, capital disponible y mano de obra. La parroquia Atahualpa genera productos comestibles que son consumidos por las familias que los cultivan y si venden sus productos no son en grandes cantidades por lo que el movimiento se da dentro de los límites parroquiales y en cuanto a la producción ganadera si la realizan con el objetivo de vender a sus animales tanto dentro de la parroquia como fuera de ella.

El comercio de los muebles y artesanías en la localidad de Atahualpa se da interna y externamente, internamente porque los clientes llegan hasta la parroquia para adquirir algún artículo para su hogar en donde la compra es inmediata y la cancelación del mismo se da en efectivo o por medio de cheque; en el caso de que el cliente llegue buscando un maestro que le realice una obra en específico debe existir un acuerdo de pago entre el ebanista y cliente que por lo general es pagando el 50% del total por adelantado y el 50% restante en la fecha pactada para la entrega de los muebles.

El comercio externo se da cuando los ebanistas acuden a ferias fuera de la parroquia, usualmente en el Cantón Santa Elena, Salinas y fuera de la Provincia, incluso hay personas que llevan muebles a vender a Guayaquil y Quito. El comercio agrícola y ganadero es reducido sin estrategias de mercado, debido a que la producción no es en grandes cantidades, por lo general los que se dedican a esta

actividad lo hacen por una costumbre adquirida de los abuelos o padres, en la localidad existe una plaza en donde venden estos alimentos.

En lo referente a las formas que aceleran la comercialización de los artículos que fabrican están la publicidad por medio de las gigantografías en los almacenes y algunos talleres de ebanistería, gestión en donde la carrera de Marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena ha tenido una notable participación, también se realizan anuncios en la radio aunque esta acción es realizada por muy pocas mueblerías y no es continua, además de lo mencionado en el canal Espol Tv, salen spot publicitarios, incluso en ocasiones ponen al aire un video en donde muestran a la parroquia en forma general

En la parroquia Atahualpa existen gran cantidad de mueblerías que superan los 50 locales de muebles y artesanías, talleres de ebanistería, y negocios afines como los son los aserraderos, depósitos de madera, cepillado, etc. La extensión territorial poblada de la localidad ha creado la necesidad y la oportunidad de poner negocios como tiendas de abarrotes, ferreterías, bazares, lubricadoras, cyber, peluquerías, bares, entre otros, contando así con los locales suficientes para abastecer las demandas y necesidades diarias de los habitantes, sea en productos básicos como alimentos, así como también locales complementarios de mantenimiento de vehículos, venta de ropa, entre otros.

### **Organización administrativa - parroquia Atahualpa**

De acuerdo a las elecciones del 23 de febrero del año 2014 que se realizaron en la parroquia Atahualpa se obtuvo como resultado la reelección del Presidente Sr. Celso Soriano Clemente con la siguiente distribución administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Atahualpa:

- Presidente: Celso Soriano Clemente
- Vicepresidenta: Hilda Suárez Asencio.
- Vocal # 1: Henry Muñoz Yagual



- Vocal # 2: Mario Yagual Borbor
- Vocal # 3: Cristhian Soriano Reyes

### **Instituciones y clubes.**

En la parroquia existen instituciones dedicadas a buscar un beneficio común para sus integrantes, realizando a la vez un aporte al desarrollo de la localidad habiendo 8 agrupaciones integradas por hombres/ mujeres y 3 clubes.

#### **1.1.3.1.1. Actividad y desarrollo turístico en la parroquia Atahualpa.**

El desarrollo turístico en la parroquia Atahualpa no está ni al 50%, esta localidad cuenta con atractivos naturales y culturales. En los últimos años ha tenido un gran avance en cuanto a la actividad turística, se ha incrementado el apoyo por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado, la promoción que se da en el mes noviembre abarca las fiestas de los difuntos y la feria del mueble tiene un gran acogida por las personas de distintas partes tanto de la Provincia de Santa Elena como turistas de otras provincia, acción que llena de satisfacción a los pobladores y microempresarios.

Las fiestas parroquiales y del recinto Entre Ríos son otras de las alternativas que la parroquia ofrece a los turistas teniendo como resultado una afluencia masiva que genera un movimiento económico positivo tanto para moradores como para personas que aprovechan estas fechas para venir hasta la localidad a poner sus negocios ambulantes.

El último de los emprendimientos que se ha efectuado para agilizar el movimiento turístico en la parroquia Atahualpa es la promoción de la playa de Los Chinos con diferentes deportes como parapente, ciclopaseos, vóley playero y eventos musicales. Los que se han encargado de efectuar estas gestiones son jóvenes pertenecientes a la Agrupación Visión al Futuro y el GAD de la Parroquia Atahualpa.

La provincia de Santa Elena se ha posicionado como un destino preferencial para turistas a nivel nacional e internacional por su playas, cultura, costumbres, áreas naturales y más. En la zona sur del cantón de Santa Elena aún no existe un centro recreacional que ofrezca variedad de servicios relacionados a actividades de ocio, deporte y aprendizaje he aquí la ventaja que obtendría la implementación y puesta en marcha de este proyecto. Aunque el desarrollo turístico tiene en la actualidad una mayor apertura en esta localidad, es importante mencionar que no está equipada con la planta turística adecuada, carece de variedad de restaurantes, hospedaje, atractivos cercanos, actividades turísticas constantes, al dar ha ejecución del proyecto resolviendo así necesidades de hospedaje, actividades permanentes de recreación, deporte y aprendizaje.

#### **1.1.3.1.2. Importancia del desarrollo turístico.**

Es importante desarrollar la actividad turística en la parroquia Atahualpa por que como es de conocimiento público los habitantes de esta localidad se han dedicado a la fabricación y venta de muebles y artesanías hechas en madera, actividad que con el pasar de los años tiene la tendencia de disminuir por restricciones en la adquisición de la materia prima, por el aumento de profesionalización en otras ramas de los habitantes, por la elevación de precios y por la misma razón del costo de los materiales para laboral, etc.

El turismo contribuye al desarrollo de los pueblos y esta localidad cuenta con recursos potenciales, pero carece de las facilidades turísticas indispensables para un crecimiento turístico. Para acelerar el proceso es necesario hacer énfasis y destinar más recursos económicos y humanos para acortar el tiempo de alcance logrando posicionar a la parroquia Atahualpa como un nuevo destino turístico pudiendo así alcanzar beneficios para todos.

#### **1.1.3.1.3. Beneficios del desarrollo turístico**

- Desarrollo social/ Mejora de la calidad de vida
- Desarrollo económico/Generación de empleo

- Desarrollo sociopolítico
- Oportunidad de crear nuevas microempresas
- Desenvolvimiento cultural
- Protección de los recursos.
- Reconocimiento expansivo. (Acerenza, 1997)

## **1.2. MARCO TEÓRICO**

### **1.2.1. Antecedentes del tema de los Centros Recreacionales Turísticos.**

La Organización Mundial del Turismo ha tomado en cuenta características de quienes practican lo que ha denominado turismo de recreación, el cual se define como “cualquier tipo de uso que el individuo hace de su tiempo libre en los entornos urbanos periféricos, en períodos cortos de tiempo, siempre que este uso se realice en una actitud placentera”. (Castaño, 2005:54)

El turismo a nivel provincial como nacional es un eslabón importante dentro de la economía del Ecuador debido a que muchas de sus provincias son poseedoras de infinidad de recursos, atractivos turísticos, infraestructura y equipamiento destinado a dar atención y satisfacción a los turistas. Si se revisan las estadísticas de la llegada de turistas desde el extranjero se ve que el aumento es constante de igual manera que el turismo interno ya que cada vez más personas adoptan la costumbre de viajar.

El Ministerio de Turismo del Ecuador en conjunto con las diferentes Subsecretarías de Turismo y con el apoyo de la Presidencia de la República enfatizaron con más fuerza los asuntos de desarrollo y promoción turística del país en general, es notorio el avance y surgimiento de nuevos productos y destinos turísticos a lo largo y ancho del país. El turismo recreacional o alternativo en el Ecuador se evidencia en zonas que ofrecen un servicio direccionado a lo natural, rústico y la convivencia con personas autóctonas del área de visita. La mayor parte de personas que visitan estos lugares son estudiantes, grupos de familia y jóvenes de amigos, provenientes del interior de las fronteras o fuera de ella. Las

actividades recreacionales forman parte del indicador que ha venido creciendo y ha causado que las plazas de empleo aumenten ya que al existir un movimiento turístico se crean más empresas u otras que se derivan de esta, logrando un desarrollo socioeconómico positivo en el turismo en el Ecuador y Santa Elena, oportunidad que bien planteada sacaría del ritmo estático económico a la parroquia Atahualpa. Dentro del territorio ecuatoriano existen muchos sitios similares al propuesto en esta investigación, la mayoría de estos lugares se encuentran ubicados en la sierra ecuatoriana.

Dirigiendo el estudio a la costa ecuatoriana se identifican diversos centros de distracción familiar como son fincas, hosterías, entre otros. El éxito alcanzado por estas empresas es notorio y comprobable al buscarlas por los sitios web, el más cercano ejemplo es la finca La Gloria que cuenta con muchos años en el mercado a nivel cantonal, de la misma manera el Complejo Termal Telésforo Villacrés Baños de San Vicente, así también en la zona norte resalta la finca El Retiro ubicada en la comuna Olón de la parroquia Manglaralto.

#### **1.2.1.1.El turismo de recreación y alternativo, como estrategia de diversificación productiva**

*El turismo de recreación o alternativo* es aquel turismo que abarca un mercado con motivaciones nuevas con ciertos conocimientos previos sobre conversación, cuidado y aprendizaje, los turistas que por lo general se inclinan al turismo alternativo con alternativas fuera de lo común; son los que buscan conocer actividades relacionadas con la aventura, cultura e historia que tienen relación directa específicamente con el turismo de aventura, turismo ecológico, turismo cultural, turismo rural, ecoturismo. (Acerenza, 1995a:48)

Los viajeros que practican el turismo alternativo son llamados “turistas alternativos” porque buscan estar más en contacto con civilizaciones con costumbres y tradiciones diferentes a las de ellos en donde la oferta turística incluye deportes, excursiones, convivir con personas del sector visitado, practicar

actividades cotidianas como por ejemplo trabajar en el campo, sembríos, entre otras actividades. Por lo general las personas viajan solas o en grupo reducidos, les gusta disfrutar de experiencias conociendo a nuevas personas en sus viajes en donde los mochileros son los que más hacen usos de estos centros a razón de que usan instalaciones opcionales como una tienda de campaña, un campamento que son hospedajes diferentes a las que ofrecen las grandes cadenas hoteleras.

La parroquia Atahualpa dentro de su territorio total tiene alternativas suficientes para diseñar un paquete turístico que mantenga al turista ocupado todo un día, basándose en teorías o prácticas de otros centros dedicados a esta actividad, en donde existen acciones recreativas que están ligadas al deporte, al conocimiento de la cultura y la naturaleza. Tomando en cuenta que la actividad principal de esta zona es la elaboración de muebles y artesanías, se refleja la importancia como tal y pasa a ser parte de un todo, es decir un recorrido desde atractivos de distracción y este de cultura más conocimiento; sumando los recursos existentes con lo innovador del proyecto recreacional se amplía la matriz productiva de la localidad sin cambiar el contexto general que la identifica como un punto artesanal.

#### **1.2.1.2.Recreación, actividades recreacionales, función e importancia del desarrollo turístico**

La recreación como actividad puede tener muchos medios, empezando por su origen la palabra recreación viene del latín *recreatio* que significa restablecimiento, y del francés *récréation* que se traduce en diversión, descanso, cambio de acción. Todas estas palabras derivadas de su definición involucran actividades en donde el ser humano busca salir de la rutina realizando cosas nuevas, diferentes a las que comúnmente realiza diariamente. (Barbieri, 2003:124)

**La recreación es una alternativa para el uso del tiempo libre, y puede enfocarse a una gran gama de actividades: cultura, arte, deporte, social, político y turismo, todas tendientes a mejorar los aspectos físicos, mentales y sociales del ser humano en su personalidad y de la sociedad.(Castellanos, 2010:30).**

La recreación es señalada como la actitud que toman las personas para realizar actividades que incluyan la adquisición de experiencias nuevas y enriquecedoras con el ánimo de ocupar de forma positiva su tiempo libre, esto incluye diversidad de opciones en donde el individuo se entrega de manera espontánea buscando la satisfacción personal, relajamiento, experiencias enriquecedoras, descanso y diversión todo un conjunto de emociones satisfacen necesidades de placer y descanso.

Es muy importante que en el proceso de esta investigación se identifiquen las actividades a emprender para lograr que el visitante llegue, disfrute y se retire con la intención de regresar y ser parte del efecto multiplicador trayendo en su próxima visita a más personas, cada una de las actividades debe tener un concepto basado en el aprendizaje, diversión, y experiencias enriquecedoras que motiven una fidelidad por parte del turista, es decir la función del centro recreacional es generar una visita continua a la localidad y las actividades se encargan de mantener este objetivo. La recreación presenta dos características que a continuación se mencionan:

### **Características sociopsicológica de la recreación**

- Se realizan libremente sin ninguna exigencia.
- Brindan una satisfacción inmediata al individuo que la realiza.
- El disfrute es su objetivo, el individuo que la práctica es consciente de lo que está realizando. (Castellanos, 2010:139).

### **Características sociopolíticas de la recreación a aplicarse:**

- Tiene carácter organizado, posee algo de visión ideológica
- Es considerado como un fenómeno de reproducción y depende del nivel de desarrollo de las fuerzas y del carácter de las relaciones de producción.(Castellanos, 2010:139).

### **1.2.2. Clasificación de la recreación**

Según Castellanos (2010:140) la recreación puede ser clasificada como:

- a. Actividades artísticas y de recreación en donde incluyen actividades como literatura, danza, teatro y música.
- b. Actividades de los medios de comunicación masiva en donde se encuentran la radio, televisión, periódicos, libros y revistas.
- c. Actividades educativas físico deportivas como deportes, pesca, caza, campismo, entre otros.
- d. Actividades de orden turístico.
- e. Actividades de esparcimiento.

### **Funciones de un centro recreacional**

- Según la clase dominante es una actividad direccionada al ocio va dirigida a buscar el desarrollo del hombre
- Es una alternativa dentro del espacio libre, tiene la misión de alcanzar el autodesarrollo y cumple con las expectativas que la persona espera
- Un sistema de vida espontánea, organizado, colectivo o individual.

## **1.3. DEMANDA, OFERTA, PRODUCTO Y CENTRO TURÍSTICO**

### **1.3.1. Demanda Turística**

La demanda no es más que la cantidad de bienes o servicios que están en el mercado y que los clientes consumen y sobre todo hay que tomar en cuenta el precio ya que el cliente analiza cuanto está dispuesto a pagar por los artículos o bienes existentes en el mismo ya que este podría variar de un lugar a otro y esto se debe a diferentes factores, sean por ubicación, nombre de la empresa, entre otros, pero en conclusión no es más que la cantidad de compra o consumo de los productos o servicios puestos en el mercado a disposición de los consumidores identificados en un todo como el nicho o posibles compradores. (Ávila, 2003:40)

La demanda turística comprende los servicios o un conjunto de servicios turísticos que son consumidos por los turistas en el momento que están en un área destinada al turismo son **“Servicios solicitados efectivamente por el consumidor” (Boullón, 1997:32)**. La demanda turística puede contabilizarse para obtener información precisa sobre el un número de turistas que llegan al país, región, ciudad, cantón o centro turístico en específico al igual que los gastos que ellos realizan, en el caso que se quiera profundizar se pueden hacer cálculos sobre el consumo de cada servicio que está dentro del área de servicio con el fin de determinar qué es lo que más aporta al rendimiento de la empresa como tal.

La demanda turística puede analizarse de distintos puntos de vista, he aquí la razón por que no tiene una sola definición. A continuación se expone una desmembración de la misma:

- a) La demanda efectiva. Es el número de personas que pueden ser estadísticamente calculadas por la razón de que efectivamente realizan viajes.
- b) La demanda no efectiva. Se considera en este ítem a las personas que no realizan viajes, se incluyen dentro de este grupo a la *demanda potencial* que son los que viajaran en un futuro y la *demanda diferida* que se refiere a personas que no han viajado por desacuerdos existentes. (Cooper, 1993).

### **1.3.2. Oferta turística**

La oferta en términos generales es la cantidad de productos que los productores ponen en el mercado a disposición de los consumidores a diferentes precios, en donde el precio marca un factor clave para ser comprados, la oferta va de acuerdo a las necesidades de los clientes o futuros clientes y esto se hace en base a un estudio de mercado previo ya que no se puede invertir, crear y ofertar productos o servicios que tal vez nunca serán consumidos. (Ávila, 2003:45)

La oferta turística es una gama de servicios creados o no para uso exclusivo del turismo debido a que el turismo es un sistema en donde intervienen diferentes



servicios como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes, entre otros, por estar dentro de una circunferencia afectada por el ingreso de turistas. La oferta turística puede variar de un lugar a otro dependiendo de las planificaciones y tipo de turismo y turistas que desea captar, ya que no todos los consumidores desean adquirir el mismo producto, aquí es donde surgen infinidad de ofertas en diferentes áreas de una misma región o país.(Boullón, 1997:36)

Respecto a la oferta turística cabe mencionar que es diferente que cualquier industria, debido a que un producto turístico que no se venda en un día no se guarda para ser vendido al día siguiente simplemente eso se traduce en pérdidas, por ejemplo un hotel que tiene a disposición 100 habitaciones y solo vende la mitad de ellas, el otro 50% son pérdidas; otra diferencia entre un producto cualquiera y un producto turístico es que el turista llega al destino hace uso de los servicios, para lo cual realiza diferentes contrataciones en la cual se entrega lo que se le facilitó sea un departamento, habitación de hotel, un auto u otro servicio que pudo adquirir durante el día o noche por un tiempo determinado.

### **Clasificación de los elementos del equipamiento turístico**

Está integrada por los dos elementos siguientes: (Boullón, 1997:40)

\*El equipamiento

\*Las instalaciones

Dentro de la categoría de alojamiento encontramos diferentes tipos pertenecientes a este servicio, lo que es aplicable para el centro recreacional turístico Atahualpa debido al direccionamiento de rústico amigable con la naturaleza que encaja en los de tipo cabañas, campings y camas en casa de familia. (Boullón, 1997:41)

### **1.3.3. Producto turístico**

El producto turístico está directamente relacionado con la oferta turística debido a que son bienes y servicios que se unen conjuntamente para

comercializarse, los bienes como un hotel, restaurante o transporte del tipo que sea no son estrictamente parte del producto turístico sino más bien son parte del área en donde se efectúa la actividad turística, que el turista consume porque el alimentarse, dormir y trasladarse son necesidades básicas. (Martin, 2006:44)

En conclusión el turista compra estos servicios en cierto lugar para sentirse cómodo y tranquilo en cuanto a necesidades básicas, pero su objetivo principal que le motivó a realizar el viaje fue relajarse, divertirse, hacer deporte, conocer de cultura, gastronomía, etc., es decir, para el turista un producto turístico lo conforman los atractivos que pueda conocer el área visitada con servicios básicos adicionales que le ayudan a una estancia cómoda.

#### **1.3.4. Centro turístico**

Un centro turístico puede ser definido como un destino que a pesar de no tener grandes atractivos puede juntar todos los pequeños atractivos potenciales que se encuentran dentro de un radio de circunferencia con corto tiempo de recorrido con el objetivo de ofertar a los turistas, lo suficiente para motivar y satisfacer las necesidades turísticas, para fundamentar esta postura se menciona el siguiente apartado bibliográfico **“Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.”** (Silva, 2012:1)

Un centro turístico puede tener varias identificaciones pero siempre tendrán particularidades similares como se expresa en lo siguiente manera **“Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico.”** (Boullón, 1997:96)

Los centros turísticos se crean con la intención de satisfacer las demandas de segmentos de mercados específicos o variados, por lo general poseen servicios, actividades acorde a las necesidades de los turistas sean estos aventureros, deportistas, o simplemente personas que buscan salir de la rutina que les causa su

ambiente habitual. Existen centros turísticos extensos o reducidos que abarcan solo una pequeña área pero que con la planificación y promoción adecuada se han convertido en referentes muy importantes dentro de la industria turística, la coordinación y buena comunicación entre los operadores o servidores turísticos y los habitantes del sector involucrado han sido clave para lograr el objetivo.

### **Características**

Las características de los centros turísticos pueden variar de un centro a otro, todo depende de la finalidad de su creación y los servicios que presta a los turistas. En el mundo existen infinidad de centros turísticos (Boullón, 1997:97) que abarca un gran espacio territorial con un sinnúmero de atracciones y servicios pero también existen pequeños centros cuya finalidad es aportar al desarrollo local en donde están asentados, las características más comunes son las siguientes:

- Los atractivos no se encuentran muy distantes uno de otros.
- Solo son capaces de causar desarrollo dentro del espacio que abarca.
- Deben tener servicios como alojamiento, restaurantes, conectores de transporte, entre otros que facilitan la satisfacción del turista.
- Permite un viaje de ida y regreso en el día.
- El tiempo de recorrido está comprendido entre aproximado de dos horas.

### **Ventajas**

Las ventajas de los centros turísticos van dirigidas especialmente hacia los habitantes del sector en desarrollo y sus dirigentes en cuanto a retribución económica se refiere, con respecto a las ventajas para los turistas es que aumentan las alternativas de distracción y acortan distancia desde su domicilio al atractivo o en el caso de venir de distancias considerablemente lejos incrementan las opciones de su circuito de recorrido en la región visitada.

A continuación algunas de las ventajas comunes:

- Desarrollo local
- Generación de empleo
- Incremento de la demanda en el sector
- Incremento de la oferta en general de sector en desarrollo
- Está dentro de las tendencias actuales. (Boullón, 1997:96)

### **Desventajas**

Las desventajas de los centros turísticos pueden ser enormemente perjudiciales o escasamente notables, todo esto depende de la planificación, organización, y control que tengan los entes reguladores del turismo, entre las desventajas tenemos:

- Incremento de la población local
- Cambios en las costumbres de la población
- Cambio de gustos en los consumidores
- Sobrecarga turística por ser un espacio reducido
- Transporte específicamente de uso turístico. (Boullón, 1997:96)

#### **1.3.4.1. Tipología de los centros turísticos**

De acuerdo con la función que desempeñan como plazas receptoras de turista, los centros turísticos pueden ser de cuatro tipologías según Boullón (1997:74), como se detalla a continuación:

<b>TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS TURÍSTICOS</b>			
Centro turísticos de distribución	Centro turísticos de estadía	Centro turísticos de escala	Centro turísticos de excursión

Tabla # 1 Tipología de los centros recreacionales

Los *centros de distribución* son aquellos que sirven a los turistas como punto de salida hacia atractivos cercanos y por lo general se quedan de uno a tres días, llegan a éste punto y luego se desplazan hacia los destinos que están dentro de su radio de influencia permitiéndoles que disfruten y después retornen con facilidad en un corto tiempo. Las personas que se trasladan de los centros de distribución por lo general encuentran sus sitios de alojamiento en la ciudad y por el hecho de pasar fuera todo el día los atractivos deben brindar los servicios de alimentación, baños, estacionamientos, y otros servicios básicos indispensables que le den satisfacción y seguridad.

Los *centros turísticos de estadía* tienen como característica principal que los turistas regresan al lugar todos los días sea por motivos de práctica de deportes u otras actividades preferenciales, esto es muy beneficioso ya que regresan una y otra vez al mismo atractivo e incluso se conoce que en estos centros se empezó a desarrollar más lo que es el turismo a causa de la explotación de un solo atractivo como por ejemplo los centros invernales o las playas, estos demandan de un mayor equipamiento, opciones de distracción y esparcimiento para que el turista tenga a su elección alternativas variadas durante el tiempo que permanezca en el sitio, principalmente en horarios de la tarde y noche, por razones que muestran que los que visitan estos lugares lo hacen por temporadas o año y los servicios como alimentación y actividades de esparcimientos deben ser diseñados de forma flexible y los administradores deben estar revisando constantemente los programas, servicios y actividades que brinda a sus clientes más aún si estos son clientes fieles a la empresa.

Los *centros de escala* no son tan comunes, se dan en coincidencia con los nudos de las redes de transporte y con las etapas intermedias de recorridos de larga distancia entre el sitio emisor y el área receptora y difícilmente la estancia de los turistas se prolonga por más de una noche.

Los *centros de excursión* se caracterizan por recibir a turistas provenientes de otros centros ya que el tiempo de permanencia es corto y por lo general el tiempo se emplea más en el recorrido.

Revisando y analizando cada uno de los tipos de centros turísticos, es necesario especificar que esta propuesta de un Centro Recreacional Turístico va direccionada al tipo de centro turístico de estadía, en donde el tipo de equipamiento debe estar lo suficientemente apto para lograr la satisfacción de los turistas, más aún cuando estos se convierten en clientes fieles, por lo tanto la flexibilidad debe ser una característica incorporada en el proceso de atención y servicio.

En los centros turísticos de estadía o centro recreacional turístico las actividades deben ser diversas, debido a que los turistas por lo general se quedan desde uno a tres días en el centro e incluso podría permanecer más dependiendo de la disponibilidad de tiempo y dinero.

### **Atractivos turísticos**

Los atractivos turísticos son fundamentales para que una zona se desarrolle turísticamente, siendo estos el **“Conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias de ubicación en un contexto, suscitan el interés del visitantes”**. (Estrella,2007:20)

Los atractivos turísticos pertenecientes a la categoría de sitios naturales son los más visitados por diferentes factores en su mayoría están ubicados por las costas, y cuentan con facilidades de acceso entre otros servicios que son básicos a la hora de que el turista decide viajar a un destino turístico asegurando de esta forma su estancia. (Quesada, 2010:279)

Los atractivos construidos son gracias a la creatividad del hombre ya que es el motor motor de la obra a disposición del uso turístico y los atractivos culturales son los que ofrecen atracciones y tengan que ver con el comportamiento de los habitantes receptores del turismo, costumbre y tradiciones propias, fiestas religiosas e incluso fiestas paganas, actividades que están latentes en la localidad.

### **1.3. MARCO LEGAL**

En lo correspondiente a normativas legales a estudiar para la implementación de un centro recreacional turístico en la parroquia Atahualpa, se consideran las siguientes:

#### **1.4.1. Ley Constitucional**

Ley aprobada el 28 de septiembre del 2008 en la presidencia del economista Rafael Correa Delgado, Constitución o Carta Magna que sustenta al país y gobierno en sus 444 artículos. Claramente se expresa en el art.1 el Ecuador se declara como un país libre en todos los aspectos y en cuanto a organización a nivel nacional se caracteriza por ser descentralizada y en donde el principal objetivo es conseguir una patria digna para todos los y cada uno de los ecuatorianos.

La ley constitucional como tal es capaz de organizar de forma sostenible aspectos relacionados con lo económico, político, socio-cultural y ambiental que en su conjunto tienen como objetivo promover el buen vivir, garantizar los derechos de todos los ecuatorianos que se encuentren o no en el territorio nacional y los extranjeros que se encuentren en el país, promover la equidad social y territorial buscando la descentralización para alcanzar un mejor desarrollo. El turismo es una parte integrante de las secciones que contempla la ley, lo cual se ve reflejado en los artículos 22, 23, 24 y 25 que hacen referencia a los derechos de las personas a la recreación, al disfrute y demás aspectos relacionados que llevan a la práctica del turismo y otros que promueven el cuidado de las áreas naturales, políticas ambientales, protección y recuperación de la cultura. También resalta en esta ley el artículo 395 que hace alusión a los recursos existentes y el uso apropiado de ellos a beneficio de la generación actual sin perjudicar a la futura, reconociendo entre sus líneas el derecho de los ecuatorianos ante la posibilidad de recrearse de su tiempo libre, sea viajando o quedándose a disfrutar de las posibilidades de distracción cercanas a su domicilio, sin alterar el orden en el lugar visitado.

### **1.4.2. Ley de Turismo**

Se extrajo como artículo base al numeral 3 de esta ley ya que expresa que la actividad turística es un derecho que todos pueden ejercer, como iniciativa de desarrollo y es obligación de las entidades gubernamentales estudiar propuestas de esta índole y evaluar el apoyo a brindar para su desarrollo o mejoramiento estructural de su planteamiento. Entendiéndose que la regulación, planificación, gestión, promoción, difusión, entre otros factores deben ser bien direccionados al alcance de objetivos de beneficio común entre receptores y ejecutores.

Este proyecto utilizó en sus lineamientos lo expresado en los artículos 24, 66 y 383 que promueven el uso del tiempo libre, garantizan el derecho de las personas a la práctica de actividades de recreación. Además de lo mencionado en esta ley existen muchos literales que se enfocan al tipo de propuesta estudiada en este proceso investigativo, lo que sería agotador mencionarlas, por esto se resume que el turismo en zonas rurales debe ser manejado en forma mancomunada, tomando en cuenta la comunidad receptora como la base para dar un buen servicio, a las autoridades por la influencia y aporte que están obligados a dar por ser la organización designada para regular este tipo de propuesta.

### **1.4.3. PLANDETUR 2020**

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para el Ecuador (PLANDETUR 2020) en sus objetivos 1, 2, 3 y 5 direcciona a fomentar el turismo sostenible logrando el desarrollo local y asegurando la satisfacción y protección del turista y prestador del área.

Dentro de los programas que integran el PLANDETUR 2020 para la región costa en el ítem 13 hace referencia al diseño y desarrollo de productos turísticos demostrando que es necesario el adelanto adecuado y oportuno de lugares y destinos nuevos, así como los beneficios que estos generen en mayor porcentaje deben ir direccionados al desarrollo local de los sectores que



involucraría el plan, a más que teniendo una mayor oferta los turistas se sentirán satisfechos y cómodos de visitar la región costa y el Ecuador en general. Si se revisaran cada uno de los programas y proyectos que contempla el PLANDETUR 2020 se caería en cuenta que lo que se busca es contrarrestar el índice de pobreza, corrupción y desempleo a través del fomento y desarrollo del turismo.

#### **1.4.4. Plan Nacional del Buen Vivir**

El eje principal es promover la estrategia para la transformación de la matriz productiva y la erradicación de la pobreza, consta de 12 estrategias nacionales y 12 objetivos nacionales, este plan fue creado con el objetivo de articular las políticas públicas con la debida inversión pública y privada. El Buen Vivir (Sumak Kawsay) se concibe como la forma en como cada uno de los ciudadanos vivimos, la condiciones propicias que permita la satisfacción como ser humano alcanzando la felicidad, además de esto permite la diversidad cultural, en donde la igualdad, solidaridad y equidad son puntos principales.

Los objetivos nacionales del buen vivir comienzan con la consolidación del Estado democrático y la construcción del poder popular, mejorar la calidad de vida de la población, fortalecer las capacidades, potencialidades, construir espacios de encuentro común, fortalecer la identidad nacional, garantizar los derechos de la naturaleza, trabajo digno, la soberanía y la paz, impulsar la transformación de la matriz productiva objetivo que persigue la actividad turística propuesta, enmarcado todo su proceso en base a políticas legales del país.

El Plan del Buen Vivir es muy importante, gracias al cual los ciudadanos ecuatorianos han accedido a servicios incluyendo el tiempo y espacio suficiente para realizar actividades turísticas, logrando de esta manera que todos los ciudadanos tengan acceso para la práctica y uso de instalaciones y servicios creados para el descanso.

## 1.5. MARCO METODOLÓGICO

### 1.5.1. Investigación documental

Para realizar la investigación y el levantamiento de información necesaria para el estudio previo para el diseño del centro recreacional turísticos fue necesario la utilización de la modalidad de investigación documental que la definimos en base a lo siguiente:

**“La investigación documental, reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente a fuentes de datos en los que la información ya se encuentra registrada, tales como libros, revistas especializadas, películas, archivos, videocasetes, estadísticas, informes de investigación ya realizadas, etc.”.** (Bayardo, 1987:41)

Se justica su empleo, ya que en el proceso de elaboración del documento se necesitó indagar y recurrir a documentos, informes y relacionados, realizados por terceros, datos que fueron fundamentales de revisar para justificar la importancia que tienen los proyectos relacionados al desarrollo turístico de la parroquia de Atahualpa evitando que el contenido del mismo sea objeto de duda y desconcierto.

Para esta investigación de Diseño de un Centro Recreacional se ha revisado información relevante en la biblioteca central de la localidad en estudio y biblioteca central de la UPSE en la revista historia de la parroquia Atahualpa, en diferentes textos en internet y otros datos estadísticos como censos y encuestas realizadas. Toda la información que se transcribió o de alguna manera sirvió de base para el avance secuencial y progreso positivo para este proceso investigativo.

### 1.5.2. Investigación de campo

Para la realización de una investigación de la magnitud planteada fue imprescindible la utilización de la investigación de campo por consiguiente se partió con el análisis del siguiente concepto:

**“La investigación de campo o de terreno tiene que levantar, registrar o imprimir su información mediante la observación, la entrevista, el experimento, etc., planificados y recogidos por instrumentos apropiados como cuadernos de notas, diarios de campo o mapas. (Gallardo, 1991:62)**

Se empleó esta investigación de campo en los procesos de recolección de información en el terreno, con el único objetivo de obtener la situación más acertada a la realidad sobre los posibles fenómenos que se estén presentando en la localidad en estudio, objetivo que fue alcanzado con los resultados siguientes: los habitantes tienen una marcada actividad económica enfocada a la actividad de la ebanistería, la afluencia turística a la localidad es diaria aunque unos días es más baja que otras, la más alta se presentan los fines de semana y feriados.

### **1.5.3. Investigación exploratoria**

Para establecer un criterio más preciso de lo que es la investigación exploratoria y su utilidad en este proceso se muestra lo siguiente **“El estudio exploratorio también es útil para incrementar el grado de conocimiento del investigador respecto al problema”**. (Hamakforrsh, 2000:89).

La investigación exploratoria aportó para alcanzar el objetivo principal de abordar de manera general el problema e incluso ayudó a que el problema “escaso desarrollo turístico de la parroquia Atahualpa, atrasa el desarrollo local y socioeconómico” encontrado se divida en subproblemas facilitando el estudio y posible forma de solucionarlo. Este tipo de investigación ayudó a que se genere un criterio apropiado y adecuado e incluso aportó para que el investigador ponga prioridades entre uno y otro problema.

### **1.5.4. Conceptualización y operacionalización de las variables**

#### **Variable Dependiente**

La diversificación de la matriz productiva de la parroquia Atahualpa, la escasa diversidad económica interna es entendida como la variable que causa insatisfacción, conformismo frustrante de los habitantes de esta localidad, es del

mismo modo observada como la problemática a dar solución, utilizando elementos y recursos que fusionados den como resultado un mejoramiento a los estilos de vida, incremento de empleo, disminución de pobreza y migración. Es descrito también como el problema que afecta el desarrollo local de la población, trayendo consigo varios inconvenientes en cuanto a crecimiento, generando dificultades en evolución y surgimiento de los habitantes.

### **Variable Independiente**

El diseño de un centro recreacional turístico en la parroquia Atahualpaes ilustrado como un conjunto de elementos estructurados para ser visualizados y puestos en función turística, encontrando la dirección hacia el éxito por medio de la articulación de técnicas adecuadas con un trabajo mutuo entre gestores y comunidad beneficiaria, tomando en cuenta las necesidades, servicios, satisfacción y otros factores que permitan transmitir al turista un servicio de calidad, experiencia vivencial única e inolvidable, provocando una acogida positiva, y con esto dar prioridad a diversificar las actividades recreacionales turísticas a realizar en la localidad, aportando con el desarrollo turístico y resolviendo la problemática identificada como la falta de diversificación de la matriz productiva.

El centro recreacional turístico es la propuesta de desarrollo turístico de beneficio para la parroquia Atahualpa, zona sur de la provincia del cantón Santa Elena y sobre todo para sus habitantes y turistas. Habiendo realizado una exposición de la información se ha definido que la metodología a emplear es de tipo documental-experimental dirigiendo su proceder en resultados positivos dados en otras poblaciones logrando una propuesta innovadora pero justificable rentablemente. Terminando se ha identificado los problemas que lo mantienen estáticos en cuanto a crecimiento turístico y económico se debe poner en marcha la recolección de información para su diseño, tomando en cuenta las diferentes poblaciones determinadas de acuerdo a este estudio, dando comienzo al proceso de presentación del siguiente capítulo que consiste en la aplicación de métodos como encuestas y entrevistas.

## **CAPÍTULO II**

### **PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO REALIZADA PARA EL PROYECTO DE DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA ATAHUALPA.**

#### **2.1.VALIDACIÓN METODOLÓGICA**

La encuesta que se aplicó e interpretó, permitió la transcripción de información tal como se la recogió en las diferentes poblaciones a las cuales se dirigió el estudio (población local de Atahualpa, autoridades locales, turistas), datos que no se modificaron. Los datos se obtuvieron a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio.

Como primer paso se formularon y seleccionaron las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación y luego fue sometida a revisiones y aprobación de las mismas por el Ing. Joel Fortis Suárez, MSc. y la Ing. Sabina Villón Perero, Mgt; luego se dio inicio al estudio, el mismo que fue dirigido a los pobladores de la parroquia Atahualpa, turistas, y entes institucionales de la localidad y de la provincia en cargos turísticos, las preguntas luego de ser revisadas se corrigieron en su redacción, buscando ser más prácticos y disminuir el tiempo de llenado por parte del encuestado. En la encuesta dirigida a la localidad se tomaron en cuenta estos puntos:

- Desarrollo turístico
- Innovación e implantación de proyectos turísticos
- Plazas de trabajo-empleo
- Conformación de microempresas
- Necesidades básicas/distracción
- Emprendimiento laboral/negocios propios

También se realizó la encuesta dirigida a turistas que básicamente se enfocó a determinar el mercado que visitaría esta localidad y el centro turístico, así como todas las expectativas que tiene del lugar, facilitando así su diseño. Las entrevistas se dirigieron a las autoridades enfocándose en los siguientes temas:

- Productos turísticos
- Apertura para emprendimientos turísticos
- Generación de empleo
- Oportunidades de desarrollo
- Facilidades disponibles

En el proceso de encuestas se presentaron inconvenientes como molestias en turistas, poca disponibilidad de tiempo en algunos habitantes, desconocimiento del tema turístico recreacional. En cuanto a las molestias en los turistas se resolvieron profundizando en el tema, en la población local se conversó sobre la importancia del tema y se resumió al máximo las explicaciones innecesarias, se aclararon dudas en turistas y pobladores aceptando críticas constructivas o no.

### **2.1.1. Diseño de la Investigación**

El diseño está utilizando la investigación cuali-cuantitativa debido a que será práctico al momento de buscar e interpretar el compendio de información numérica y de características o cualidades que ayuden a fortalecer el proceso de diseño del centro recreacional turístico, tomando como énfasis temas como: necesidades insatisfechas, expectativas turísticas en la localidad de Atahualpa, preferencias de distracción turística, gustos, seguridad orientado a la solución del problema central de la parroquia y satisfacción de los turistas.

### **2.1.2. Modalidad de la investigación**

La modalidad empleada es la investigación cuantitativa y cualitativa debido a que permite una amplia visión sobre el problema identificado, y la recopilación

de datos de gran importancia, tomando en cuenta que existen factores tanto numéricos, estadísticos, y de índole característico que podrían afectar el proceso, en fin todos los datos son útiles y sirven para realizar el diseño y mejoras al mismo tomando en cuenta datos obtenidos por el uso de esta investigación previa.

### **2.1.3. Tipo de investigación**

La investigación basa su contenido a una investigación documental, es decir información respaldada por terceros que efectuaron estudios similares que se encuentran en libros, revistas especializadas, documentales entre otros. (Moreno, 2009:41). Esta investigación ayudó a encontrar información del sitio, en este caso de la parroquia Atahualpa así como todos los recursos existentes en ella, adicional se tuvo datos que se asimilan al tema planteado sobre el diseño de un centro recreacional facilitando y reduciendo tiempo.

### **2.1.4. Población y muestra**

El estudio planteado es de incidencia plural es decir que tanto población, turistas y gobernantes deben expresar su postura ante la propuesta, para determinar esto es necesario establecer la población y la muestra para lo cual se establece primero la definición de estos términos.

**“Totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto  $N$  de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación”.** (Tamayo, 2001:176)

Para realizar este proyecto fue necesario realizar un estudio a tres poblaciones identificadas como beneficiados directos, posibles consumidores (turistas), en este caso la población potencialmente a estudiar fue la provincia de Santa Elena y a las autoridades locales y autoridades de fuera posiblemente necesarias.

DETALLE DEL SEGMENTO	POBLACIÓN	Fuente
Población de Atahualpa	3.532	INEC 2010
Visitante/turistas	3.000	G.A.D. Parroquial Atahualpa
Autoridades a nivel Provincial y Cantonal	3	MINTUR- Prefectura- Emuturismo
Autoridades locales	1	G.A.D. Parroquial Atahualpa
Total	6.536	

Tabla # 2 Universo a Investigar

#### 2.1.4.1.Muestra población turistas

Para la determinación de la muestra tanto para turistas como para pobladores se partió de la siguiente definición es “Un **subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible** (Arias, 2006:83), cuya fórmula nos reduce la población total a un conjunto formado por individuos seleccionados de forma aleatoria en donde todos tuvieron la misma oportunidad de ser elegidos. Para la obtención de la muestra de turistas a encuestar se tomó como universo a los 3000 turistas que aproximadamente visitaron la parroquia Atahualpa entre el 1,2 y 3 de noviembre por la fecha del día de los difuntos y la feria del mueble, según información proporcionada por el GAD, se utilizó un nivel de confianza de 95% y un error de 5%.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 N - 1 + Z^2 * p * q} =$$

$$n = \frac{1,96^2 * 3000 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * 3000 - 1 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} =$$

$$n = \frac{2881,2}{8,4579} =$$

$$n = 340 \text{ PERSONAS}$$



### 2.1.4.2.Muestra población moradores de la parroquia Atahualpa

Para la obtención de la muestra de los pobladores de la localidad de Atahualpa se cogieron datos del censo poblacional y se consideró de la misma a los habitantes que se encontraban entre las edades de 15 a 60 años obteniendo un total de 2085 moradores. Tomando en cuenta para la fórmula de la muestra un nivel de confianza de 1,81% y un 7% como margen de error.

$$n = \frac{1,81^2 * 2145 * 0,5 * 0,5}{0,07^2 * 2145 - 1 + 1,81^2 * 0,5 * 0,5} =$$

$$n = \frac{1756,81}{11,32} =$$

$$n = 155 \text{ PERSONAS}$$

Detalle del segmento	Tamaño de la muestra	Instrumento a aplicar
Turistas	340	Encuesta
Población	155	Encuesta
Autoridades a nivel Provincial	3	Entrevista
Autoridades locales	1	Entrevista
Total	499	

Tabla # 3 Resumen de las muestras poblacionales

### PROCEDIMIENTO

- 1) Organización de datos obtenidos.-Se procedió a obtener un análisis general sobre las características y datos que conllevan a la conclusión de la aclaración de los problemas planteados. Para esto se evaluaron las preguntas con información numérica, obtenidas solo con palabras por separado.

- 2) Tabulación de datos.- Se realizó mediante la elaboración de tablas en las que se enlistó la información obtenida agrupada para la rápida interpretación.
- 3) Elaboración de tablas y gráficos.- Proceso en el que se expresó gráficamente la información de los resultados para la visualización de los datos.
- 4) Análisis de los resultados.- El análisis de los resultados es la interpretación que los datos muestran, esta es examinada y expresada en palabras claras.
- 5) Enunciación de conclusiones.- Con el análisis terminó el proceso de la obtención de datos, estableciendo que la parroquia Atahualpa está apta para promover el turismo a través de la creación del centro recreacional turístico.
- 6) Formulación de recomendaciones.- Las recomendaciones que básicamente buscan promover el turismo recreacional como una forma de gestión económica, incentivar a la población a generar sus propios ingresos a través de la creación de microempresas o negocios independientes, aumentando así las plazas de trabajo y disminuyendo la pobreza y desempleo.

#### **2.1.5. Técnicas de investigación**

En esta investigación se emplearon herramientas como encuestas, entrevistas y cuestionarios que facilitaron el proceso investigativo y moldeamiento del diseño del centro recreacional turístico para la parroquia Atahualpa, métodos de recolección fáciles de usar en donde los involucrados proporcionaron información básica y complementaria ante el proyecto.

La encuesta ha sido una herramienta fundamental para la recolección de datos relacionados con la demanda y la oferta que el centro recreacional tendrá como meta para promocionar y vender sus actividades o paquetes turísticos, ayudando a la determinación de las funciones que el centro propondrá ante la localidad y turistas, a enfocarse de mejor manera para obtener la satisfacción al cubrir las necesidades de los turistas, diseñando el centro con todas sus

características que lo definen como tal, obteniendo como resultado la diversificación de las actividades económicas del sector. (Ildefonso, 2005:14)

Las entrevistas se direccionaron netamente a las autoridades de la localidad y provinciales de cargos relacionados con la actividad turística, obteniendo de ellos respuestas objetivas y favorables, quienes se manifestaron a favor del emprendimiento.(Elizondo, 2002:389).

Toda la información obtenida con la utilización de cuestionarios, entrevistas, y encuestas se transcribió y posteriormente se realizó la respectiva tabulación, información que sirvió para esclarecer dudas sobre necesidades, expectativas y los posibles actores que podrían ejecutar el proyecto a beneficio de la localidad en un tiempo apropiado.

#### **2.1.6. Instrumentos de investigación.**

Las preguntas que se estructuraron para las encuestas y entrevistas fueron estrictamente dirigidas a la obtención de información sobre necesidades tanto de habitantes de la localidad de Atahualpa y turistas, usando para ello los cuestionarios que son diseñados específicamente con este objetivo.

Las preguntas se estructuraron siguiendo estos lineamientos:

Preguntas cerradas biopcionales: el encuestado escogió entre dos opciones de respuesta.

Preguntas cerradas poli opcionales: la persona tuvo varias opciones y podía escoger más de una respuesta.

### 2.1.6.1.Resultados de las encuestas a pobladores

Los resultados de las encuestas realizadas en la Parroquia de Atahualpa involucro a un número predeterminado de personas con los siguientes sucesos y análisis.

#### Género del Encuestado

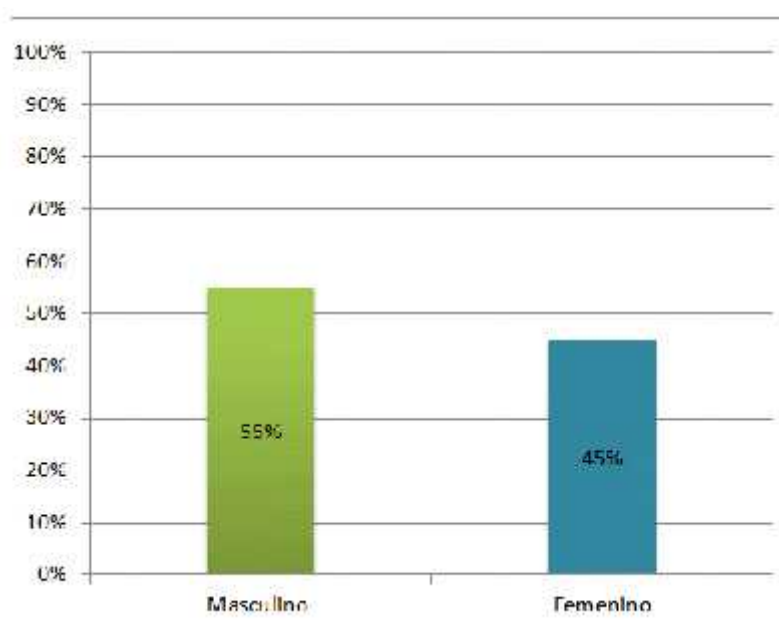


Gráfico # 2 Sexo del habitante de la Parroquia Atahualpa

**Análisis:** Los resultados obtenidos en este gráfico de sexo de los pobladores o habitantes encuestados como parte de la muestra, evidencian que existe una pequeña diferencia del 5%, entre el porcentaje de hombres sobre el porcentaje de mujeres, obteniéndose un 55% para el sexo masculino y 45% para el sexo femenino además esto ayuda a que las respuestas obtenidas en las posteriores preguntas sean equilibradas de entre la postura de una mujer sea adolescente, joven, adulta, madre etc., de igual forma para los hombres, la incidencia que ellos tienen sobre la propuesta es de gran importancia, tomando en cuenta que estas personas son las que facilitaran información y su actitud ante la proposición es de suma importancia en todos los lineamientos que los gestores propongan estos individuos están en la capacidad y libertad de a opinar, sugerir y proponer

cambios o mejoras al proyecto presentado ya que ellos son los que directamente están siendo afectados por el desarrollo turístico esto de forma positiva.

Edad de los encuestados

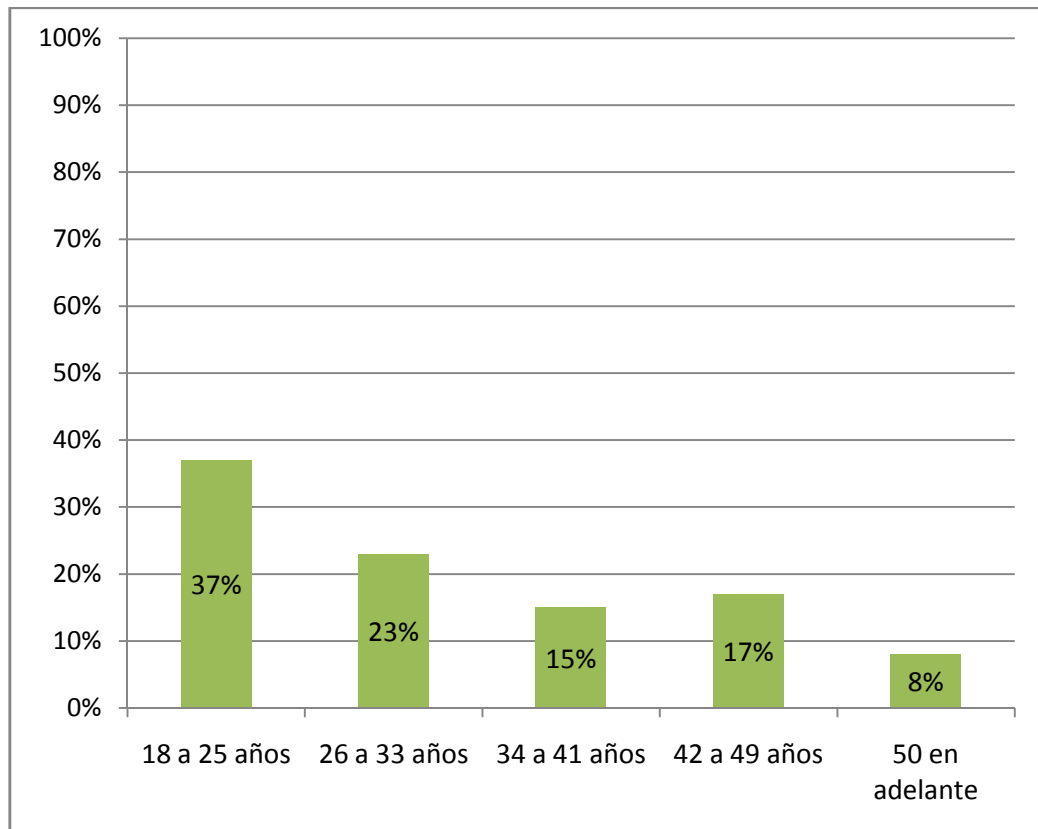


Gráfico # 3 Edad del habitante de la Parroquia Atahualpa

**Análisis:** Los resultados del gráfico muestran los porcentajes correspondientes a las edades de los encuestados de la parroquia Atahualpa por intervalos agrupados obteniendo los siguientes resultados: el 37% de 18 a 25 años, 23% de 26 a 33 años, 15% de 34 a 41 años, 17% de 42 a 49 años y el 8% de 50 en adelante, todas son personas adultas, evidentemente estos datos están respaldados por la madurez, responsabilidad y honestidad que cada uno de ellos aporta al responder cada una de las preguntas; y a través de los cuales se ha podido determinar información importante para el proyecto que se está planteando en beneficio y desarrollo turístico de esta localidad, tomando en cuenta que se busca determinar datos sobre aceptación y posible participación, resumiendo que siendo mayores de edad su aportación será legalmente aceptable dependiendo la acción o actividad que se

determine en el transcurso del proceso tanto investigativo como de ejecución del mismo.

1. ¿Considera Usted que los habitantes de la parroquia Atahualpa solo se pueden dedicar a la elaboración y venta de muebles y artesanías?

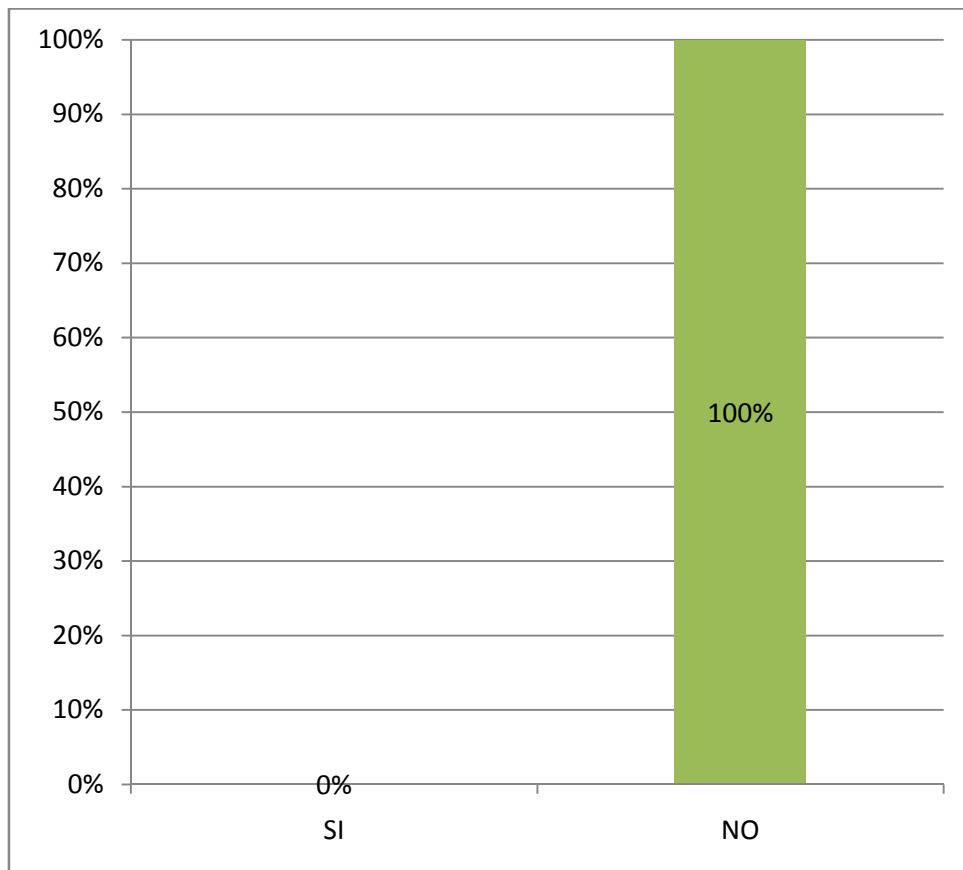


Gráfico # 4 Consideración de los habitantes ante la interrogante si solo pueden dedicarse a la elaboración/venta de muebles y artesanías.

**Análisis:** Los resultados que se obtuvieron reflejan que el 100% de los encuestados consideran que no solo se pueden dedicar a una sola actividad así esta sea la principal economía del sector, la deducción es muy satisfactoria ya que en su totalidad se manifestaron a favor de que la localidad se pueda dedicar a otras actividades que le generen ingresos y amplíe la economía local, incrementando así las actividades productivas de la cabecera parroquial a beneficio de todos sus habitantes, buscando nuevas estrategias de desarrollo que abarque a una mayor cantidad de personas de diferentes sexo, aportando así a que todos y todas se

sientan incluidas y parte activa sea formando parte del proyecto en algún momento o apoderándose de las posibilidades de emprendimiento individual.

2. ¿Usted trabaja en la fabricación de muebles?

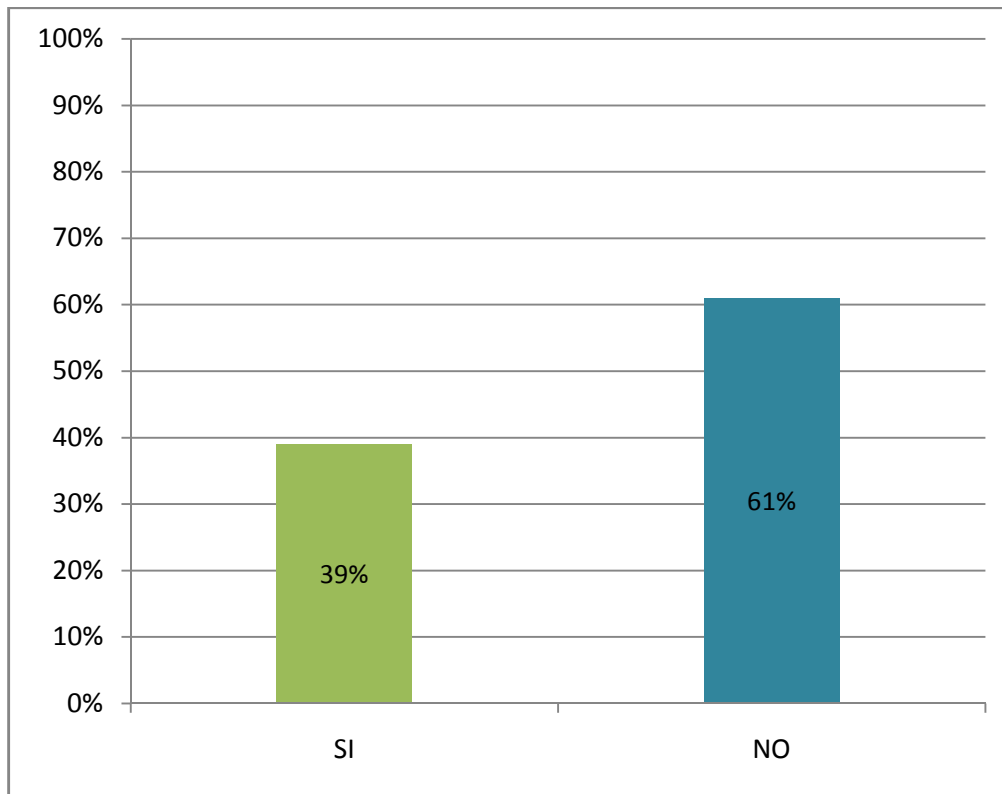


Gráfico # 5 Trabajan en la actividad de fabricación de muebles

**Análisis:** Evidentemente luego de tener conocimiento de que esta localidad basa su principal economía a la elaboración y venta de muebles, los resultados que se obtuvieron de esta interrogante de si estos laboran en la actividad mencionada se traducen en un 61% que no se dedican a esta actividad, y un 39% de ella si labora realizando estos trabajos, indudablemente esto se debe a que dentro de la muestra escogida existe la variable hombres y mujeres, en donde no todos están inmiscuidos en esta actividad, muchas son amas de casa o estudian, entre otras, en si el gráfico muestra un porcentaje equivalente a las personas que se dedican a esta actividad y generan el ingreso para sus familias, no obstante se palpa una realidad pobre ante el empleo y otros relacionados, causando una centralización de la economía con regular participación de sus habitantes mostrando la baja diversificaron de empleo en el sector, causando en algunos hogares la migración

sus integrantes jefes de familia ha otros destinos de la provincia de Santa Elena, región o del país.

3. ¿Qué otra actividad considera Usted, que generaría crecimiento socio-económico a la parroquia Atahualpa?

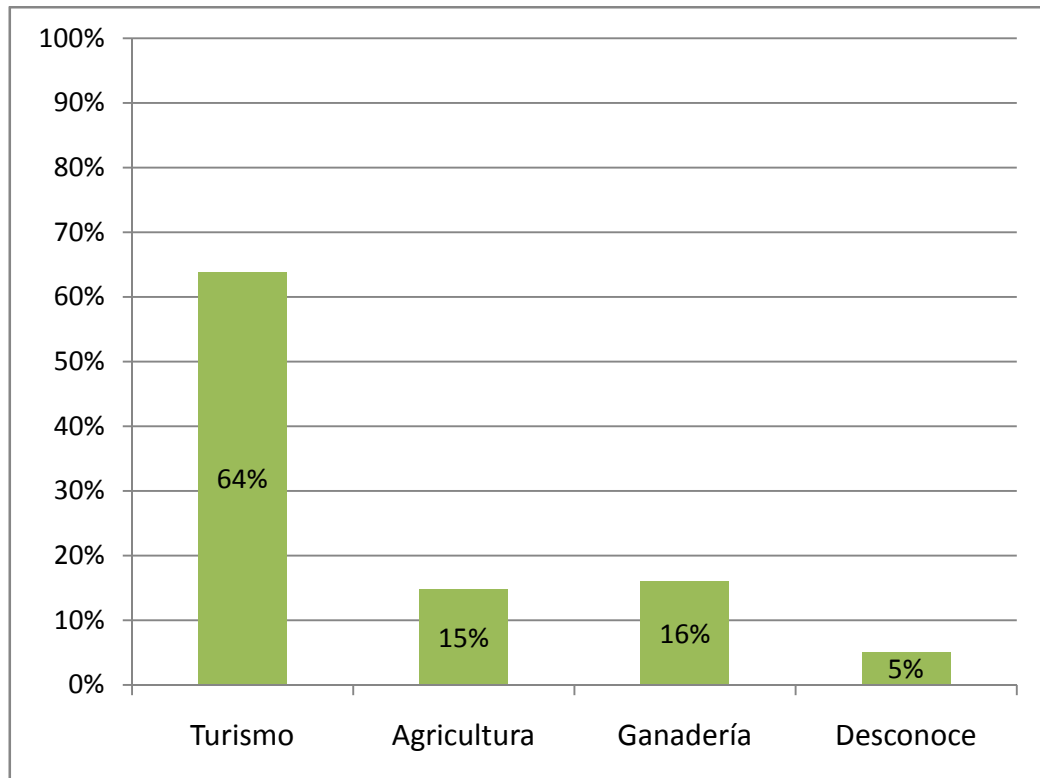


Gráfico # 6 Otra actividad que genera crecimiento socio-económico a la parroquia Atahualpa

**Análisis:** En el gráfico obtenido sobre que otra actividad generaría desarrollo en la localidad de Atahualpa los encuestados contestaron de la siguiente manera: el 64% se inclinó hacia actividades direccionadas al turismo, el 15% hacia la actividad de la agricultura, 16% a la ganadería y el 5% desconoce de estos temas, efectivamente se refleja un porcentaje mayor al 60% a favor de la actividad turística, respuesta acorde a lo esperado para el tipo de propuesta de desarrollo que se está planteando en este trabajo investigativo, deduciendo que esto se debe a la afluencia de visitantes a esta localidad, a la existencia de recursos turísticos y a los últimos eventos que se han efectuado con éxito en dirección a fomentar la actividad turística y promocionar principalmente su salida al mar con recorridos



ciclisticos, y el floklore que como recurso cultural ha tenido un papel sobresaliente dentro y fuera de la parroquia.

4. ¿Considera Usted que la Parroquia Atahualpa puede desarrollarse turísticamente al implementarse un centro recreacional turístico?

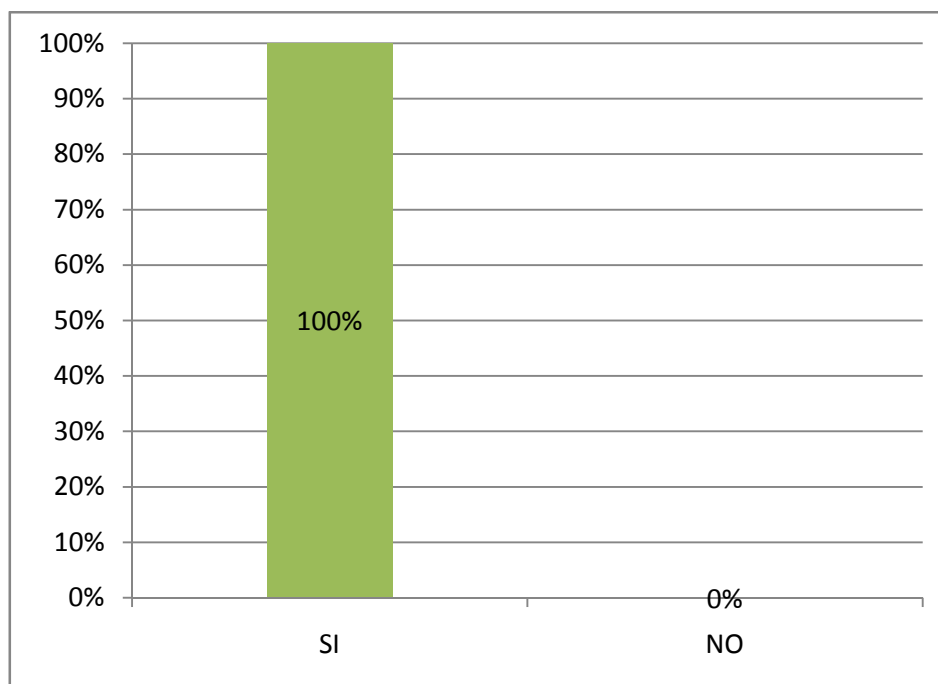


Gráfico # 7 La Parroquia Atahualpa puede desarrollarse turísticamente al implementarse un centro recreacional turístico

**Análisis:** Siendo esta la pregunta clave para seguir con el proceso investigativo, ya que estuvo direccionada a determinar la aceptación de la propuesta elaborada a beneficio del turismo y desarrollo de la actividad a favor de los habitantes de esta zona sur de la provincia de Santa Elena, el gráfico expresa un 100% de aceptación, en definitiva es favorable que los encuestados estén de acuerdo con el proyecto ya que ellos son los receptores directamente involucrados, serán ellos los veedores del cambio, convirtiéndose en jueces de todos los procesos, y beneficiarios de los resultados obtenidos por el buen ejercicio de la actividad turística desarrollada en su territorio, claro está que sin su aprobación el proyecto tardaría más tiempo en efectuarse, pudiendo no alcanzar sus intenciones de creación, como parroquia conforma un conjunto potencial que al inmiscuirse en el campo turístico estaría logrando con éxito propósitos de desarrollo turístico

sustentable que beneficia a sus moradores y pone a disposición de las personas aledañas a la parroquia un producto a su alcance y comodidad de consumo.

5. ¿Considera Usted que es importante la intervención de las autoridades y estudiantes en propuestas de desarrollo de su comunidad en el campo turístico?

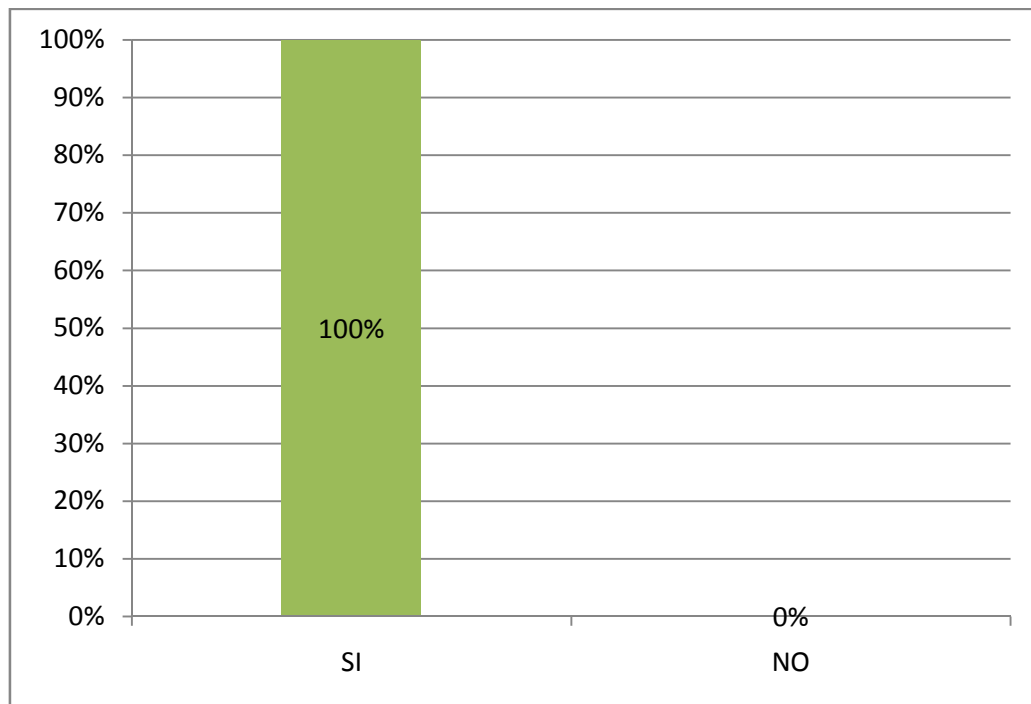


Gráfico # 8 Importante la intervención de las autoridades y estudiantes en propuestas de desarrollo de su comunidad en el campo turístico

**Análisis:** En el gráfico sobre el nivel de importancia que consideran los encuestados o habitantes en cuanto a la intervención de autoridades y estudiantes en la parroquia Atahualpa fue totalmente positiva porque el resultado fue del 100% afirmativa, los habitantes tienen el concepto claro sobre la realidad que ningún proyecto turístico o no jamás alcanzará sus objetivos si no se trabaja en unión, dando respaldo en cada proceso de cambio que se necesiten, han evidenciado pequeños trabajos de vinculación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y otras; en donde queda más que comprobado que el trabajo en equipo hacen mejores cosas, y lo más rescatable de aquello es que los beneficiados son los ellos como habitantes, como miembros internos satisfechos por alcances del cambio respaldando así los emprendimientos desinteresados por

parte de los profesionales en formación y autoridades locales, cantonales o provinciales.

6. ¿Marque la o las opciones a las que les gustaría se incline la propuesta de desarrollo?

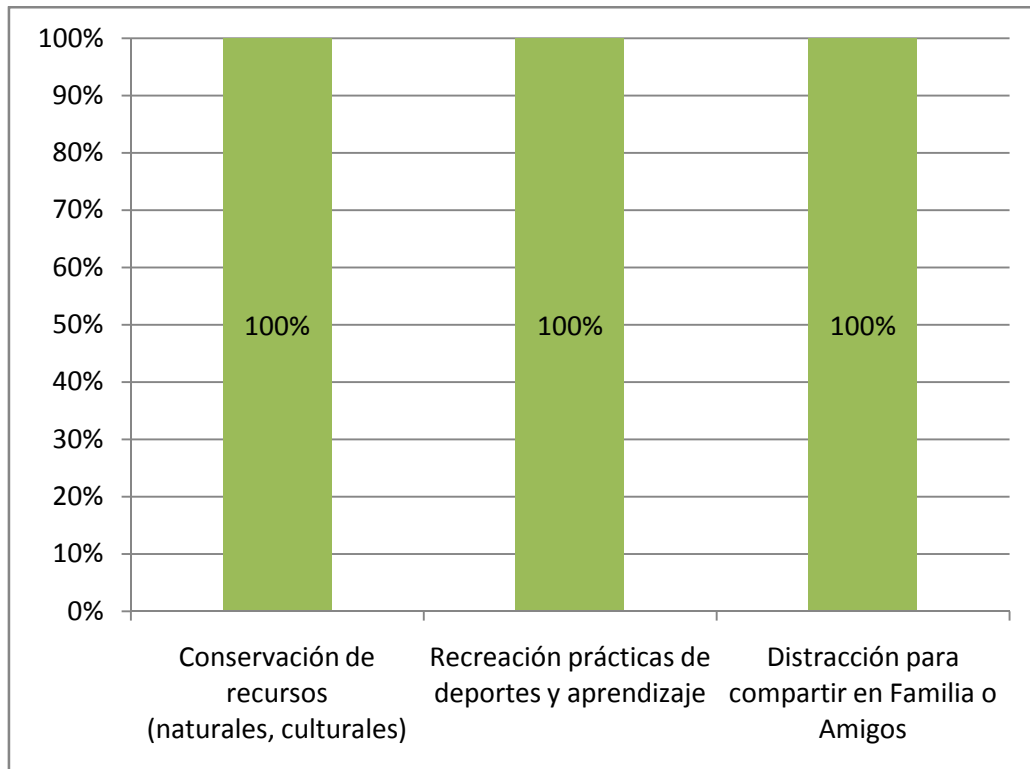


Gráfico # 9 Dirección de la propuesta turística

**Análisis:** El enunciado fue de respuesta múltiple por tal razón cada una de las opciones tienen un 100% de aceptación, estas fueron cuidado de recursos naturales y culturales, promover la integración de las personas e incentivar actividades de esfuerzo físico con el fin de hacer uso de todos los recursos, poniendo a competir sanamente a la actividad centralizada con la actividad turística, dando equidad a todos los aspectos y elementos, no descuidando principios básicos de desarrollo sustentable y sostenible en áreas susceptibles al cambio diversificando la matriz productiva de la cabecera parroquial de Atahualpa, favoreciendo de esta forma a personas necesitadas de empleo, de actividades que los impulse a buscar mejores alternativas de ingresos para sus hogares, poniendo ante ellos un ejemplo de desarrollo sostenible y sustentable en

el campo turístico aprovechando oportuna y responsablemente sus recursos potenciales.

7. ¿Sabe usted que es un Centro Recreacional Turístico?

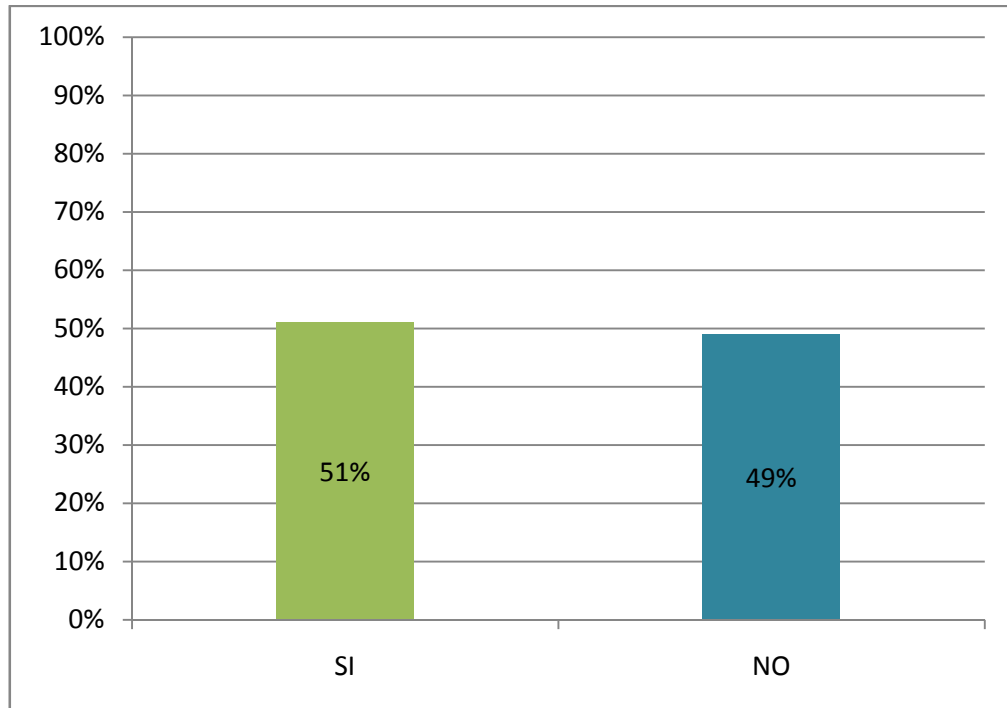


Gráfico # 10 Población que efectivamente sabe que es un centro recreacional turístico

**Análisis:** Se realizó a los habitantes la interrogante de que si conocen que es un centro recreacional turístico y en el gráfico se muestra como resultado a un 51% de los encuestados que afirmativamente saben que es un centro recreacional turístico y un 49% de ellos que respondió de forma negativa a esta pregunta dato que es importante al momento de tomar decisiones como la socialización del tema de forma clara y específica para transformar el resultado medianamente satisfactorio en satisfactorio, claro está que estos resultados están acordes a la realidad ya que no todos tienen las mismas facilidades de informarse y conocer personalmente estos sitios, el proyecto en su conjunto pronostica a más de generar desarrollo turístico, plazas de empleo, la facilidad de acercamiento a un atractivo de uso local en donde todas las personas tengan la misma oportunidad de disfrutar de momentos de ocio en el centro recreacional turístico sea en familia, amigos,

pareja el objetivo en general es que todos se sientan a gusto con la propuesta turística.

8. Si su respuesta anterior fue NO, marque la o las opciones que considere acertada ¿Qué cree Ud. que sería un Centro Recreacional Turístico?

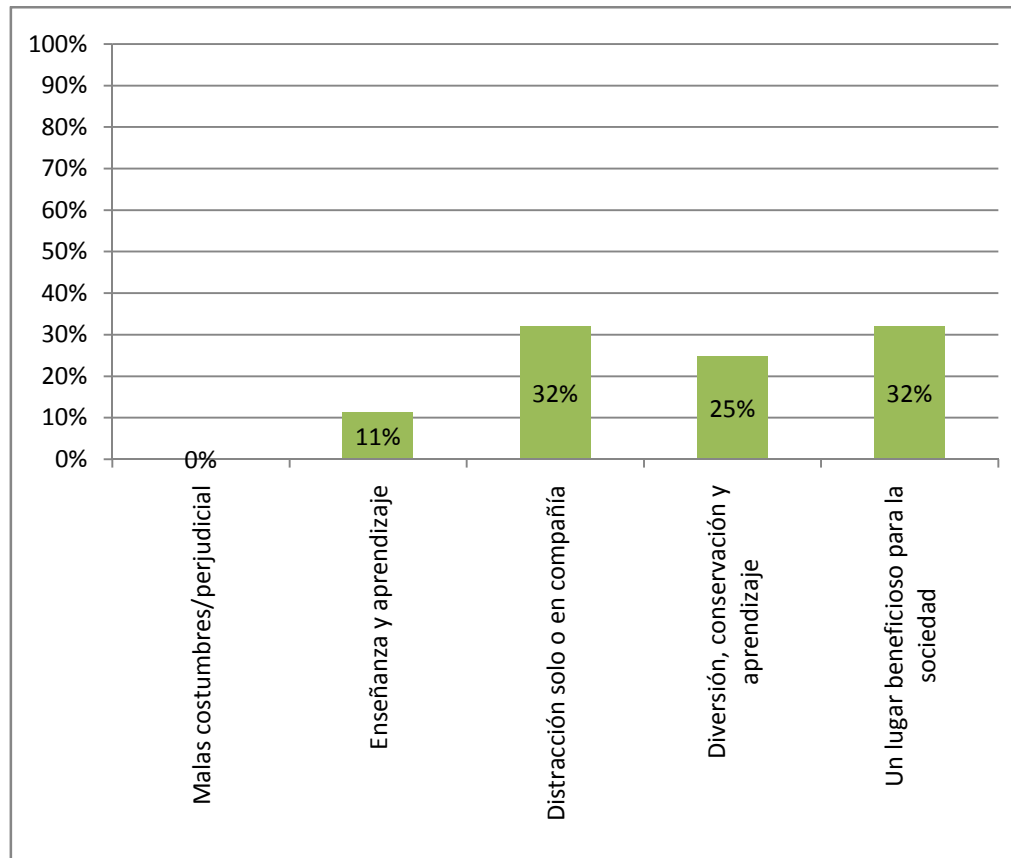


Gráfico # 11 Marque la(s) opciones que considera es un centro recreacional turístico

**Análisis:** En el gráfico se muestran los resultados sobre la opinión de los encuestados que desconocían el significado de un centro recreacional turístico en donde cada alternativa obtuvo lo siguiente: 0% un lugar donde se practica malas costumbres, 21% un lugar de enseñanza aprendizaje, 30% un lugar para la distracción solo o en compañía, 30% un lugar de diversión, conservación y aprendizaje, y el 19% un lugar beneficioso para la sociedad, las respuestas están acordes al enfoque que tiene el centro recreacional turístico concluyendo que son correctas las respuestas de los encuestados y que al llevarse a la ejecución del centro todos podrán estar informados del proceso que se estaría llevando en su

localidad e incluso esta herramienta ha servido para socializar ampliamente el proyecto con los habitantes.

9. ¿Considera Usted que la creación de Centro Recreacional Turístico en la parroquia causaría en los niños y jóvenes reacciones cómo?

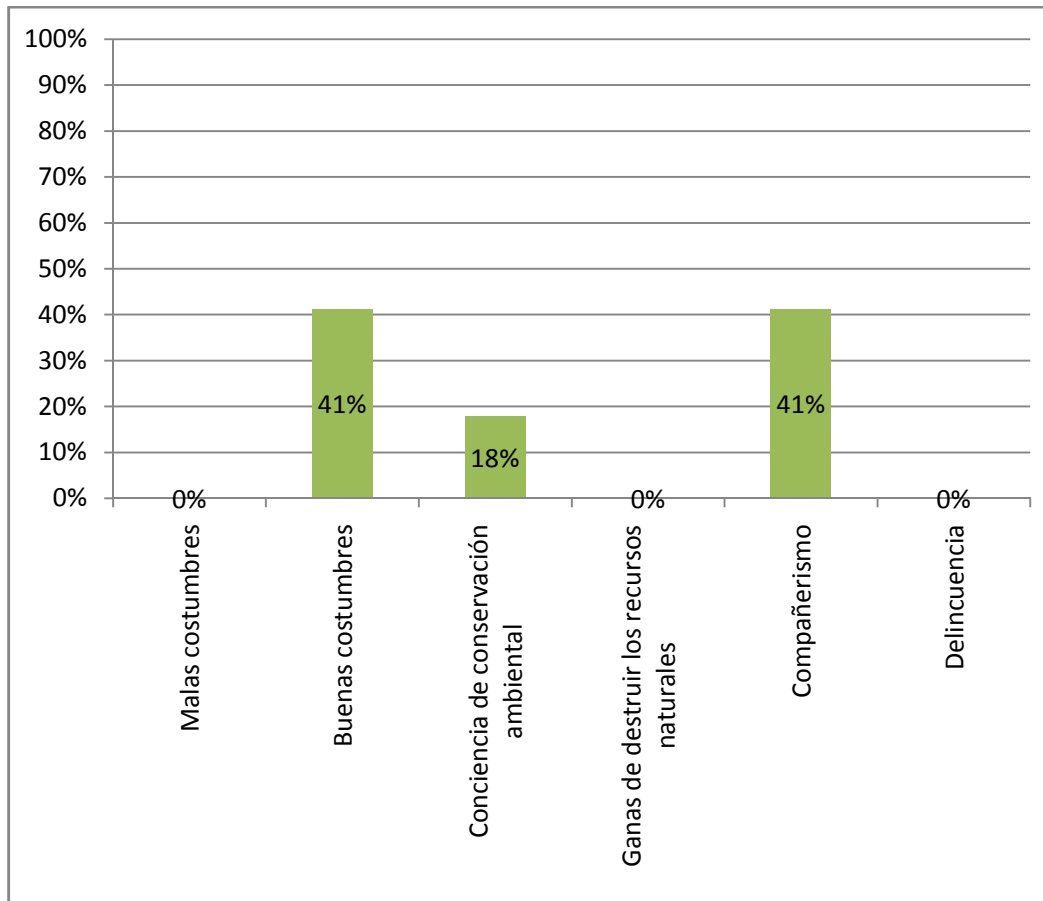


Gráfico # 12 Visión sobre las reacciones en los niños y jóvenes ante la creación del Centro Recreacional Turístico

**Análisis:** Los resultados obtenidos son altamente satisfactorios ya que el 100% de ellos están distribuidos en las opciones de aspectos positivos sobre la eventual realidad a la que se estarían enfrentando los jóvenes y niños de la comunidad ante la creación del centro recreacional turístico, claramente se inclina a los propósitos que como gestores están proponiendo, sin embargo su respuesta era la corroboración ante estos propósitos, a más que justifican que el derecho de ellos es conocer si el lugar ofrece una oportunidad de diversión más aprendizaje y motivación alejándolos de malas actividades crecientes en la sociedad de este

siglos, estando totalmente de acuerdo en su perfil de diseño ante la posible creación del establecimiento.

10. ¿Le gustaría que en la parroquia Atahualpa exista un Centro Recreacional Turístico?

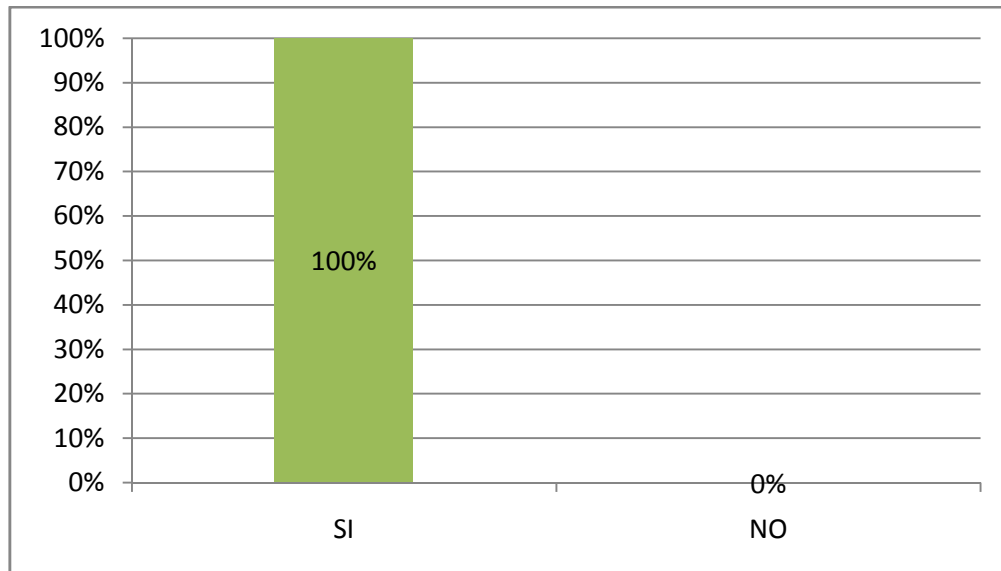


Gráfico # 13 Aceptación de la propuesta

**Análisis:** Afirmativamente las respuestas anteriores conllevan a esta pregunta cerrada pero pertinente en este caso ya que considerando la magnitud del proyecto es necesario efectuar, resultando que el 100% de los encuestados está completamente de acuerdo con que exista un centro recreacional turístico que satisfaga necesidades de distracción, y sobre todo que le dé un plus que atraiga a más personas a la localidad generando un mayor movimiento económico, diversificando la matriz actual generadora de empleo y de ingresos en las familias y negocios en general, los habitantes de la parroquia Atahualpa están totalmente de acuerdo que en su localidad se lleve a efecto y ejecución el proyecto; existen infinidad de opciones para desarrollar turísticamente una zona más aún cuando este dispone de recursos turísticos potencialmente ricos para fomentar la práctica de actividades de esta índole y es satisfactorio obtener un resultado efectivo, e incluso manifestaron como comentarios constructivos que es hora de que se empiece a innovar y trabajar para desarrollar el turismo y que incluso para ellos mismos les servirá de distracción en su tiempo libre, fines de semana, feriados o

fechas especiales y en los jóvenes influiría de forma beneficiosa ocupando su tiempo libre en actividades sanas.

11. ¿Cree Usted que si se creara el Centro Recreacional Turístico en la parroquia Atahualpa se generaría plazas de trabajo?

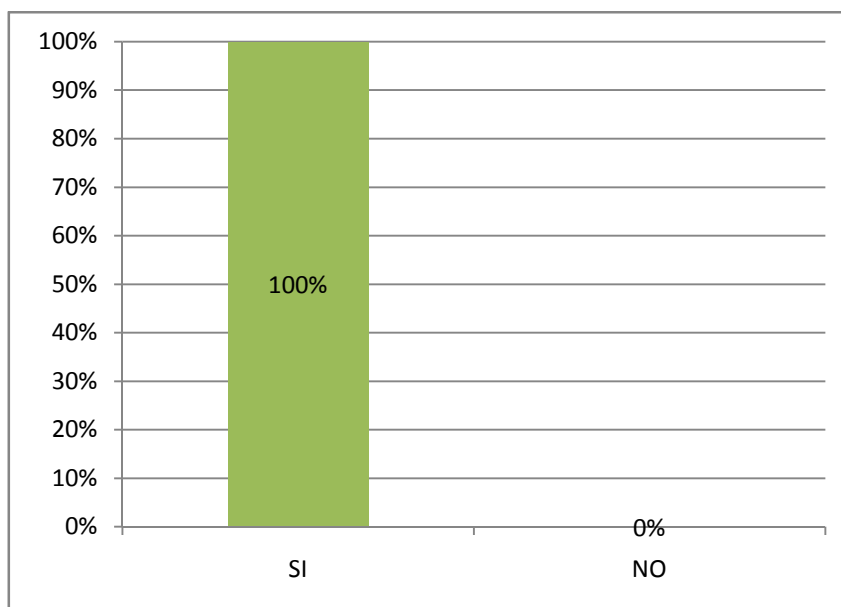


Gráfico # 14 Expectativa de empleo ante la creación del centro recreacional turístico

**Análisis:** Evidentemente los resultados afirman que la propuesta brinda la confiabilidad y esperanza de empleo o emprendimiento para los habitantes en base al desarrollo turístico que traerá el centro recreacional turístico a la localidad de Atahualpa, se demuestra como falta de diversificación de la matriz productiva y de oportunidad u oferta en cuanto a empleo dentro de la periferia los afecta, razón por la cual muchos de los moradores salen a diario o incluso se ausentan por semanas o meses enteros por ir a la capital o incluso a otras provincias a laborar con el objetivo de ayudar a sus familias y mejorar sus calidad de vida, indicador negativo que disminuiría notablemente al desarrollarse el proyecto a beneficio de las familias, a la vez que activaría otros negocios que seguramente en su proceso emplearán a otras personas aportando de esta manera a diversificar la actividad económica, aumentará los flujos de dinero y más que todo disminuirá los efectos que causa la falta de plazas de trabajo interno, generando el aumento de



indicadores positivos, rentables y sustentables para la actual y futuras generaciones.

12. ¿Le gustaría participar en el proceso de diseño e implementación del Centro Recreacional Turístico?

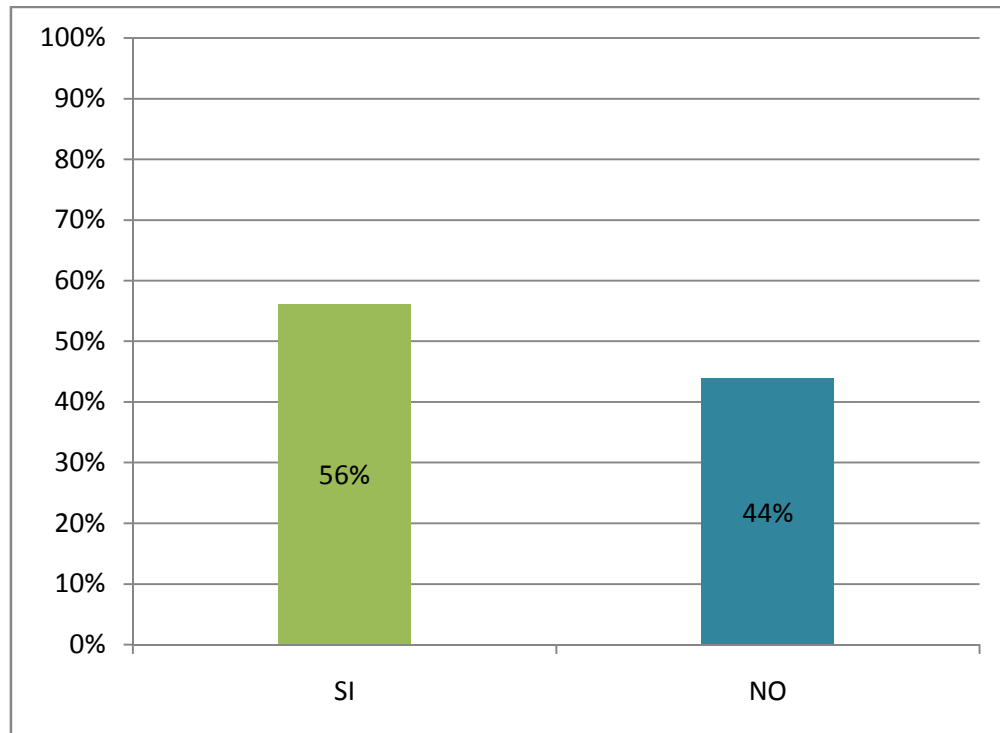


Gráfico # 15 Participación activa voluntaria

**Análisis:** Los datos resultantes de esta interrogante sobre en que les gustaría ser partícipes a los encuestados han sido de importancia para identificar la cantidad de personas que están interesadas en ser parte activa del proceso de implementación del centro y segmentar a los que solo les gustaría disfrutar de los servicios que este contenga, ya que no todos desean participar y tampoco el proyecto será capaz de emplear a todos los interesados, para lo cual se deberá crear un plan o lineamientos específicos para emplear a los más aptos sin desmerecer a los más necesitados, creando así un equilibrio y equidad para los habitantes, llenando de satisfacción a sus promotores y demás moradores y autoridades que seguramente estarán pendientes del cambio positivo que este centro recreacional turístico promete a la realidad actual de la parroquia Atahualpa, tomando en cuenta que el mismo esta sujeto a cambios que vayan

suscitándose en el proceso tanto de investigación como ejecución y operación de sus áreas y servicios.

13. ¿El aporte que Usted está dispuesto a dar sería?

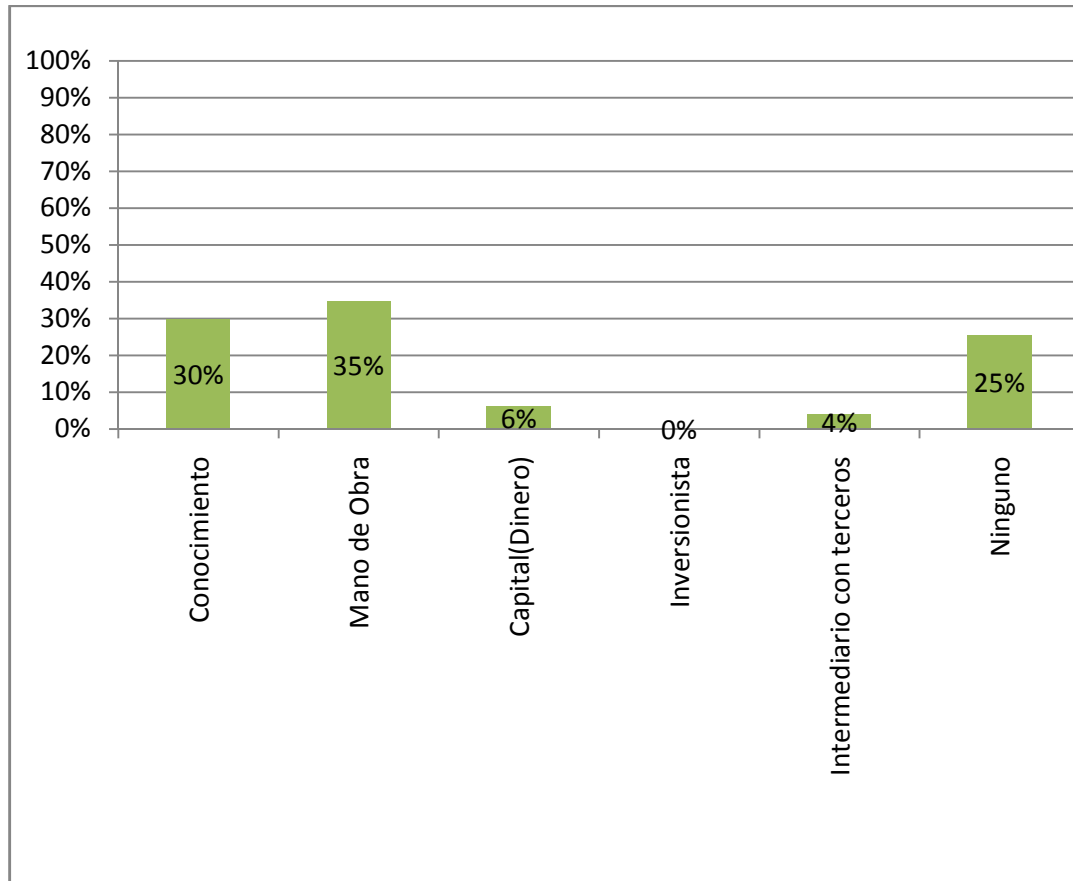


Gráfico # 16 Disponibilidad de aporte

**Análisis:** En definitiva estos resultados serán útiles secuencialmente dentro de un tiempo, no todos están en capacidad de ser partícipes, es así que 25% de ellos ha manifestado que no tienen interés en participar en el proceso de diseño y construcción, el 30% de ellos desea aportar con conocimientos sobre construcción y evidentemente el 35% equivalente a mano de obra son los que esperan ser empleados durante el tiempo que dure su construcción, aunque parezca mínimo 10% de ellos son los más importantes en la primera etapa ya que como pequeños inversionistas o intermediarios con terceros facilitarían el proceso de financiamiento del proyecto acortando significativamente los plazos que se pudieran determinar para la implementación del Centro Recreacional Turístico en

la parroquia Atahualpa en busca de mejoras en todos los sentidos a favor del beneficio de la habitantes.

14. ¿Estaría Usted dispuesto a capacitarse para trabajar como servidor turístico?

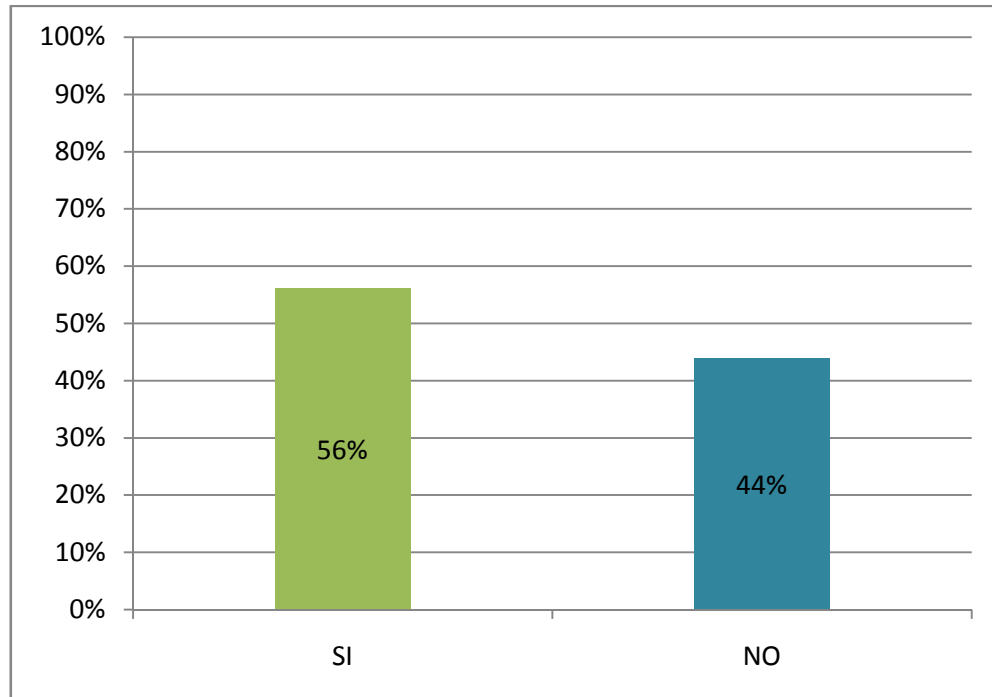


Gráfico # 17 Personas dispuestas a capacitarse

**Análisis:** Existiendo personas que tienen el interés de participar en el proceso fue preciso determinar realmente cuántos de ellos están dispuestos a poner parte de su tiempo a esta actividad que obviamente incluye capacitaciones, obteniendo que el 56% de ellos son los que realmente están con la motivación y seguridad de involucrarse en un 100% en el proyecto y acogen la propuesta como innovadora y que necesita de dedicación en todo el proceso antes, durante y después de su construcción a efecto de dar un servicio diferenciado por la calidad de servicio, la innovadora propuesta de desarrollo necesita de que sus integrantes tengan un alto índice de apoderamiento positivo que sea demostrado y palpado por los visitantes que acudirán a disfrutar de sus áreas, resultando de aquello la satisfacción esperada por parte de los administradores del centro y en especial por cada uno de los clientes que compren o consuman de este servicio e incluso si no llegase la oportunidad de emplear a todos los que se han capacitados, tendrán ellos la

capacidad de realizar sus propios emprendimientos y poner en práctica lo aprendido.

15. ¿En qué le gustaría aportar o trabajar si las actividades a desarrollar son?

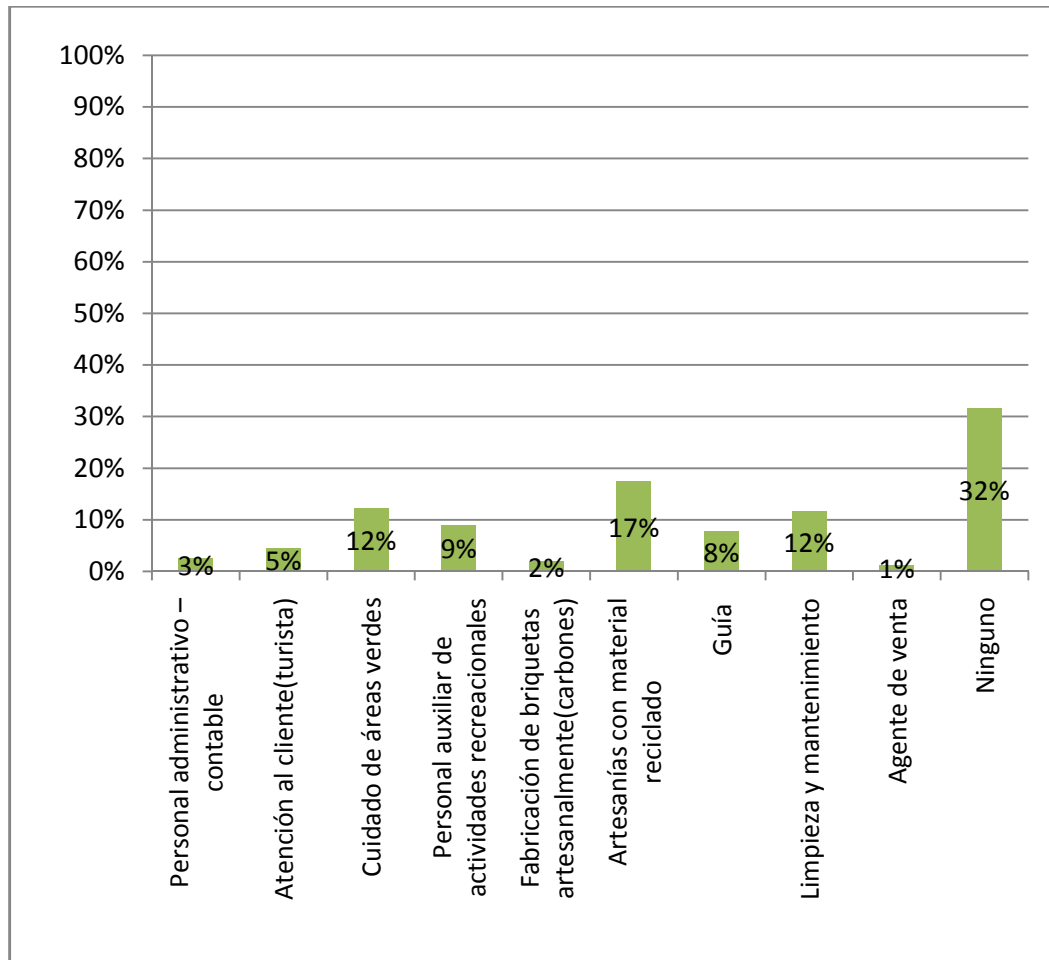


Gráfico # 18 Área a la que postularía para trabajar

**Análisis:** Los resultados obtenidos sobre la posible oportunidad de que todos ellos sean empleados ante la perspectiva real sobre sus conocimientos profesionales o empíricos fueron que aplicarían a estas opciones presentadas en porcentajes luego de sus respuestas: 3% personal administrativo, 5% atención al cliente, 12% cuidado de áreas verdes, 9% auxiliares en actividades recreacionales, 2% fabricación de briquetas, 17% elaboración de artesanías recicladas, 8% guía, 12% limpieza y mantenimiento, 1% agente de venta y un 32% de ellos no aspira a ser empleado, su participación será voluntaria hasta donde sea oportuno luego de eso no espera ninguna retribución solo disfrutar de lo logrado sintiéndose satisfecho

por haber participado en el proceso de constitución y como veedor de los cambios positivos en su localidad.

16. ¿Si se le presentara la oportunidad de poner un negocio por cuenta propia a causa del desarrollo turístico, lo aprovecharía?

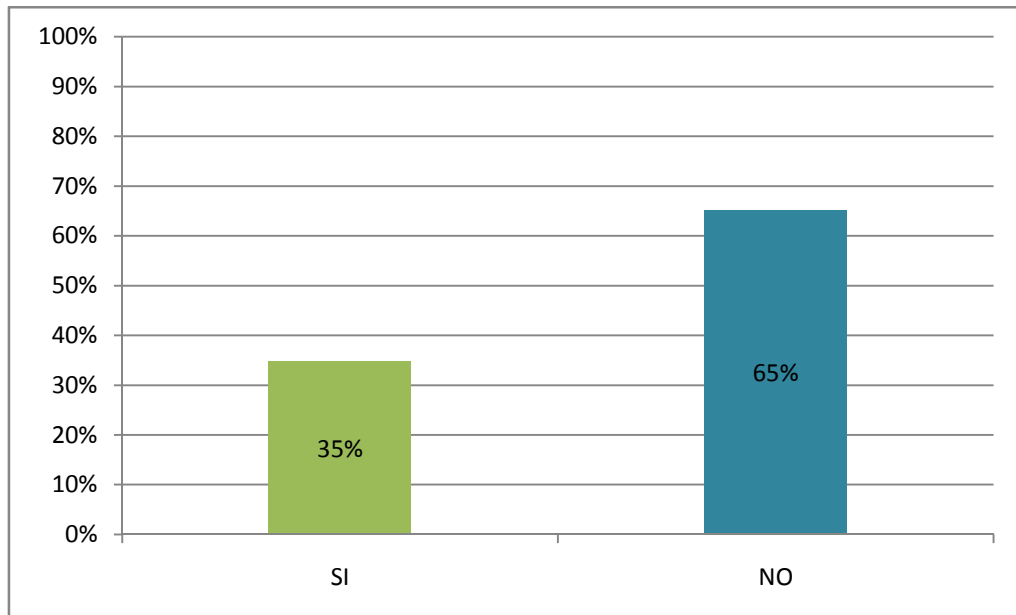


Gráfico # 19 Interés de emprendimiento de negocio

**Análisis:** En efecto el objetivo de este emprendimiento de propuesta innovadora no es solo de generar empleo interno si no activar toda la economía del sector a través de la afluencia de visitantes obteniendo un 35% favorable ante la pregunta de que se pondrían un negocio aprovechando este incremento de personas en el territorio, se deduce que este porcentaje de personas cuentan con algún tipo de ingreso considerable que les permite aspirar a ponerse un negocio, y el 65% restantes consideran que no están en las condiciones para aspirar a aquello sin embargo ven esto como un buen desarrollo en forma general para lo localidad, e incluso estas respuestas afirman que la matriz productiva se ampliaría por medio de estos pequeños emprendimientos que con su buen manejo generarían empleo sea a familiares cercanos o amigos, contribuyendo así al objetivo general de la propuesta turística para la cabecera parroquial de Atahualpa y todos sus moradores, convirtiéndose de poco a poco en una localidad más activa productivamente, generadora de empleo y con la suficiente capacidad de distribuir

bien sus ganancias aportando mejoramiento de su entorno sea familiar o desinteresado ante la comunidad.

17. ¿Si la demanda turística es alta en la parroquia Usted consideraría ponerse un negocio de?

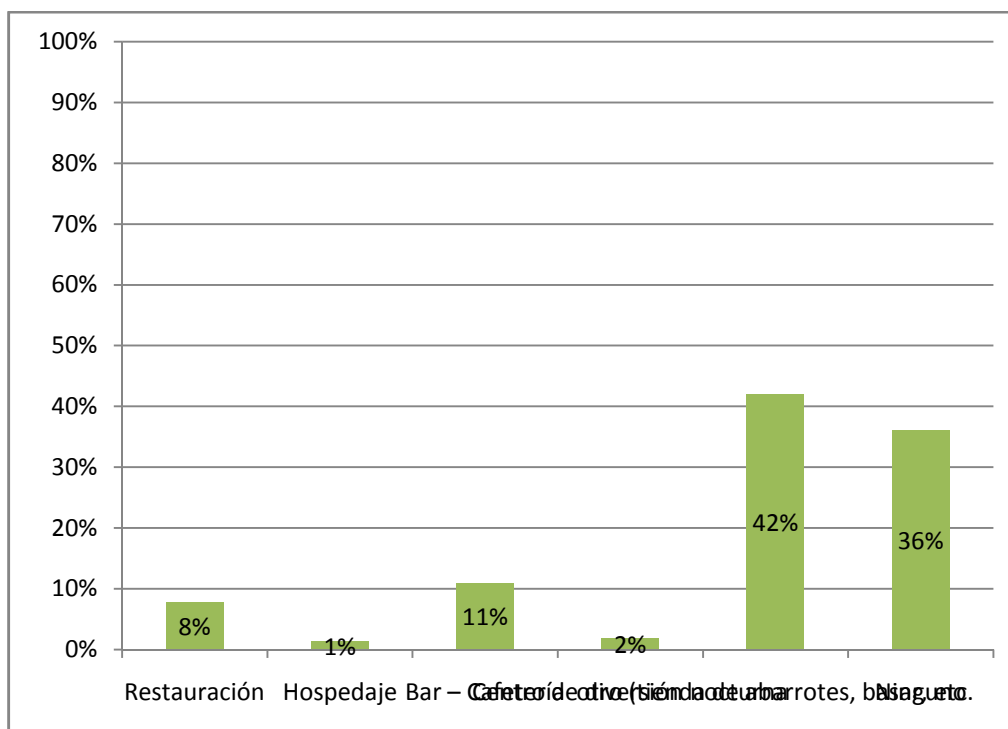


Gráfico # 20 Posibilidad de negocio

**Análisis:** Naturalmente el desarrollo turístico por medio del diseño y ejecución del centro recreacional turístico en la parroquia Atahualpa conducirá con éxito a llegar al resultado de diversificar las actividades productivas de la localidad a nivel macro, también traerá consigo una mayor afluencia de visitantes, que necesitarán de varios servicios en donde la oportunidad de emprender un negocio es tangible para sus moradores, las personas emprendedoras tienen en esta una alta probabilidad de tener superación y rentabilidad en sus negocios, mejorando sus ingresos que les permita solventar sus gastos, mejorará sus estilos de vida, crecer productivamente y ser generadores de empleo para más personas. Es realmente indispensable que la propuesta de desarrollo turístico se ponga en marcha como plan de prevención para aumentar y diversificar las actividades productivas de la parroquia Atahualpa, generando un equilibrio equitativo, promoviendo el turismo,

fortaleciendo los objetivos en su proceso y ayudando a los entes administrativos a alcanzar metas de beneficio común.

### 2.1.6.2.Resultado de las encuestas a turistas

Sexo de los encuestados

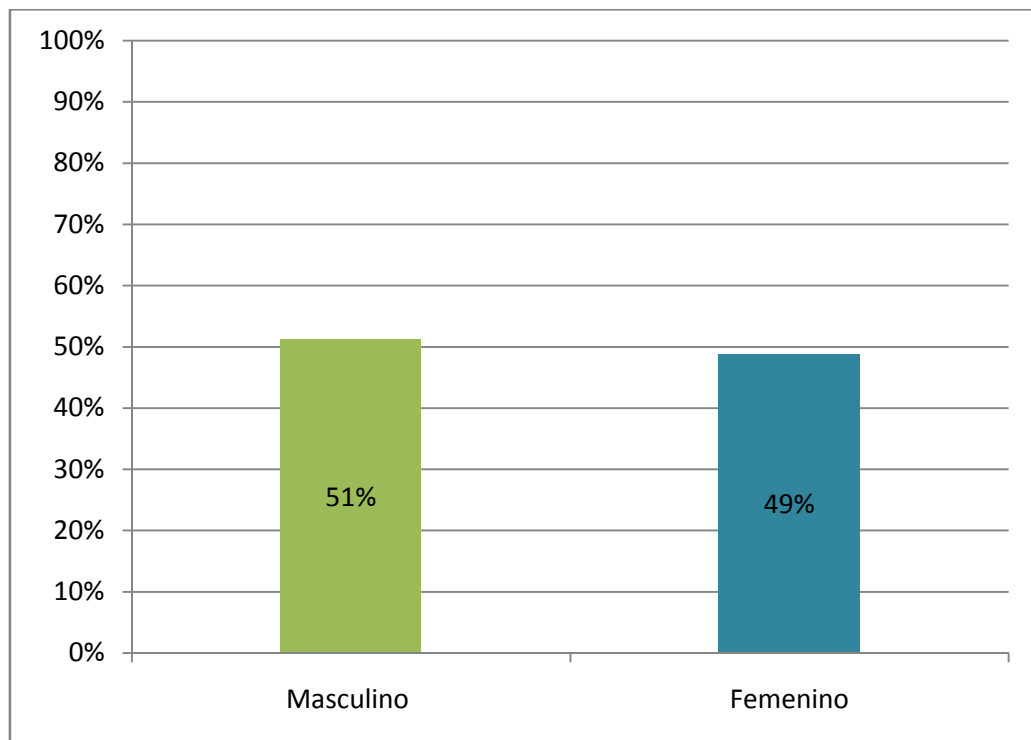


Gráfico # 21 Sexo de los turistas

**Análisis:** En el gráfico de género se observa los resultados obtenidos a través de los encuestados dando como resultado final que el 51% corresponde al sexo masculino y el 49% corresponde al sexo femenino mostrando así un equilibrio en el movimiento turístico que se tiene en la actualidad en la provincia de Santa Elena por consiguiente un equilibrio entre las posturas o aspiraciones ante la propuesta de ellos y de ellas, y así constituir una oferta para mercados mixtos en donde el centro recreacional turístico abarque todas aquellas expectativas o al menos en el transcurso del proceso valla implementándola de acuerdo a los ingresos sin perjudicar al trabajador, al visitante de recursos limitados con el objetivo de complacer en lo posible a todos incluyendo en esto a administradores y autoridades locales que se encuentran involucrados, ha efecto de que sin su

apoyo el proyecto como tal no daría inicio con satisfacción y estaría a la espera de si resultara críticamente positivo ante aquellos.

Edad de los encuestados

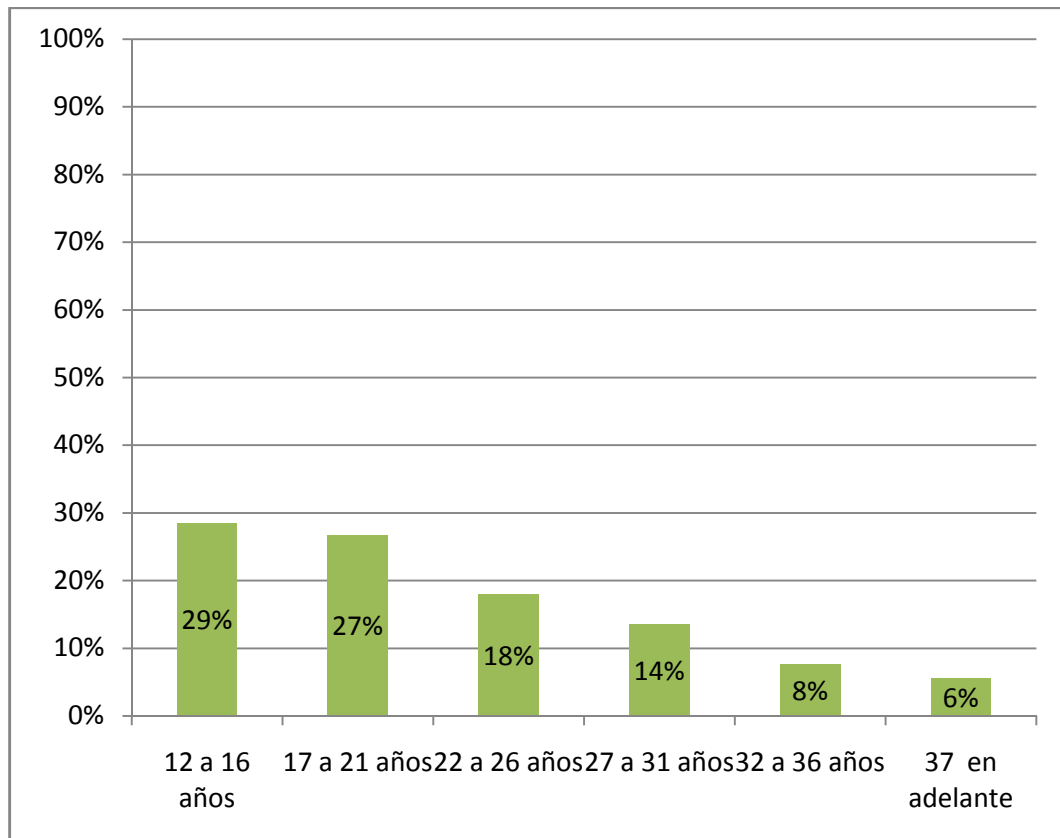


Gráfico # 22 Edad de los turistas

**Análisis:** Los datos de este gráfico muestran de forma dividida en seis segmentos de mercados y se ha podido observar los que están marcados que son los que se encuentran entre las edades de 12 a 26 años como claves y los de 27 a 31 años como potenciales, debiendo tomar en cuenta el agregar y ofertar actividades para personas que se encuentran en otros rangos de edad ya que captando a más personas se incrementa los ingresos para la empresa prestadora de servicios y aumenta el mercado que es el objetivo clave para que todo funcione como se espera, sin dejar de la lado los otros mercados que obvias razones como visión o postura del centro propone en más del 60% de sus actividades a personas de las edades ya identificadas como claves, los administradores deben cubrir todas las demandas y exigencias sin preferencias en el servicio, logrando así que la



satisfacción sea percibida por todos los consumidores que acuden al centro recreacional turístico.

Lugar de procedencia

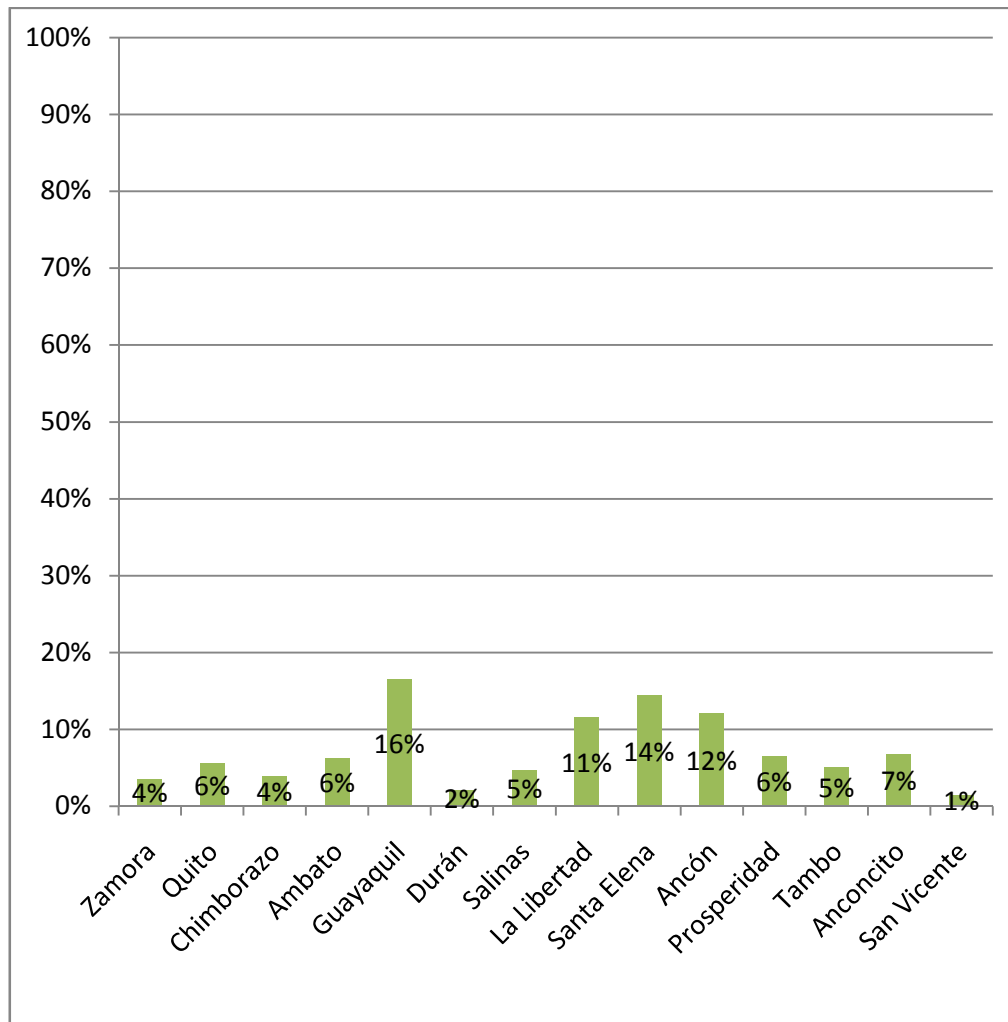


Gráfico # 23 Procedencia

**Análisis:** Las encuestas reflejaron un variado mercado que recibe la provincia de Santa Elena, todos estos porcentajes pertenecen a diferentes sitios dentro y fuera de la provincia de Santa Elena en donde parte del porcentaje de ellos son estudiantes, debido a que la propuesta busca que ellos consuman el servicio cotidianamente manteniéndolo al centro recreacional turístico en el mercado, equilibrando gastos, pago de empleados, conservación de las instalaciones y cumplimiento del compromiso social con la comunidad Atahualpense y sus

autoridades en temas como aporte al desarrollo de otras áreas o actividades de beneficio común.

**1. Ud. realiza su viaje:**

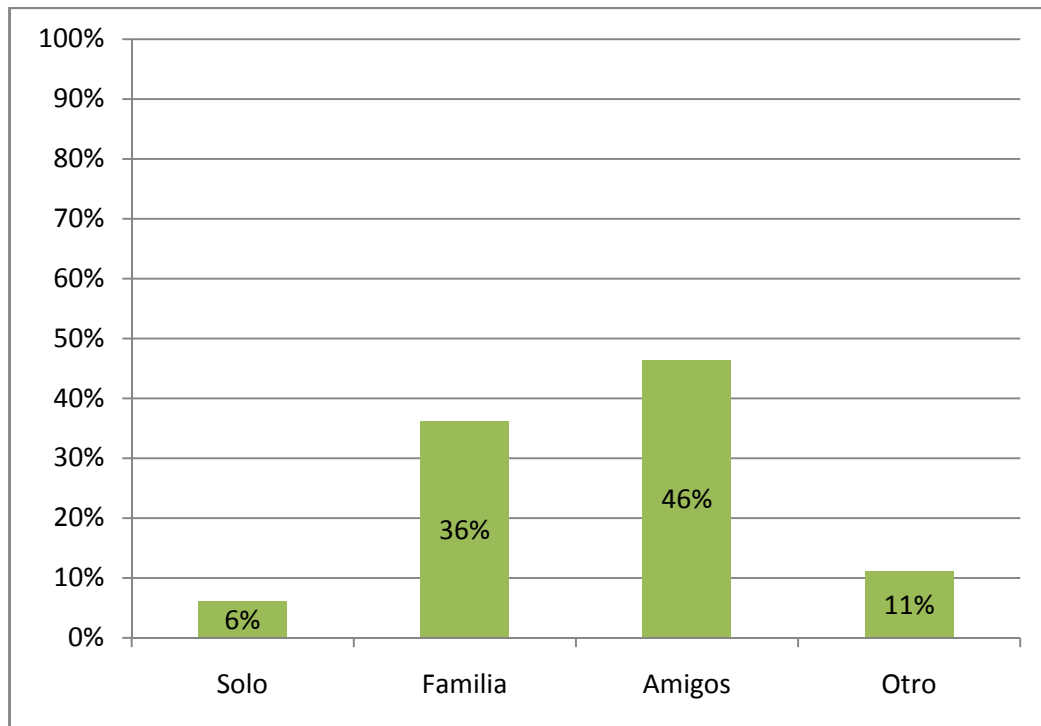


Gráfico # 24 Ud. realiza su viaje

**Análisis:** Más del 80% de los encuestados afirmaron que viajan en compañía de familia y amigos evidenciando que el proyecto tendrá como efecto la acogida pretendida, llevando a que la oferta del centro recreacional turístico tenga una amplia gama de actividades que satisfagan las necesidades del mercado identificado como clave, todos los posibles consumidores deben ser tomados en cuenta al momento de proponer y realizar el planteamiento del diseño y servicios o actividades a ofrecer, teniendo en cuenta que el fin que tiene el centro recreacional turístico no es solamente satisfacer necesidades internas de ingresos si no aportar a que los visitantes que llegan a consumir sus servicios se encuentren totalmente satisfechos, en cuanto a los que realizan sus viajes de forma individual a integrarse a otros grupos con afinidades similares aumentando sus nexos de amistad que seguramente conservaran con el tiempo e incluso el centro podría convertirse el sitio de encuentro beneficiando al establecimiento generando una

fidelidad gratificante para los administradores y autoridades que esperan que el proyecto aporte al desarrollo de otras áreas.

**2. ¿Ha visitado Ud. la parroquia Atahualpa, cantón Santa Elena provincia de Santa Elena?**

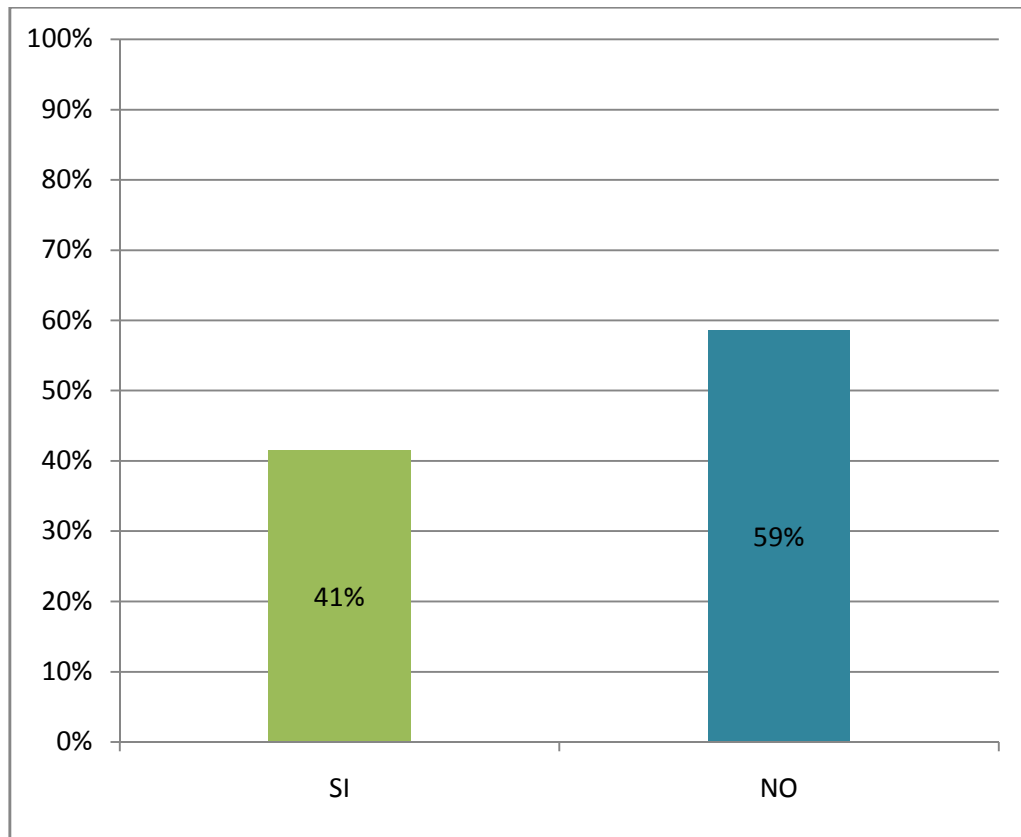


Gráfico # 25 Ha visitado Ud. la parroquia Atahualpa, cantón Santa Elena provincia de Santa Elena

**Análisis:** Prácticamente el gráfico estadístico refleja que el 41% de los encuestados conoce la ubicación o actividades que se desarrollan en esta localidad, y un 59% de esta población escogida desconoce datos sobre ella habiendo aquí una desventaja pero no totalmente negativa ya que la información que ellos revieron fue positiva sin alterar la realidad, obviamente motivando la visita posteriormente, el objetivo de esta pregunta fue identificar qué porcentaje de personas que llegarían fácilmente al sitio y de acuerdo a sus perspectivas anteriores animarse a realizar otra visita con el ánimo de distracción familiar y

consumir diferentes servicios dentro y fuera del centro recreacional turístico, cumplimiento así el rol de promocionar no solo las actividades y áreas internas.

### 3. ¿Le gustaría visitar un Centro Recreacional Turístico en la parroquia Atahualpa cantón Santa Elena?

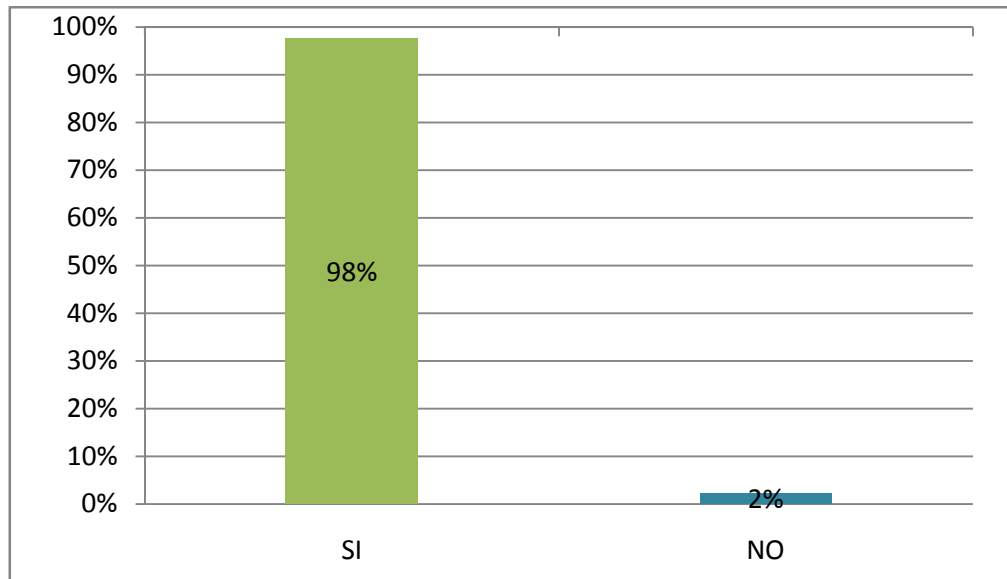


Gráfico # 26 Le gustaría visitar un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa Cantón Santa Elena

**Análisis:** El gráfico refleja un 98% de encuestados dispuestos a desplazarse hasta la localidad de Atahualpa para visitar el centro recreacional turístico, respuestas de índole satisfactorio y prometedor para alcanzar los índices de utilidad esperados por la empresa, aunque no está de más tomar acciones para identificar porque cierta parte de la muestra consideró no gustarle la idea de visitar el centro recreacional turístico en la parroquia Atahualpa, puede estar ligado a problemas ajenos a la propuesta que afectaría a la misma si no se logra redimir el posible indicador, acciones que deben priorizarse en el nivel administrativo de la organización con acciones de marketing con mejoramiento de imagen y una campaña promocional de la localidad de Atahualpa logrando que todos tengan buena información de la parroquia, información que debe someterse a criterios de honestidad ya que una mala difusión de datos decepcionaría por completo a los visitantes así no les interese mucho sobre si consumirá o no tal servicio promocionado, es cuestión de ética profesional que los gestores y la comunidad

deba manejar para atraer personas fieles a su atractivos y establecimientos existentes.

#### 4. ¿Qué áreas le gustaría encontrar en el centro recreacional turístico?

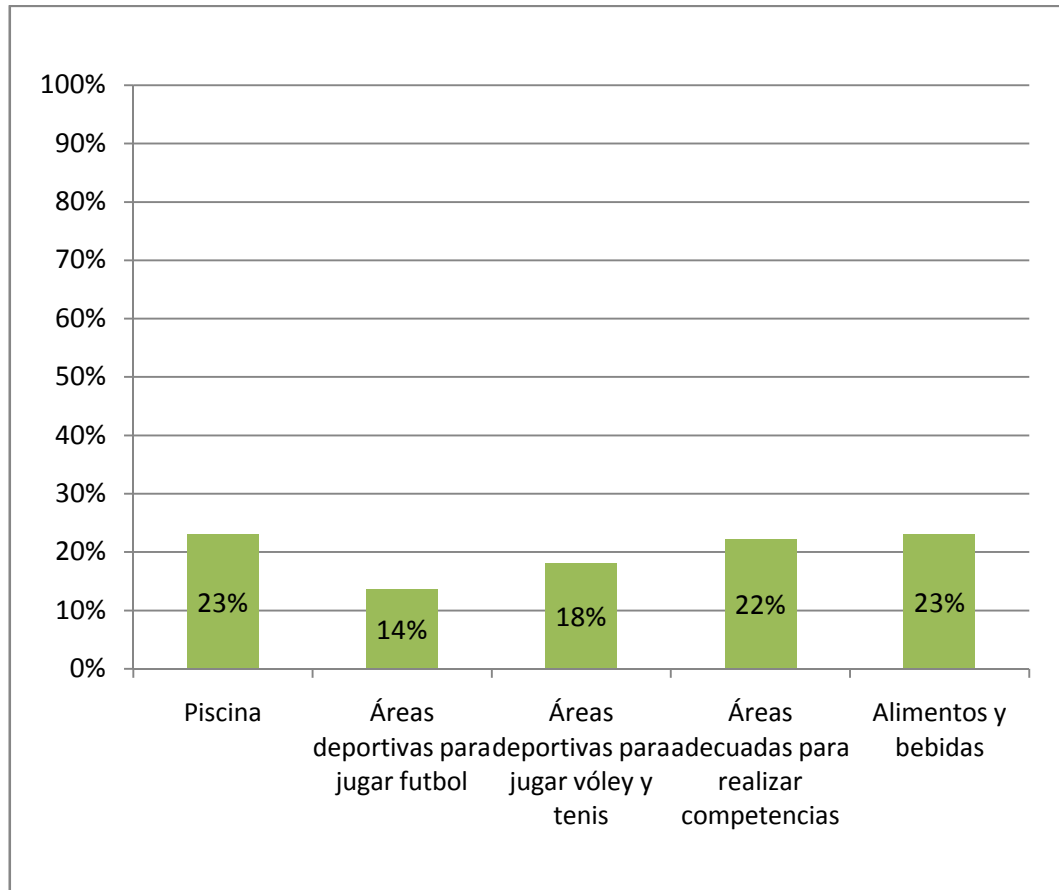


Gráfico # 27 Que le gustaría que exista en el centro recreacional turístico

**Análisis:** En efecto el centro recreacional turístico tiene dentro de sus perspectivas de planificación muchas áreas que en la localidad no existen, pero esto no quiere decir que todas son aplicables para el mercado identificado por tal razón los datos porcentuales obtenidos marcan la prioridad de ellos y el orden en que se pueden ir implementado de acuerdo a la rentabilidad del mismo, estos prospectos aportaran en definitiva a que las personas que visiten el centro escojan en que emplear su tiempo y así la estancia solo sea placentera, dando pie a que este luego de su partida tenga en la mente la posibilidad de regresar e incluso a su retorno invitar a más personas al lugar, acción que en todo sentido será de beneficio para el centro

recreacional, para los autoridades y para pequeños emprendedores que inician en la actividad turística u otro a causa de la afluencia de personas a la localidad.

### 5. ¿Qué le gustaría realizar en el Centro Recreacional Turístico?

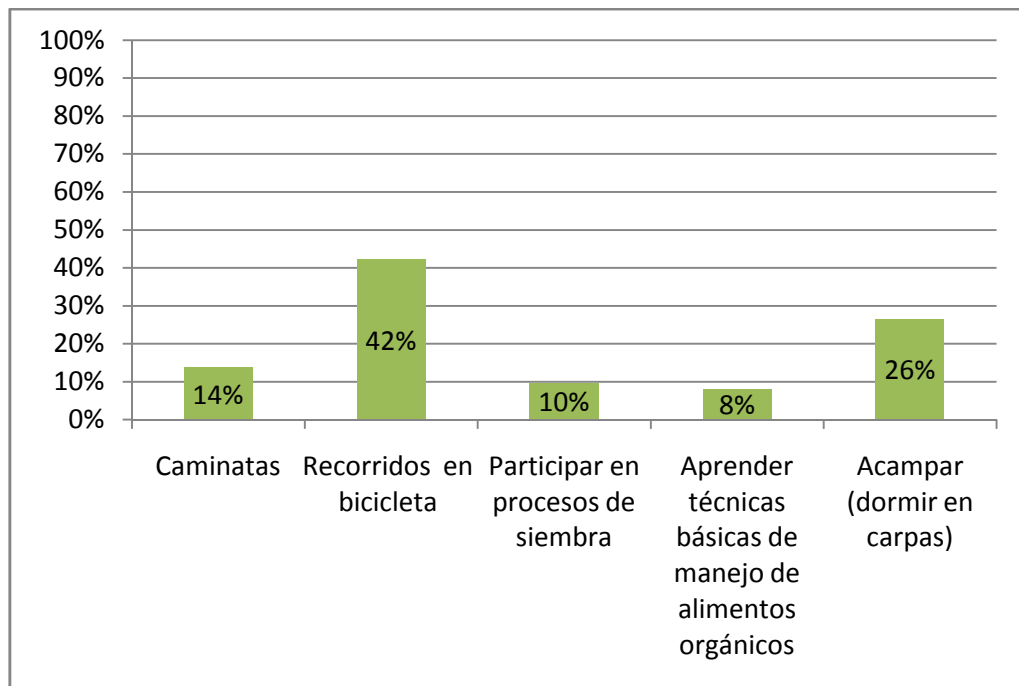


Gráfico # 28 Qué le gustaría realizar en el Centro Recreacional Turístico

**Análisis:** Existe una mayor tendencia hacia dos de las 5 opciones de respuesta ante esta interrogante, en donde es posible afirmar que más del 65% de los encuestados aspira que en el centro se puedan practicar actividades en relación al deporte y dormir en carpas, algo fuera de la rutina común de realizar un viaje, claro está que la tendencia de la futura demanda es activa e implica esfuerzo físico, relacionarse entre grupos numerosos que como resultado se refleja en ingresos económicos y reconocimiento de la parroquia Atahualpa como destino turístico de la zona sur del cantón Santa Elena, al existir personas interesadas en practicar estas actividades deportivas como entretenimiento o rutina semanal el movimiento económico reflejará un punto de equilibrio satisfactorio en cuanto a rentabilidad, a más que el producto se enmarca como un establecimiento no estacional es decir que la constancia y permanencia en el mercado contribuirá a que los beneficios sean acumulados e invertidos en mejora del centro, entorno

inmediato o en obras a beneficio de los pobladores de la parroquia Atahualpa tomando en cuenta que para mantener la demanda debe existir innovación en cuanto a promociones u otros.

**6. ¿Marque la o las actividades en que le gustaría competir?**

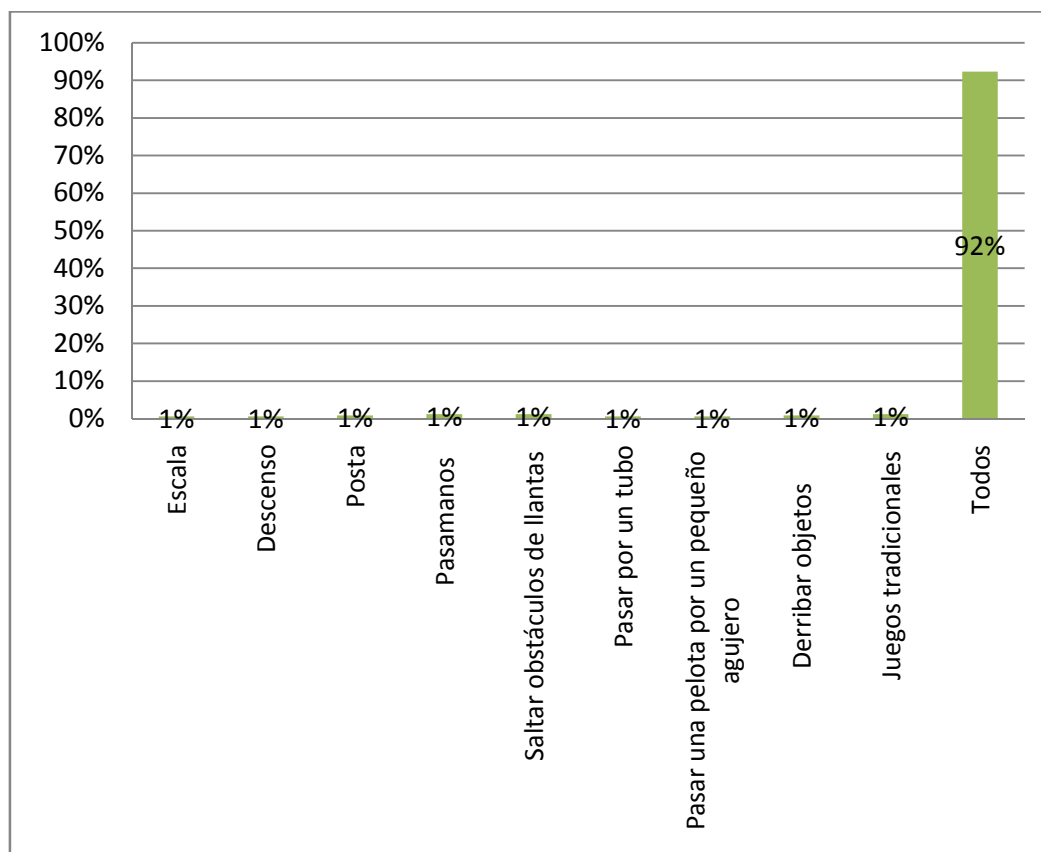


Gráfico # 29 actividades en que le gustaría competir

**Análisis:** El mayor porcentaje de las personas ha manifestado que les gustaría practicar todas las actividades de competencia lo cual es satisfactorio para la propuesta indicando que se debe tener en perfecto estado estas áreas; estas actividades promueven el deporte, la salud corporal y la comunicación, facilitando la relación entre las personas y sobre todo son actividades que incitan a una visita rutinaria diaria, semanal o mensual que mantiene el equilibrio en ventas para el establecimiento turístico, el personal empleado sería fijo manteniendo las mismas plazas de trabajo, aportando así a conservar el sustento de las familias de los trabajadores, y una regularidad en ventas de negocios de fuera a disposición del público, en conjunto todas las áreas y actividades buscan crear fidelidad,

promover un turismo innovador con turistas responsables con el sitio y personas de la parroquia logrando que el centro turístico sea la actividad que diversifique la matriz productiva de la localidad.

### 7. ¿Cuánto tiempo permanecería en el Centro Recreacional Turístico?

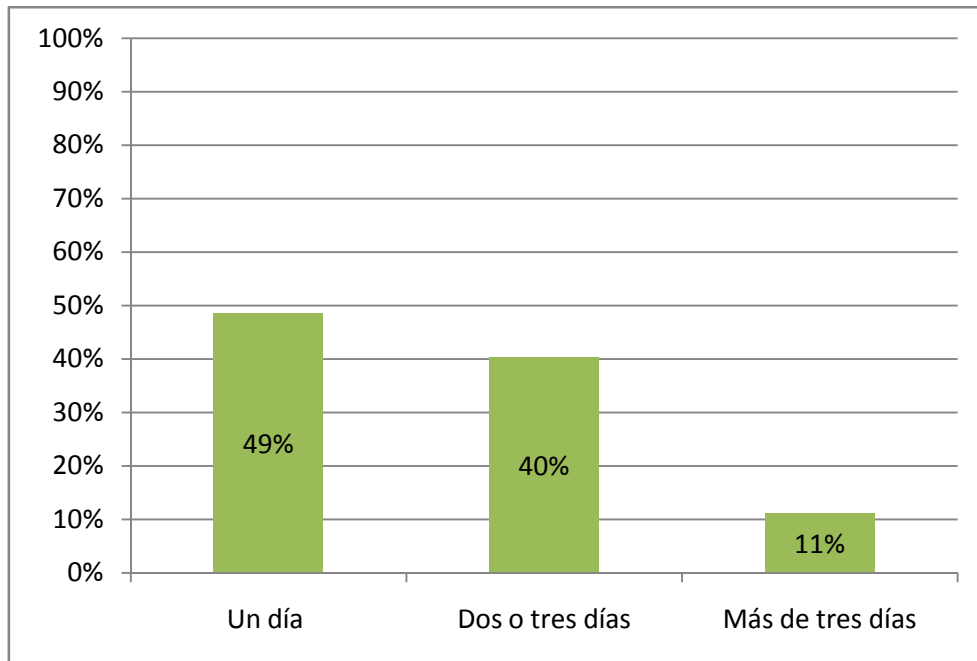


Gráfico # 30 Cuánto tiempo permanecería en el Centro Recreacional Turístico

**Análisis:** En efecto el gráfico refleja que un 49%, casi la mitad de los encuestados consideran la opción de realizar una visita de un día con la perspectiva de regresar o pernoctar solo por un día, justificado en relación a la procedencia de ellos, que por lo general son jóvenes entre menores y mayores de edad que buscan la distracción después del estrés por estudios, trabajo u otros, el mercado de turistas correspondiente al 40% restante distribuido entre dos opciones son los de mayor importancia en cuanto a enganche ya que para ellos se debe diseñar un paquete atractivo para que su tiempo sea aprovechado al máximo a más de que ellos consumirán todos los servicios, cabe mencionar que entre los encuestados que escogieron esta opción manifestaron que por lo general compran un paquete todo incluido y que viajan en familia o en grupo de amigos llegando a la determinación que para este porcentaje de turistas se debe realizar paquetes turísticos con actividades diversas y de ser necesario realizar alianzas con otros atractivos de la



provincia y en lo posible que estén ubicados en la zona sur de la provincia para no salir de la visión general que es posicionar a la zona sur como un punto preferencial.

### 8. ¿Le gustaría que en el Centro Recreacional Turístico le enseñaran?

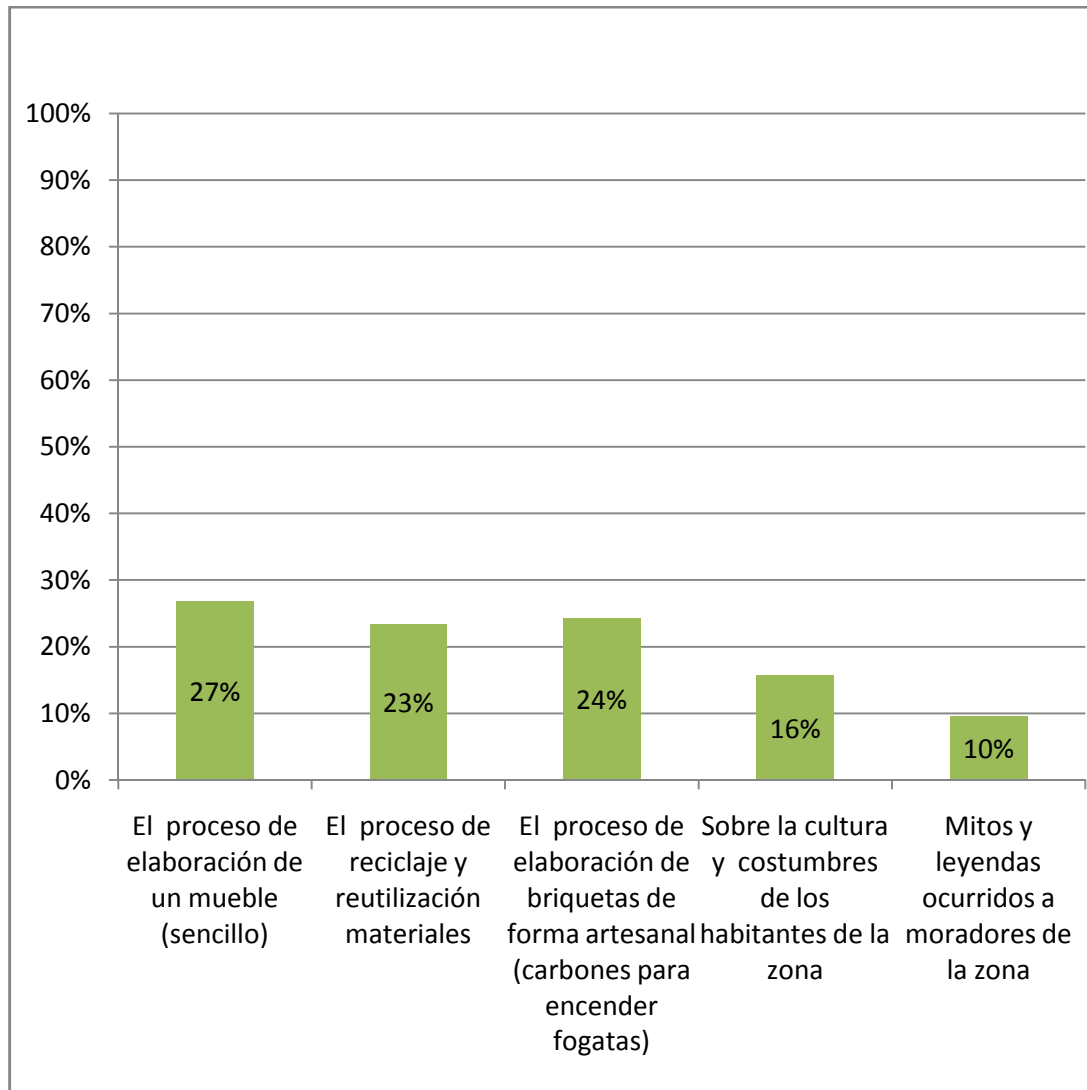


Gráfico # 31 que le gustaría que en el Centro Recreacional Turístico le enseñaran

**Análisis:** Las actividades que los visitantes desean practicar en el centro recreacional turístico en la parroquia Atahualpa según los datos obtenidos son distribuidos de la siguiente manera, 27% desea saber sobre el proceso de elaboración de un mueble (sencillo), 23% practicar y realizar artesanías con material reciclado, 24% conocer sobre la elaboración de briquetas, 16% conocer

sobre cultura-costumbre y tradiciones de la zona, 10% conocer sobre mitos y leyendas, en definitiva estos datos direccionan la propuesta a gusto de los consumidores futuros.

### 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Centro Recreacional Turístico?

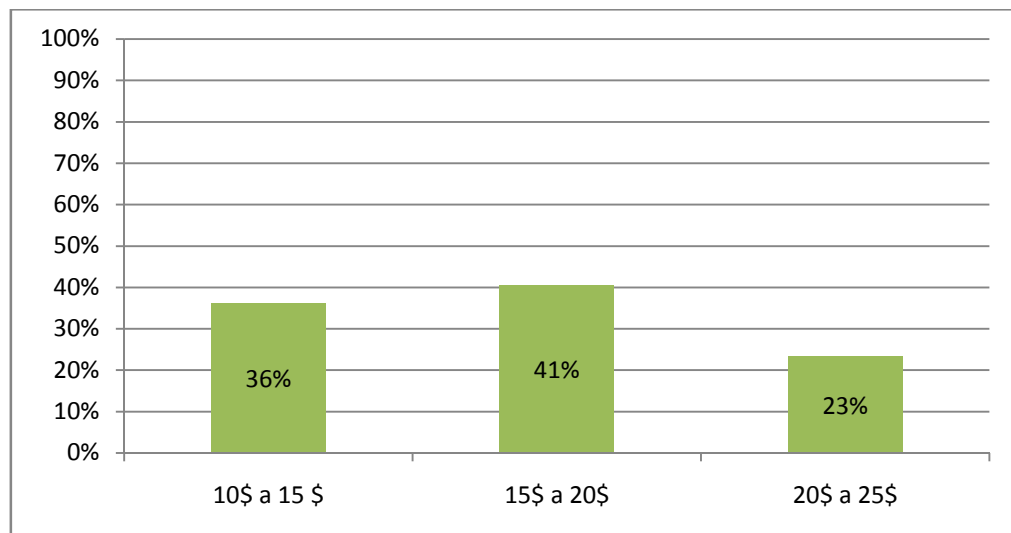


Gráfico # 32 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Centro Recreacional Turístico

**Análisis:** Se evidencia que 20% más que la mitad de los encuestados con una variación del 5% entre estas dos primeras opciones están dispuestos a pagar por los servicios del centro recreacional turístico por noche un valor de 10,00 a 20,00 dólares, valor significativo y aceptable para la rentabilidad del negocio, y cubrimiento de gastos fijos, es factible que para mayor comodidad de los turistas se utilice una tabla de precios para cada área del atractivo para que todos tengan la oportunidad de asistir al centro para disfrutar de uno o varios servicios, atendiendo con esto los mercados estudiantiles de la parroquia y de sectores cercanos. Como es de conocimiento general la propuesta tiene mercados identificados que son visitantes provinciales que incluyen como clave a estudiantes y jóvenes, razón por la cual la mayor cantidad de actividades están direccionadas a atender a este grupo de individuos, en donde conseguir cubrir sus demandas se traduce en fidelidad y esto en ingresos para el centro recreacional y la comunidad receptora de estos visitantes motivados por conocer y divertirse en un ambiente armónico, donde el

gasto que ellos invertirían para salir de la rutina es mínimo ya que no tendrían que gastar en traslado ni hospedaje, al no ser que por algún tipo de convivencia o integración decidan hacer uso del camping o la casa de hospedaje.

**10. ¿En qué mes del año le gustaría visitar el Centro Recreacional Turístico?**

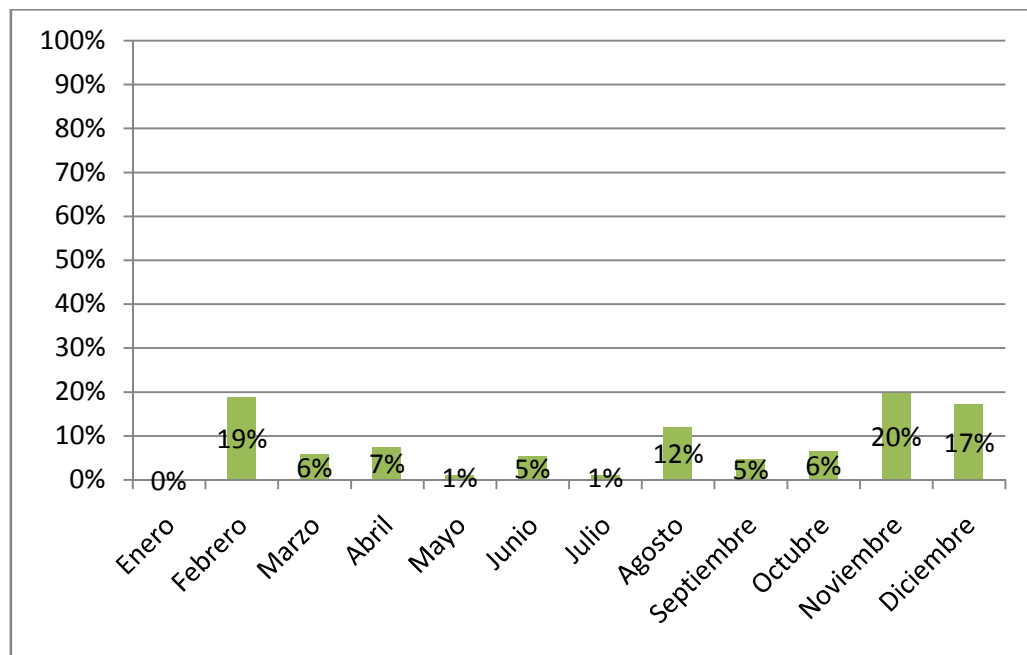


Gráfico # 33 Mes del año le gustaría visitar el Centro Recreacional Turístico

**Análisis:** Para efecto de organización de tiempos en lapsos calculados en años fue de utilidad identificar en que meses podría el centro estar recibiendo una demanda considerablemente alta, así planificar actividades adicionales si el caso lo ameritara, de la misma forma con estos datos se debe estimar un tiempo oportuno para dar un buen mantenimiento a cada una de las áreas que según los datos de la tabla podrían ser en los meses de enero, mayo o julio. La organización de los dirigentes del centro recreacional debe ser la optimización del tiempo, es decir para estas fechas es recomendable que planifiquen vacaciones para empleados, si las condiciones presentadas dan para reinvertir en ciertas áreas estos meses serían los más oportunos debido a que no perturbaría el descanso de nadie de los visitantes y temporalmente daría empleo a más personas que son las que se encargarían de hacer estos cambios o mantenimientos durante el tiempo previsto,

gracias a esta información en primera instancia ya con el tiempo de funcionamiento debe ajustarse a la base de datos que el centro tiene al año no siempre se presentarán los mismos fenómenos ni las mismas necesidades.

### 11. ¿Con qué frecuencia visitaría el Centro Recreacional Turístico?

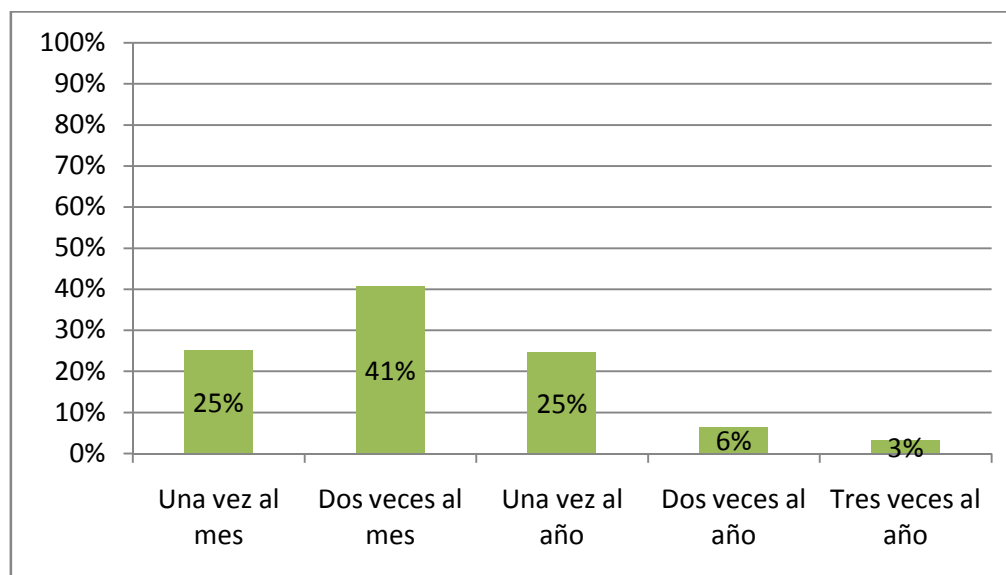


Gráfico # 34 Frecuencia de visita al Centro Recreacional Turístico

**Análisis:** La frecuencia de los turistas al visitar el centro recreacional turístico es hipotética, pero de acuerdo a los datos podría decirse que ellos realizan sus viajes una vez al mes 25%, dos veces al mes 41%, una vez al año 25%, dos veces al año 6% y tres veces al año el 3% de los encuestados. Tomando en cuenta esta información y la posible motivación de ellos en visitar el centro recreacional, sabiendo que su visita no será rutinaria el servicio y la percepción de la calidad debe conseguirse desde el momento en que el visitante llega para de esta manera obtener de ellos la fidelidad e incluso convertirlos en promotores de más visitas, como es la ley del marketing un turista bien atendido vale por más, toda actividad bien planificada sin la intención de exagerar es contribución al objetivo general del centro recreacional turístico y la visión general sobre la parroquia Atahualpa que es ubicarla como un referente de desarrollo turístico en la zona sur del cantón Santa Elena, los turistas son la base para el centro por tal razón la tabla en general ayuda a determinar el movimiento planificado de ellos, es real que el hecho de que viajen todos los meses no quiere decir que acudirán siempre al centro para esto la

base de datos será útil ya que constantemente sin causar molestia se mantendrá informado sobre eventos especiales, descuentos, u otras ofertas que mantengan el sitio en la memoria de ellos.

**12. ¿Cuál cree que será la predisposición de sus padres (en caso de ser menor de edad), para realizar el viaje al Centro Recreacional Turístico?**

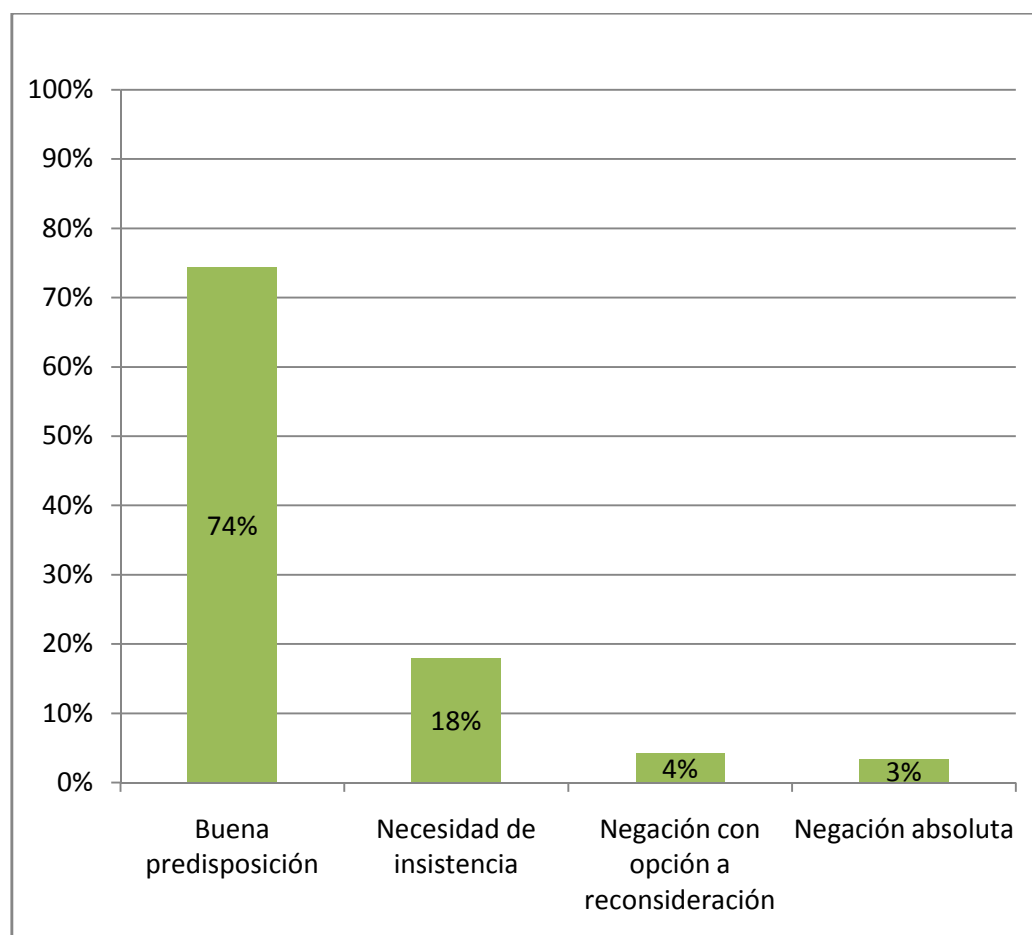


Gráfico # 35 Predisposición en caso de ser menor de edad para realizar la visita

**Análisis:** Más del 70% de los menores de edad encuestados dieron una respuesta favorable a esta pregunta, acción que es favorable para la empresa sabiendo estos datos y entre otras cosas se deben aprovechar este vínculo para atraer a sus familias y promocionar los atractivos de la localidad mejorando progresivamente los ingresos, plazas de trabajo entre otros indicadores de desarrollo, además que su constante visita hará que el centro pueda cumplir con obligaciones internas y con el compromiso social asumido al momento de escoger a esta localidad como

destino a desarrollar la actividad turística, viendo posteriormente los resultados en la satisfacción de los habitantes de la parroquia Atahualpa reflejado también en la percepción de los visitantes y personas aledañas al sector.

**13. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el Centro Recreacional Turístico?**

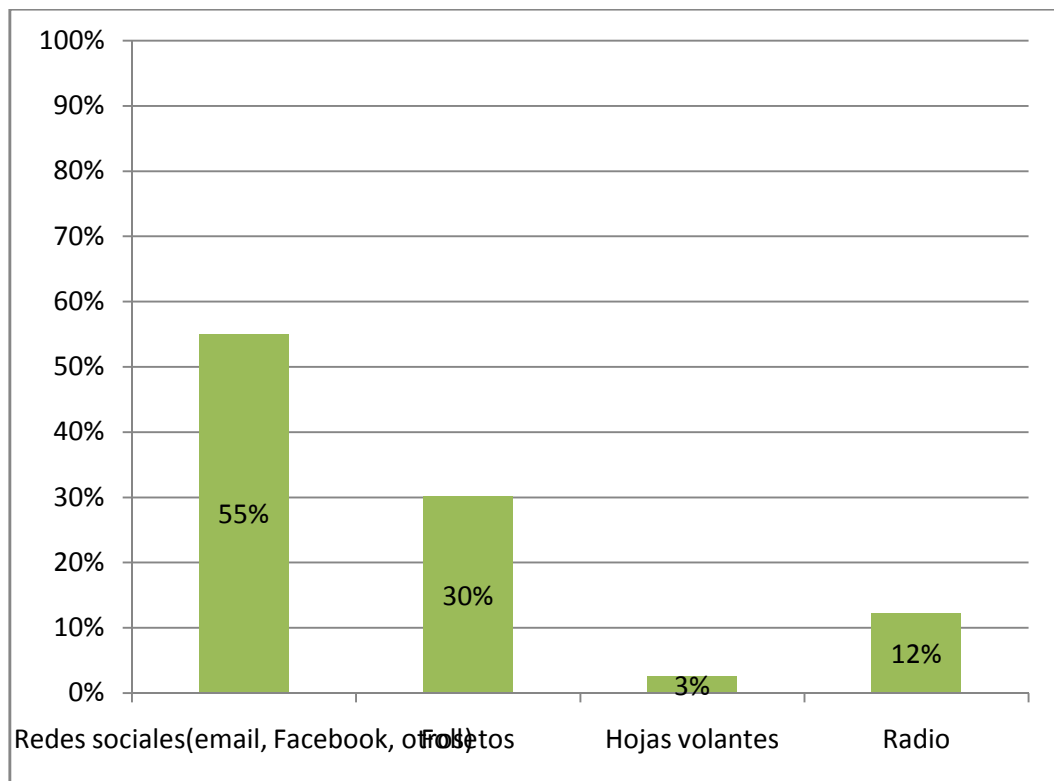


Gráfico # 36 Medio en el que le gustaría recibir información sobre el Centro Recreacional Turístico

**Análisis:** El medio que mayor porcentaje tuvo fue la red social como por ejemplo Facebook y el correo directo, indicador que beneficia a la empresa ya que es el medio más económico y en donde la mayoría de las personas se comunica a diario, lo cual también facilita el intercambio de opiniones, envíos de datos, paquetes sobre el centro y también extraer información que sirva para retroalimentar ciertas falencias que se puedan detectar en la empresa a través de estos medios de comunicación multitudinariamente usados en la actualidad como medio de comunicación y promoción.

### 2.1.6.3. Entrevista a autoridades

Para efecto de comunicar, socializar, y encontrar sugerencias sobre el tema o definir la percepción del proyecto Centro Recreacional Turístico en la parroquia Atahualpa se identificaron los actores que están de alguna forma relacionados con el campo turístico y con la localidad en estudio para posteriormente entrevistarlos, La aplicación de estas entrevistas se realizaron los días 4 y 5 de agosto del año 2014 y a las autoridades locales los días 29 y 30 de agosto del mismo año; en la siguiente tabla se muestran dichas autoridades:

#	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN A LA QUE PERTENECE
1	Paulina León Castro	Analista de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos	Ministerio de Turismo
2	Douglas Dillon	Gerente de EMOTURISMO	Municipio de Santa Elena – EMUTURISMO
3	Mercedes Guerra Secaira	Jefe de Turismo, Cultura y Patrimonio	GAD Provincial de Santa Elena – Prefectura

Tabla # 4 Autoridades provinciales

#	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN A LA QUE PERTENECE
1	Celso Soriano Clemente	Presidente de la Parroquia Atahualpa	GAD Atahualpa

Tabla # 5 Autoridades locales

Luego del análisis de las respuestas obtenidas a través de las preguntas de las entrevistas a representantes de diferentes organizaciones, en donde el objetivo central de este estudio fue conocer el nivel de aceptación e interés de autoridades ante la propuesta de **“Diseño de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa, Cantón y Provincia de Santa Elena año 2014”** para fomentar el turismo y tener un mejor desarrollo socioeconómico a través de la actividad, se concretaron varias ideas para el planeamiento posterior.

La totalidad de los entrevistados respondieron que los habitantes no solo se deben dedicar a una sola actividad, porque existen otras habilidades que pueden ser trabajadas para ser productivas, y que habiendo varias alternativas de desarrollo en la zona no deberían limitarse a solo la fabricación de muebles, dando pie a que si existieran nuevas opciones se daría apertura por parte de las autoridades. En su mayoría todos los dirigentes de las diferentes instituciones se inclinaron de forma afirmativa de que la parroquia Atahualpa puede desarrollarse turísticamente debido a que cuenta con atractivos naturales como la playa que sabiéndola aprovechar se promocionaría de mejor forma el turismo y que los muebles y artesanías hacen parte del atractivo cultural.

Fue realmente satisfactorio saber la postura de las autoridades en cuanto a agregar en su planificación planes a beneficio del desarrollo turístico en la localidad de Atahualpa, esto es beneficioso e incluso el presidente de la parroquia manifestó que ya se tiene estipulado en artículos en donde los dirigentes parroquiales pueden desarrollar proyectos de índole turístico. En cuanto a la expectativa de las autoridades sobre la actuación de estudiantes fue realmente alentadora.

Las autoridades entrevistadas consideran que los proyectos turísticos son importantes y los relacionados con el tema turístico en la localidad a pesar de no tener continuidad son relevantes y necesarios para fomentar y promocionar más a la localidad y también los diversos atractivos con los que se cuenta, para ello es necesario que los proyectos sean innovadores y de beneficio común. En definitiva



están de acuerdo que el centro recreacional turístico genera empleo, crecimiento económico, disminución de indicadores negativos como desempleo, migración, delincuencia, contaminación, entre otros, logrando que la zona deje de ser la última opción de hacer turismo a través de la utilización de las técnicas necesarias de promoción y marketing, que con el manejo adecuado y manteniendo siempre el enfoque y el control sobre todas las acciones que se realicen ellos como autoridades están dispuestos a apoyar al desarrollo de este proyecto con los recursos que sus dependencias les permite.

### **Comprobación de hipótesis: Prueba de hipótesis**

Al realizar la prueba se planteó la siguiente hipótesis “El diseño de un centro recreacional turístico para la parroquia Atahualpa es la estrategia a emplear para diversificar la matriz productiva actual y fortalecer la economía local” para ello se recurrió a datos obtenidos en las encuestas dirigidas a las distintas poblaciones estudiadas.

Extrayendo de los resultados las preguntas número 4 de la encuesta a los pobladores, la número 3 de la encuesta a turistas más la pregunta número 6 de la entrevista a los representantes de las instituciones, se logró establecer la comprobación de hipótesis, a continuación se resumen en una sola tabla de datos:

ENCUESTAS	SI	NO	TOTAL
TURISTAS	332	8	340
POBLADORES	155	0	155
AUTORIDADES LOCALES Y PROVINCIALES	4	0	4
TOTAL	491	8	499

Tabla # 6 Tabla de contingencia.

ÍNDICES		
TURISTAS	334,55	5,45

POBLADORES	152,52	2,48
AUTORIDADES LOCALES Y PROVINCIALES	3,94	0,06

Tabla # 7 Prueba Chi Cuadrado

Para efecto de la prueba de hipótesis se empleó Excel programa utilitario de Microsoft office, a continuación se muestra la fórmula dada por Pearson:

$$\chi^2_0 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

$$\frac{332 - 334,55^2}{334,55} + \frac{(155 - 152,52)^2}{152,52} + \frac{(4 - 3,94)^2}{3,94} + \frac{8 - 5,45^2}{5,45} + \frac{(0 - 2,48)^2}{2,48} + \frac{(0 - 0,06)^2}{0,06} =$$

$$X^2 = 3,793883646$$

#### GRADOS DE LIBERTAD

$$GL = (f-1)(c-1)$$

$$GL = (3-1)(2-1)$$

$$GL = (3-1)(2-1)$$

$$GL = 2$$

$$\chi^2_{\alpha, (r-1)(c-1)}$$

$$\chi^2_{0,05, (3-1)(2-1)}$$

$$X^2 = 5,9991$$

$$\text{Entonces: } X^2 < X^2_{\alpha} = 3,793883646 < 5,991$$

Como nuestro valor de referencia de la tabla chi cuadrado es mayor que nuestro estadístico aceptamos la hipótesis nula, que en otras palabras sería que efectivamente el centro recreacional turístico es la estrategia adecuada para fomentar el turismo en la parroquia y así diversificar la matriz productiva actual de la parroquia Atahualpa.

### **Observaciones finales sobre la investigación de campo aplicada**

La experiencia como elemento activo en el proceso de la investigación planteada es positiva, en los diferentes aspectos, con la recolección de información se presentaron inconvenientes mínimos, la amabilidad de los moradores del sector o área de estudio fue realmente gratificante, estuvieron prestos a ayudar y sobre todo a aceptar la breve socialización sobre el tema aquí presentado, en cuanto a las encuestas de turistas si se notó un poco de molestias por parte de algunos, por razones entendibles considerando que el motivo de ellos de estar en la provincia es salir del estrés dedicándose al disfrute y descanso evitando ser molestados, pero nada fuera de lo normal en este proceso. En cuanto a las entrevistas fue un poco trabajoso ya que por la misma razón de tener cargos públicos tienen ocupaciones diversas, y para que se atienda al investigador era un proceso algo tedioso por el tiempo que demandaba pero al final se alcanzó a realizar todo con éxito.

Cada parte que compone este capítulo es de importancia ya que gracias a esta información se elaboró el diseño que en el siguiente capítulo se detallará. Entre la información que se obtuvo se encuentran datos relevantes y claves como el mercado que visitará con mayor frecuencia el centro recreacional turístico, los actores intervinientes en el proceso, los posibles interventores financieros e intermediarios para conseguir el apoyo necesario para la misma, los servicios y necesidades que para los turistas son prioritarios, realizando un plan de creación básico a corto plazo y otro secundario pero necesario, teniendo también de esto los medios de promoción y marketing más concurrentes por el mercado potencial que está dispuesto a visitar y hacer uso de los servicios ofertados por el centro recreacional turístico.

Con la finalización este capítulo se procede a la presentación de la propuesta de Diseño de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa.

### **CAPÍTULO III**

#### **“DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.”**

##### **3.1. PRESENTACIÓN**

Con el pasar de los años, el movimiento e incremento poblacional, las demandas y exigencias de un sinnúmero de personas (turistas) con motivaciones y gustos diferentes hacen que el turismo sea una actividad que genera desarrollo a gran escala en las áreas desarrolladas. Es así que ha quedado demostrado que la propuesta de **Diseño de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2015**, tiene una acogida positiva tanto en sus habitantes del área receptora del proyecto y del movimiento turístico que lleva eventualmente a la provincia de Santa Elena.

El Centro Recreacional Turístico en la parroquia Atahualpa fue propuesto con la finalidad de que sea un producto no estacional, enmarcándose dentro de las características de los centros de estadía, capaz de estar a disposición de los visitantes y turistas todos los días y meses del año adaptado de tal forma que satisfaga las necesidades de convivencia con opción de hospedaje tipo Camping e incluso habitaciones confortables equipadas adecuadamente a la visión general del proyecto. Este tipo de centro turístico es muy rentable a corto, mediano y largo plazo, debido a lo ya mencionado que es un producto no estacional y sin especificaciones rígidas de quien puede y no puede acudir a disfrutar de esta área

turística al igual que los valores accesibles por tener actividades distintas o paquetes turísticos preparados en donde las familias y grupos de amigos pueden asistir con la seguridad de encontrar la satisfacción en cualquiera de las distintas áreas, e incluso conocer los alrededores de la localidad y demás atractivos naturales y culturales.

### **3.2. JUSTIFICACIÓN**

Esta investigación es una propuesta de desarrollo turístico que fomentará el turismo en la zona sur de la provincia de Santa Elena, es un lugar que posee una amalgama de atractivos naturales y culturales, además es una zona que carece de atractivos construidos para el disfrute de sus habitantes y turistas siendo esto fundamental y preponderante para el desarrollo de un Centro Recreacional Turístico el mismo que provocará el fortalecimiento e impulso del turismo como actividad complementaria y alternativa para la diversificación de la matriz productiva de la parroquia Atahualpa.

El centro recreacional turístico cumple con todas las exigencias obtenidas del estudio de campo tanto de la comunidad receptora y turistas empleando las demás características ya estudiadas en el capítulo uno sobre funciones e implicaciones de un centro de estadía. Esto es muy beneficioso, en lo laboral se abrirían ofertas de trabajo que irían desde cargos administrativos, mantenimiento, promoción, atención al cliente, guía, guardias de seguridad, etc., acciones que generarían un impulso a la economía interna de la parroquia Atahualpa y de su entorno, afirmativamente el desarrollo debe tener un marco de actuación definido priorizando actividades en su creación.

Este proyecto ejecutado generará utilidades satisfactorias que al ser trabajados en conjunto con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Atahualpa será retribuido en obras a beneficio de todos los habitantes de la localidad, además que se pone a disposición de manera directa y cercana a los habitantes como un producto turístico seguro, variado para todas las edades, en donde ellos puedan asistir en compañía de familiares o amigos a disfrutar de su tiempo libre con muy poca inversión y la cantidad de veces que quieran, ya que no les implica costos de transporte y hospedaje, e incluso se certifica que la visión del centro no es solo promover el turismo sino más bien incentivar a cada habitante a comprometerse con sus recursos naturales, culturales, con su entorno, con su futuro, para lograr todo esto se basó en modelos similares aplicados a las posibilidades de la localidad de Atahualpa.

### **3.2.1. Análisis de mercado**

- **Mercado**

El mercado es un campo tan amplio, según la página del Ministerio de Turismo Ecuador registra por 21<sup>avo</sup> trimestre consecutivoun crecimiento sostenido en la llegada de visitantes extranjeros al país, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en su encuesta de datos turísticos a 7.428 viviendas a nivel nacional urbano, los principales destinos que eligen los ecuatorianos para realizar turismo interno son: Quito 9%, Guayaquil 8% y Salinas 5% y se desplazan entre una y tres veces al año. INEC, (2010).

Las características de este mercado más menciona a turistas extranjeros con motivaciones de actividades deportivas, visita a área de belleza natural, mochileros que se desplazan a la costa ecuatoriana, jubilados que buscan residenciarse en el país, jóvenes extranjeros que se desplazan por motivos educativos, entre otros.

La idea central de estudiar al mercado existente es identificar de ellos sus motivaciones y destinos preferenciales, gracias a estos datos el establecimiento segmentará a este mercado pudiendo a través de esta acción promocionar al centro recreacional.

- **Mercado local**

Para determinar el mercado que es útil al proyecto se han revisado datos estadísticos de reportes dados por las entidades pertinentes, en este caso se hace alusión a la información expuesta en la página web del Ministerio de Turismo en donde expresa que la Península de Santa Elena recibió 120 mil turistas en el feriado de Semana Santa, cantidad consecutiva entre el año 2013 y 2014.

Este mercado sirve de referencia para evaluar la gran acogida que tiene la península en fechas de feriado, pudiendo captar parte de ese movimiento de

personas. Según datos del Ministerio de Turismo en el primer trimestre del año hubo un incremento del 6,4% en personas que hacen turismo, ventaja para la provincia de Santa Elena y objetivamente pronostica un beneficio para el centro recreacional turístico.

Es preciso plantear que el objetivo es que el centro recreacional se mantenga en funcionamiento todo el tiempo, para lograr esto se orienta a captar el mercado local conformado por jóvenes bachilleres, universitarios de Santa Elena que en base a los datos obtenidos en las encuestas su participación en el campo turístico representa un 50% aproximadamente.

- **Micro entorno**

El micro entorno del Centro Recreacional Turístico está compuesto por los mercados de clientes cercanos que en este caso hace mención a los habitantes de la parroquia Atahualpa que prácticamente el 100% de ellos están gustosos de que se implemente este producto turístico en la parroquia. También los habitantes como parte receptora tienen gran influencia en la posible percepción de los visitantes que llegan a la localidad por motivos de compras, debido a esto es importante que ellos estén capacitados y motivados para que sus actitudes de comportamiento hacia los clientes sea beneficiosa para el centro y para el desarrollo turístico de la localidad de Atahualpa en general. Para que esto tenga los resultados esperados los gestores deben ajustarse a todo lo mencionado en los capítulos anteriores si es necesario reajustarse a posibles cambios tendenciales que vayan en la línea de producto que se está ofreciendo.

### **3.2.2. Análisis del entorno PETSA.**

#### Entorno político

Dentro de los aspectos políticos que maneja el gobierno ecuatoriano, en sus diferentes planes estratégicos de desarrollo para el país, se encuentran los que están destinados a desarrollar y brindar el apoyo justo a los pueblos, para que por



medio de actividades turísticas promuevan y mejoren su economía, el proyecto se encuadra entre los lineamientos que maneja en la actualidad el Ministerio de Turismo y las diferentes ordenanzas de la ley de turismo, en donde el turismo rural es considerado uno de los programas que según las tendencias estadísticas manejadas a nivel mundial han crecido considerablemente en la última década.

#### Entorno económico

En forma general se resume que la parroquia Atahualpa basa su economía en la actividad de elaboración y venta de muebles y artesanías, en donde el centro recreacional turístico es básicamente el plan “B” o de contingencia, fomentando el turismo, diversificando la matriz productiva actual, ampliando la plaza laboral, incrementando indirectamente el crecimiento de negocios, que en términos económicos se traduce en dinero que beneficia a todos los habitantes del área en desarrollo.

#### Entorno tecnológico

En el campo tecnológico la parroquia Atahualpa goza de algunos beneficios que pertenecen a este factor, el internet, telefonía fija y móvil con excelente recepción, como principal beneficio de esto para la sociedad y el centro recreacional turístico, es el internet siendo esta una herramienta que supera distancia, reduce tiempo y dinero siempre y cuando sea utilizada de forma estratégica convirtiéndose en una oportunidad para los planes de marketing del establecimiento.

#### Entorno sociocultural

El desarrollo turístico proyectado para la parroquia Atahualpa a través del centro recreacional turístico prevé ser un preservador de las costumbres y tradiciones que presentan en la actualidad los habitantes de la localidad e incluso la actividad pretende rescatar rasgos de la sociedad, manteniendo su cultura, promoviendo sus particularidades en todo sentido.

## Entorno ambiental

El efecto causado por la ejecución del centro recreacional turístico analizado de forma superficial se pronostica que el efecto negativo se evidenciará en la etapa de implementación y de tiempo corto con efectos permanentes y no permanentes, siendo esto en la primera fase que será prácticamente contrarrestado con los efectos positivos en la fase de operación que incluye forestación, mejora del paisaje, entre otros, apegados a los marcos legales de funcionamiento ambiental, prevención y remediación, particularidades que serán ampliadas en el estudio ambiental presentado más adelante.

### 3.3. LOCALIZACIÓN

#### 3.3.1. Macro localización del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial”.

El Centro Recreacional Turístico está ubicado en el Ecuador, en la costa ecuatoriana región litoral, provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena en la zona sur, en el siguiente gráfico facilitado por el Gobierno Autónomo de la parroquia y elaborado por el Sr. Enrique Campos se observa información adicional.

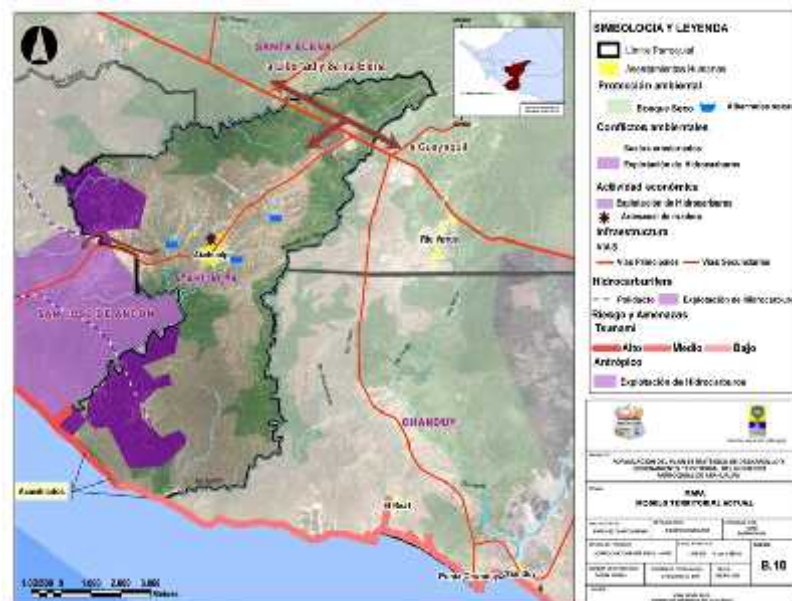


Gráfico # 37 Mapa de Ubicación de la Parroquia Atahualpa

### 3.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN



Gráfico # 38 Localización prevista para el Centro Recreacional de Atahualpa

**Dirección:** Vía principal salida oeste Guayaquil – Salinas, cercano al puente.

**Extensión:** 30.000 m<sup>2</sup>

**Límites:**

**Norte:** Sector Santo Domingo

**Sur:** Vía principal Guayaquil – Salinas

**Este:** Viviendas barrio Eloy Alfaro

**Oeste:** Viviendas y fincas familiares

**Longitud:** -80.7833

**Latitud:** -2.31667

### 3.4. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

#### Análisis de la oferta

La oferta turística de la localidad de Atahualpa es analizada en base a la siguiente definición.

**“Oferta Turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque, en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor”.**  
(Boullón, 1997:36)

La oferta turística es una gama de atractivos más servicios creados para uso exclusivo del turismo debido a que el turismo es un sistema en donde intervienen diferentes servicios como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes, entre otros, por estar dentro de una circunferencia afectada por el ingreso de turistas. La oferta turística puede variar de un lugar a otro dependiendo de la planificación, tipo de turismo y turistas que desea captar, ya que no todos los consumidores desean adquirir el mismo producto motivo por el cual surgen infinitas ofertas en diferentes áreas de una misma región o país.

La oferta existente en la parroquia Atahualpa es potencial, la localidad tiene como ventaja que es conocida como un destino artesanal razón por la cual diariamente recibe visitantes, dentro de sus límites territoriales cuenta con atractivos naturales poco desarrollados, atractivos construidos con escasa promoción, en lo cultural es muy bien reconocida a nivel local y nacional por la feria del mueble que coincide con las festividades de los fieles difuntos.

La oferta turística en cuanto a servicios es reducida, se atiende necesidades de alimentación y obviamente de compra de artesanías y muebles haciendo falta un sitio de distracción que les permita quedarse y disfrutar de otros sitios de interés turístico, como la playa, los parques, su iglesia o templos, su comuna Entre Ríos y otros que se muestran en la sección de anexos de este documento.

En conclusión la oferta turística de la cabecera parroquial más su comuna Entre Ríos, integran un conjunto viable para impulsar el turismo como actividad complementaria a la actual, ampliando oportunidades de desarrollo para sus habitantes, satisfaciendo necesidades de distracción y relax interno pero específicamente de visitantes.

### **Análisis de la competencia**

La competencia es analizada desde dos puntos de vista: directa e indirecta, debido a que se busca estudiar la competencia que ofrece servicios relacionados al

turismo, siendo de suma importancia no subestimar a aquellos que ofrecen servicios que a simple vista no parece novedoso.

La competencia directa considerando la poca distancia entre estos dos destinos es la parroquia Ancón, la indirecta en este caso serían los atractivos de la parroquia Anconcito, y Baños Termales de San Vicente.

La competencia directa: la localidad de Ancón propone un turismo histórico cultural como actividad central teniendo otros atractivos por ejemplo su playa conocida comúnmente como Acapulco, festividades de su cabecera parroquial y de sus comunas, la desventaja encontrada en ellos es la poca atención a la promoción y difusión de estos sitios y actividades. Manejan una buena comunicación por medio de las redes sociales (Facebook), pero con escasa atención para atraer o llamar la atención de turistas, haciendo que la riqueza de ellos no les favorezca en el campo turístico, reciben visitantes diariamente por así decirlo que mantienen su economía y negocios pero estos impulsados por motivos de salud, educación o trabajo; a continuación un cuadro comparativo de lo existente como oferta turística de la Parroquia Atahualpa y Parroquia Ancón:

<b>SEGMENTO</b>	<b>PARROQUIA ATAHUALPA</b>	<b>PARROQUIA ANCÓN</b>
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas patronales (1)</li> <li>• Fiesta comunal (1)</li> <li>• Fiesta parroquial (1)</li> <li>• Eventos programados (7)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas patronales (1)</li> <li>• Fiesta comunal (2)</li> <li>• Fiesta parroquial (1)</li> <li>• Eventos programados: los promocionados con mayor énfasis en los últimos años consecutivos son carnaval y la fiesta de la piñata (2)</li> <li>• Ruta del Copey (1)</li> </ul>
Turismo de sol y playa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida de mar (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida de mar (1)</li> </ul>
Turismo de compras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muebles y artesanías</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (0) cabecera parroquial</li> </ul>

	(varias) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa avícola (1)</li> </ul>	(Cuentan con una gasolinera pero no representa un mayor beneficio turístico) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muebles (en menor producción comuna El Tambo y Prosperidad)</li> </ul>
<p>Se ha especificado en el cuadro la información más relevante, adicional a esto y con mayor relevancia en cuanto a la propuesta de centro recreacionalturísticoAtahualpa, la parroquia Ancón cuenta con un complejo deportivo “José Francisco Ceballos”</p> <p>Consideraciones tangibles de análisis:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancha de césped sintético</li> <li>• Cancha de vóley (cemento)</li> <li>• Piscina</li> <li>• Dos edificaciones una para área de duchas/baños y otra para reuniones.</li> <li>• La atención es brindada por los guardias a cargo.</li> </ul> <p>Consideraciones objetivas de análisis:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La difusión de este lugar es muy reducida casi inexistente a pesar de existir varias publicaciones en sitios web sobre información de San José de Ancón.</li> <li>• La ubicación no pareciera ser un lugar estratégico.</li> <li>• Desde su inauguración no se ha realizado ningún evento de magnitud considerable y tampoco cambios o mejoras en su estructura.</li> </ul>		

Tabla # 8 Análisis de la competencia directa

No es de menor importancia pero por la distancia entre la parroquia Atahualpa y entre estos destinos y servicios que prestan son considerados para este proyecto competencia indirecta.

SEGMENTO	PARROQUIA ATAHUALPA	PARROQUIA ANCONCITO	COMUNA SAN VICENTE "TELÉSFOROVILLA CRÉS"
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas patronales (1)</li> <li>• Fiesta comunal (1)</li> <li>• Fiesta parroquial (1)</li> <li>• Eventos programados (7)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas patronales (2)</li> <li>• Fiesta parroquial (1)</li> <li>• Eventos programados: (varios)</li> </ul>	
Turismo de sol y playa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida de mar (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muelle-Salida de mar (1)</li> </ul>	
Turismo de compras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muebles y artesanías (varias)</li> <li>• Empresa avícola (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puerto pesquero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa avícola (1)</li> </ul>
Turismo de Salud			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Complejo Telésforo Villacrés Baños Termales de San Vicente</li> </ul>
<p>Estos atractivos ubicados a una distancia aproximadamente de 15km a 20km, ofrecen servicios distintos a los de la parroquia Atahualpa y además no ofrecen el servicio que pretende cubrir el centro recreacional turístico Atahualpa. Sus mercados están definidos por otros motivos, los consumidores de estos atractivos son locales y nacionales.</p>			

Tabla # 9 Competencia indirecta

### 3.4.1. FODA general de la parroquia Atahualpa

Para establecer el FODA general de la parroquia Atahualpa se efectuó un taller con las autoridades del sector, se consideraron revistas, y otros artículos que hacían alusión a lo requerido para la elaboración del FODA, esto fue revisado por la tutora designada, determinando las siguientes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para luego plantear el FODA estratégico:

<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos Naturales.</li> <li>• Recursos Culturales.</li> <li>• 50% de calles asfaltadas.</li> <li>• Atahualpa está posicionada como Capital del Mueble.</li> <li>• Profesionales en diferentes áreas y mano de obra calificada: ebanistas, gasfiteros, albañiles, electricistas, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deforestación</li> <li>• Aculturización</li> <li>• Invasión de terrenos</li> <li>• Competencia de parroquias colindantes.</li> <li>• Cambios climáticos, fenómenos naturales.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Designación de rubros económicos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias para invertir en proyectos.</li> <li>• Apoyo absoluto del GAD. parroquial a proyectos direccionados al desarrollo local.</li> <li>• Vía de acceso principal a la parroquia es usada como vía alterna Guayaquil – Salinas.</li> <li>• Capacitaciones de estudiantes de universitarias a moradores.</li> <li>• Programas nacionales Manuela Espejo, Miduvi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de iniciativa e inversores en proyectos turísticos en la zona.</li> <li>• Desarrollo escaso de empresas turísticas internas</li> <li>• Fuga de cerebros y escasa práctica de técnicas de planificación, marketing, atención al cliente.</li> <li>• Falta de unión de los habitantes para desarrollar proyectos comunitarios u otros.</li> <li>• Problemas sociales: alcohol, tabaco, droga y delincuencia.</li> </ul>

Tabla # 10 FODA de la Parroquia Atahualpa



### 3.4.2. FODA ESTRATÉGICO

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p><b>INTERNOS</b></p> <p><b>EXTERNOS</b></p>	<p>Recursos Naturales.                      Recursos Culturales.                      50% de calles asfaltadas.                      Atahualpa está posicionada como Capital del Mueble.                      Profesionales en diferentes áreas y mano de obra calificada: ebanistas, gasfiteros, albañiles, electricistas, etc.</p>	<p>Falta de iniciativa e inversores en proyectos turísticos en la zona.                      Desarrollo escaso de empresas turísticas internas                      Fuga de cerebros y escasa práctica de técnicas de planificación, marketing, atención al cliente.                      Falta de unión de los habitantes para desarrollar proyectos comunitarios u otros.                      Problemas sociales: alcohol, tabaco, droga y delincuencia.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
<p>Designación de rubros económicos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias para invertir en proyectos.                      Apoyo absoluto del GAD. parroquial a proyectos direccionados al desarrollo local.                      Vía de acceso principal a la parroquia es</p>	<p><b>O<sub>1</sub>F<sub>1</sub>F<sub>2</sub></b> Designar rubros específicos al desarrollo y protección de los recursos naturales y culturales</p> <p><b>O<sub>2</sub>F<sub>5</sub></b> Capacitar a los habitantes de la localidad para que sus destrezas y habilidades sean aprovechadas en el desarrollo de obras</p>	<p><b>D<sub>4</sub>O<sub>3</sub></b> Capacitar sobre temas de emprendimientos turísticos a los habitantes para aprovechar la afluencia turística de la zona.  <b>D<sub>5</sub>O<sub>2</sub></b> Realizar talleres y charlas para evitar el aumento de los problemas sociales.  <b>D<sub>2</sub>O<sub>1</sub></b> Incentivar y promover asociaciones de</p>

<p>usada como vía alterna Guayaquil – Salinas.          Capacitaciones de estudiantes de universitarias a moradores.          Programas nacionales Manuela Espejo, Miduvi.</p>	<p>a nivel local.  <b>O<sub>3</sub>F<sub>3</sub> F<sub>4</sub></b> Incentivar a los habitantes a emprender sus propias microempresas para incrementar su economía familiar y local.</p>	<p>objetivos comunes para emprender empresas sociocomunitarios.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
<p>Deforestación          Aculturización          Venta de terrenos comunales en forma ilegal.          Competencia de parroquias colindantes.          Cambios climáticos, fenómenos naturales.</p>	<p><b>F<sub>1</sub>A<sub>1</sub></b> Desarrollo de proyectos que involucren el buen uso de recursos naturales para evitar la deforestación en la localidad.  <b>F<sub>2</sub>A<sub>2</sub></b> Incentivar y propiciar espacios para programas folklóricos para evitar la pérdida de costumbres y tradiciones.  <b>F<sub>5</sub>A<sub>4</sub></b> Capacitar a los habitantes en temas de marketing, atención al cliente y otros.</p>	<p><b>D<sub>1</sub>A<sub>3</sub></b> Dar apertura y facilidades para inversionistas, controlando los parámetros y políticas para evitar problemas legales por tierras u otros.  <b>D<sub>2</sub>A<sub>4</sub></b> Promover el desarrollo local económico por medio de iniciativas turísticas  <b>D<sub>4</sub>A<sub>1</sub>A<sub>2</sub></b> Capacitar a los habitantes en temáticas de cuidado ambiental y conservación de la cultura</p>

Tabla # 11 FODA estratégico

### **3.5. DISEÑO DEL CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO.**

#### **3.5.1. Direccionamiento estratégico**

##### **Misión**

Ofrecer a moradores de la parroquia Atahualpa y turistas un centro recreacional turístico con actividades de diversión, descanso y aprendizaje para disfrutar de amigos y familiares.

##### **Visión**

Ubicar a la parroquia Atahualpa como un destino turístico preferencial de la zona sur de la Provincia de Santa Elena, por medio del ofrecimiento de los diferentes servicios de centro recreacional turístico, haciendo uso adecuado de los recursos naturales y culturales existentes para la sostenibilidad y sustentabilidad de los mismos, convirtiendo a la localidad en un punto de referencia y ejemplo de desarrollo local y turístico.

##### **Políticas**

Es importante establecer políticas de acción y manejo del turismo en la parroquia Atahualpa y en el Centro Recreacional Turístico a fin de evitar irregularidades en el proceso y ejecución del mismo.

- Basar sus procesos de turistificación en criterios de conservación de recursos naturales, culturales y humanos para evitar la pérdida parcial o total de los mismos.
- Asegurar la viabilidad económica y retribución justa entre los gestores y participantes del proyecto y comunidad afectada por el cambio a causa del desarrollo turístico.

- Servir y estar a disposición de los turistas todos los días de la semana, brindando la calidez en el servicio para obtener un producto de calidad.

Internamente el Centro Recreacional Turístico manejará o regirá su funcionamiento en base a políticas para turistas y personal de servicio:

### **Políticas para personal de servicio**

- Usar el uniforme todos los días.
- Portar la identificación con datos personales y área de servicio a la que pertenece.
- Ayudar a los turistas así no sea el área a la que esté designado en caso de ser necesario.
- No asistir en estado de ebriedad.
- No fumar ni tomar bebidas alcohólicas en el trabajo.
- Ser responsable, puntual, dinámico y amable.

### **Políticas para turistas**

- Prohibido ingresar armas, droga y alcohol al establecimiento.
- Informarse sobre cada área del centro al ingreso y asegurarse de adquirir solo lo necesario en su paquete.
- Tener cuidado con sus pertenencias personales (informar en recepción si lo considera necesario).
- Si ocasionare algún daño por mal uso intencionado del algún artículo o área, deberá hacerse responsable y asumir los gastos que esto implique.

### **Valores**

Es preciso el establecimiento y práctica de valores corporativos que aporten al buen cumplimiento de los objetivos planteados para este proyecto de

desarrollode manera que se cumplan con el mínimo riesgo, satisfaciendo expectativas internas y externas del centro recreacional.

- Responsabilidad

Comprometerse responsablemente al cumplimiento de todos los procesos planteados, apegarse a las políticas y sanciones dispuestas, cumplir a la brevedad las diversas actividades que conlleven el desarrollo turístico de la localidad de Atahualpa para la correcta aplicación de cada uno de sus lineamientos estratégicos.

- Integración y cooperación mutua

Delegar responsabilidades, promover la participación activa de los ciudadanos, previo a la toma decisiones realización de consensos de socialización.

- Respeto

Incluye a todos los interesados o no en los procesos de turistificación y el uso apropiado de los recursos naturales, culturales y humanos que se vean involucrados en este proceso.

- Conservación

Todo y todos a los que se vean involucrados en este desarrollo turístico deberánmantener su esencia e identidad para evitar la discordancia y lamentaciones futuras.

- Compromiso

Compromiso con los turistas, con los residentes locales, con el ambiente, con los miembros de la institución para alcance de los objetivos.

### **3.5.2. Objetivos**

#### **3.5.2.1. Objetivo general**

Diseñar un centro recreacional turístico con el uso apropiado de los recursos, fomentando el turismo para la diversificación de la matriz productiva actual impulsando el desarrollo local.

#### **3.5.2.2. Objetivos específicos**

- Diseñar el centro recreacional turístico con materiales adecuados, reduciendo el impacto visual, reduciendo costos.
- Establecer el estudio de impacto ambiental y planes de acción ante los posibles eventos negativos.
- Fijar el plan de marketing para la difusión del centro recreacional turístico buscando su reconocimiento y posteriormente posicionamiento.
- Realizar la evaluación financiera mediante la utilización de métodos financieros, VAN y TIR visualizando la factibilidad del proyecto.

### **3.6. SERVICIOS Y ACTIVIDADES DEL CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO “ATAHUALPA IMPERIAL”.**

La propuesta consiste en el diseño de un Centro Recreacional Turístico con diferentes áreas en donde se practiquen actividades deportivas, actividades de aprendizaje, áreas de sembrado, camping y otras actividades extras como ciclopaseos a los atractivos naturales de la zona como Playa Santo Tomás y Playa Los Chinos. Busca la integración de autoridades para aportar al desarrollo y ejecución del proyecto de la misma forma busca integrar a los pobladores en actividades de desarrollo turístico y comunitario, desarrollando este y futuros

proyectos de índole turístico que promuevan la conservación y buen vivir de todos.

### **3.7. ESPACIO FÍSICO**

#### **3.7.1. Implementación y Equipamiento**

La implementación y equipamiento hace referencia a la descripción y el detalle de cada una de las áreas, específicamente se menciona medidas de superficie, espacio utilizado por cada área implementada en el centro, de forma que todo quede perfectamente implementado de la forma que fue planteada.

#### **3.7.2. Diseño Arquitectónico**

El diseño del Centro Recreacional Turístico está elaborado en el programa informático sketchup, estableciendo y mostrando visualmente la forma en que quedará el centro recreacional, las medidas del terreno a necesitar son de 200mt x150mt.

En el diseño se podrá observar cada una de las áreas entre ellas están las hospederías, las cabañas de artesanías con material reciclable, artesanías en madera, vivero, áreas deportivas y competencias, ruta ciclística interna, baños cafetería, restaurante y recepción.

### **Materiales**

El centro utilizará para su construcción distintos materiales para sus diferentes áreas, que se mostrará más detalladamente en los estudios financieros de presupuesto. A continuación se determina de forma general materiales para la ejecución.

- Las instalaciones de hospedaje será en un 80% madera y 20% hormigón (piso de madera al igual puertas y ventanas).

- La cabaña restaurante, cafetería, área de reciclaje y recepción serán mixto entre madera, caña y hormigón.
- El área de artesanías será mixta entre bloque, caña y madera al igual que baños.

### **Criterios Físicos**

Las medidas para cada área son las siguientes:

- Establecimiento hospedaje 84m<sup>2</sup>
- Área de taller y venta de artesanías materiales reciclables y madera 32m<sup>2</sup>
- Área de comedor 48m<sup>2</sup>
- Área de bar y cafetería 48m<sup>2</sup>
- Área de recepción y oficina de medidas 30,25m<sup>2</sup>
- Parqueo 200m<sup>2</sup>
- Área de vivero 200m<sup>2</sup>
- Rutas de ciclismo internos de 2100m<sup>2</sup>
- Estacionamiento de bicicletas 60m<sup>2</sup>
- Área de deportes y competencia de medidas 600m<sup>2</sup>
- Área de camping y juegos recreacionales 300m<sup>2</sup>
- Piscina 32m<sup>2</sup>
- Una baterías sanitarias 4m<sup>2</sup>
- Duchas 10m<sup>2</sup>
- Mirador 24m<sup>2</sup>
- Cancha de vóley de arena 112m<sup>2</sup>
- Cancha de indor 375m<sup>2</sup>
- Cancha de tenis 91m<sup>2</sup>
- Juegos para niños 80m<sup>2</sup>
- Áreas de descanso 25m<sup>2</sup>



## **Criterios Funcionales**

- El centro cuenta con sitios de espera que son asientos ubicados en los contornos de los troncos de los árboles y otros creados libremente, debido a que se ha tratado en lo posible de proteger los árboles propios del sector.
- La oficina de administración y recepción estarán en el mismo departamento utilizando al máximo el espacio asignado.
- El espacio para realizar paseos en bicicleta dentro del centro será considerable a la vez que va conociendo la flora existente e implantada en el área del centro.
- El área de piscina tendrá el espacio para que las personas tomen el sol y disfruten el día al aire libre
- Los espacios de deportes y competencias tendrán el espacio adecuado para la práctica de cada uno de ellos y también para los espectadores de los mismos.

## **Criterios de Diseño**

- Para el diseño de las instalaciones de hospedaje se ha elegido una construcción mixta de bloque y madera que se enfoca al tipo de vivienda que en sus inicios tubo la mayoría de los habitantes del sector de Atahualpa.
- Para el resto de instalaciones como restaurante, cafetería, área de artesanías en madera y material reciclable predominan los materiales rústicos como son la madera y la caña.
- Para facilitar el recorrido para los turistas se encontrarán los paneles de ubicación y señalética de cada área.

El establecimiento de centro recreacional turístico queda diseñado de la siguiente manera:



Gráfico # 39 Diseño vista frontal



Gráfico # 40 Diseño vista lateral

### 3.7.3. Equipamiento de cada área del centro recreacional turístico.

Cada espacio del centro recreacional turístico necesita de diferentes equipamientos para brindar servicio a los turistas a continuación se muestran los siguientes:

#### EQUIPAMIENTO DE LA CASA HOSPEDAJE

- Cama de dos plazas con una que se desliza debajo de está
- Armario de dos puertas
- Litera
- Televisor
- Mesa y sillas
- Velador
- Lamparas
- Soporte de televisor

(Cada cuarto mide 3,5 mt x 3,5 mt y corredor de 1 mt)

Capacidad para 24 personas.

Gráfico # 41 Equipamiento establecimiento hospedaje



Gráfico # 42 Establecimiento hospedaje

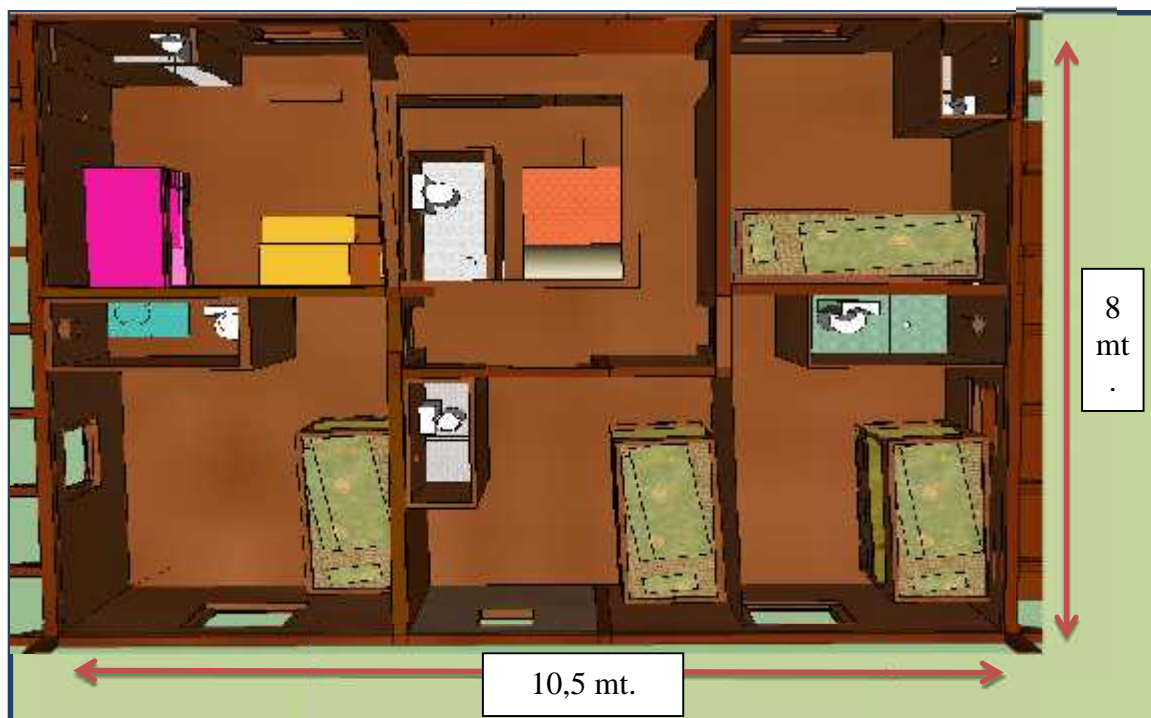


Gráfico # 43 Interior establecimiento hospedaje

### EQUIPAMIENTO DE RECEPCIÓN Y OFICINA ADMINISTRATIVA

- Escritorios
  - Muebles de Oficina
  - Dispensador de Agua
  - Impresoras
  - Cámaras y videocamaras
  - Computadoras de Escritorio
  - Utiles de Oficina
  - Archiveros
  - Caja de seguridad
  - Cámara de Seguridad
- (oficina administrativa mide 4mt x 2,5mt, recepción 1,5 x 4mt.)

Gráfico # 44 Equipamiento de recepción y oficina



Gráfico # 45 Recepción y Oficina

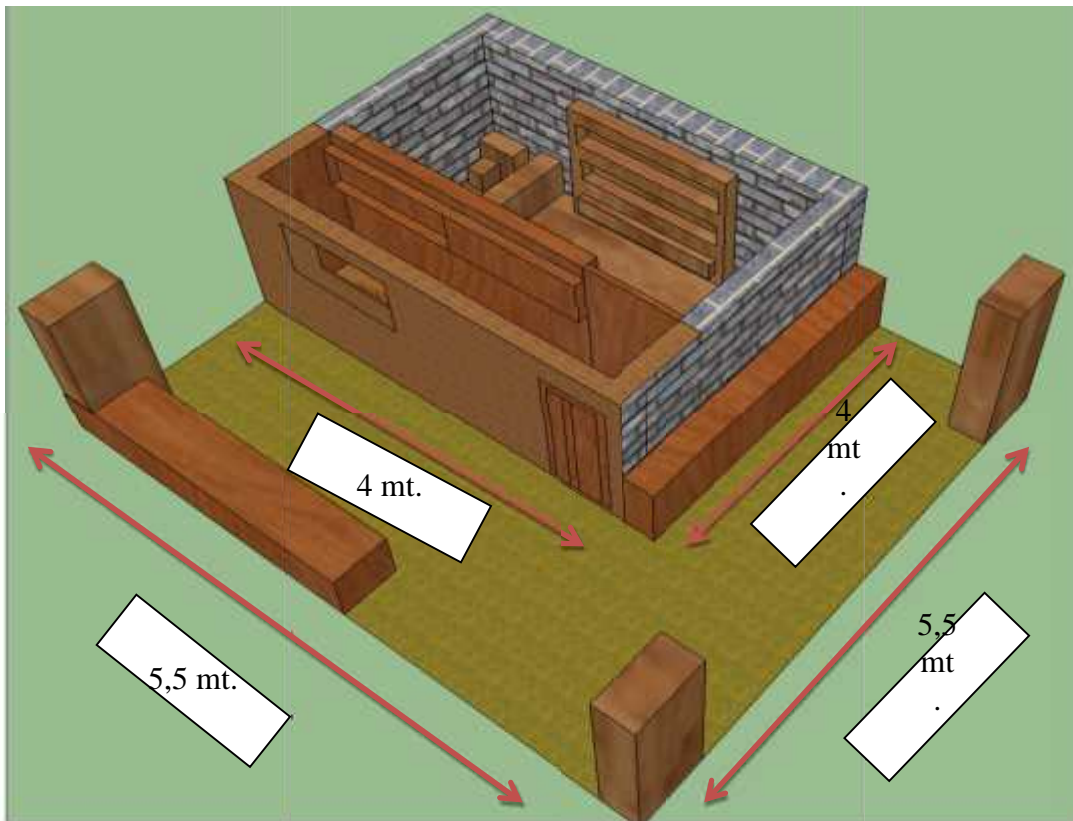


Gráfico # 46 Vista Interior de recepción y oficina

## EQUIPAMIENTO CAMPING y JUEGOS TRADICIONALES

- Carpas
- Sleeping
- Botiquín de primeros auxilios
- Baños y duchas
- Para juegos:  
Pañuelos, trompos, cuerdas, bolillas, pelotas, cucharas. (Capacidad para 36 carpas comodamente)

Gráfico # 47 Equipamiento camping y juegos tradicionales

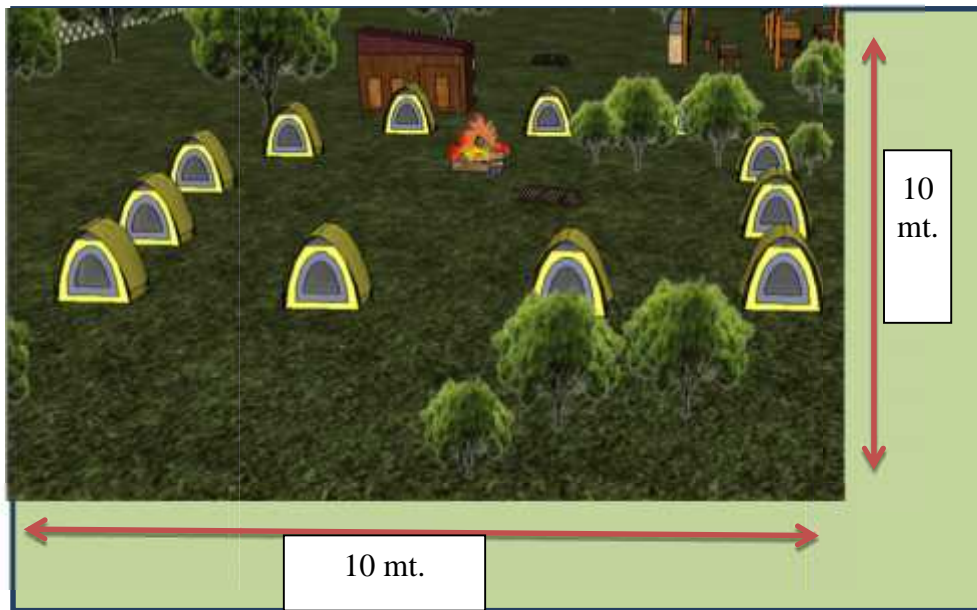
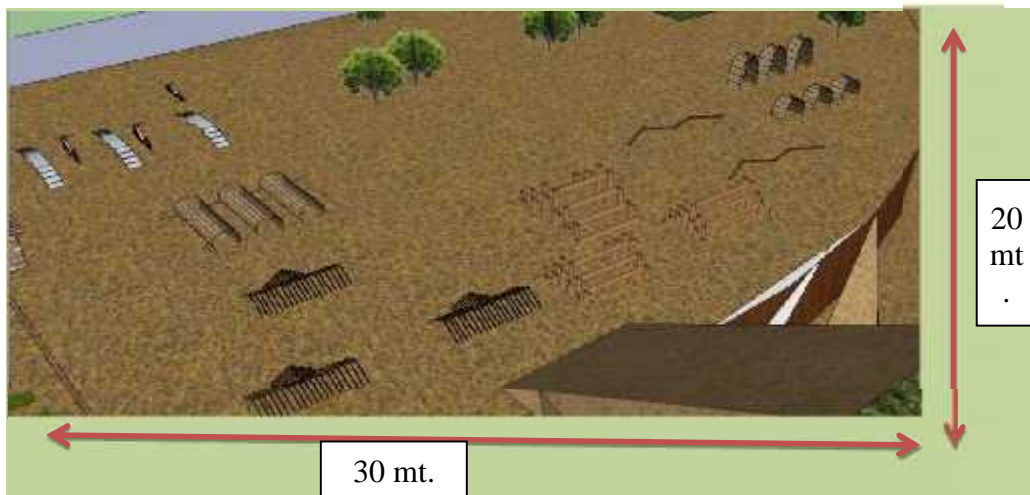


Gráfico # 48 Área de camping

### EQUIPAMIENTO ÁREA DE DEPORTE Y COMPETENCIA

- Cancha de voley (16 mt de largo x 7mt de ancho)
- Cancha de indor (25 mt de largo x 15 mt de ancho)
- Cancha de Tenis (7mt de largo x 13 mt de ancho)
- Pista de obtaculos
- Bicicletas
- Juegos para niños

Gráfico # 49 Equipamiento área de deporte y competencia



**Figura # 6** Área de deporte y competencia

Gráfico # 50 Pista de obstáculos

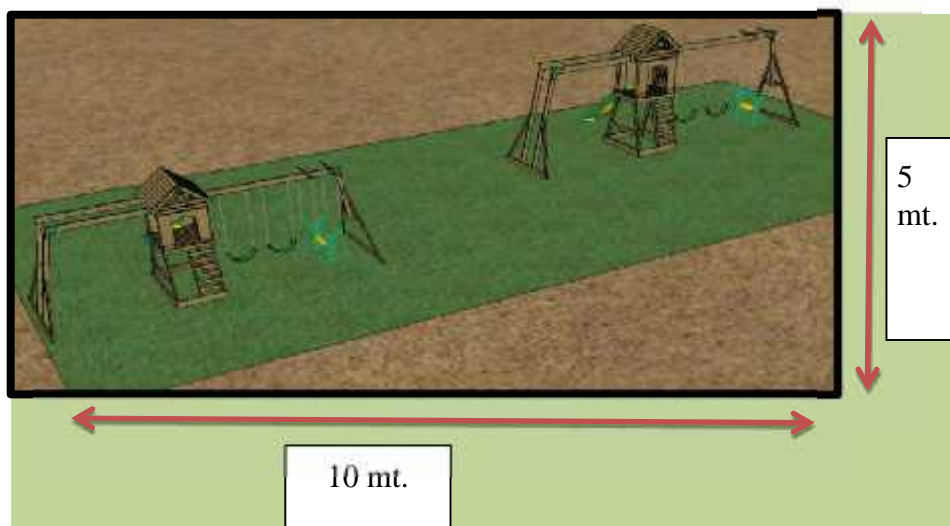


Gráfico # 51 Área de juego de niños

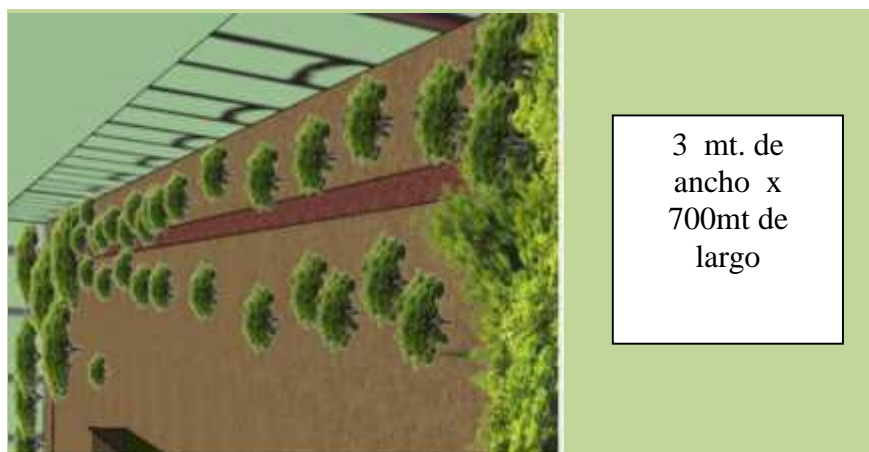


Gráfico # 52 Sendero ciclístico

## EQUIPAMIENTO ÁREA DE VIVERO

- Carretillas
- Palas
- Macetas
- Semillas
- Abono
- Tierra de sembrado

Gráfico # 53 Equipamiento área de vivero



Gráfico # 54 Área de vivero

## EQUIPAMIENTO ÁREA DE CAFETERÍA Y BAR

- |                                |                    |
|--------------------------------|--------------------|
| - Mesas con tablero de ajedres | - Sillas           |
| - Vajillas                     | - Refrigeradora    |
| - Cafetera                     | - Estufas          |
| - Tostadoras                   | - Batidoras        |
| - Licuadoras                   | - Horno microondas |
| - Estantes                     |                    |

Gráfico # 55 Equipamiento de área de cafetería



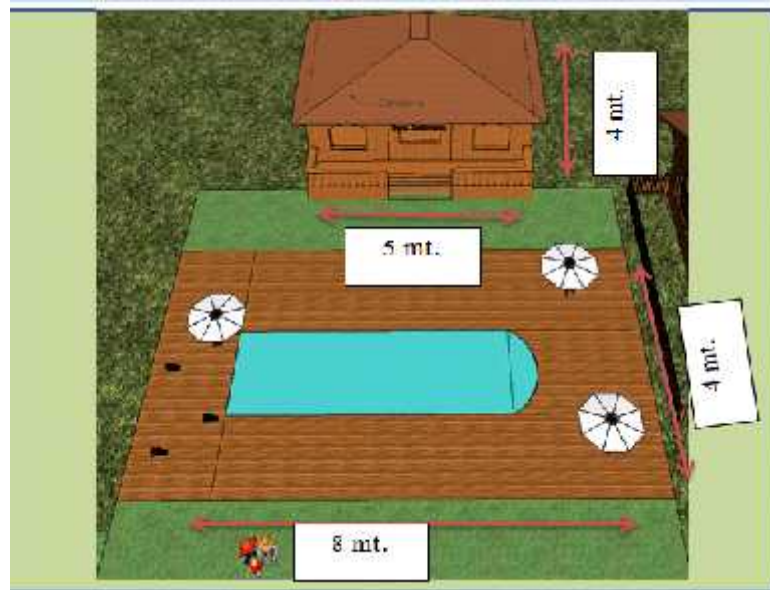


Gráfico # 56 Cafetería y piscina

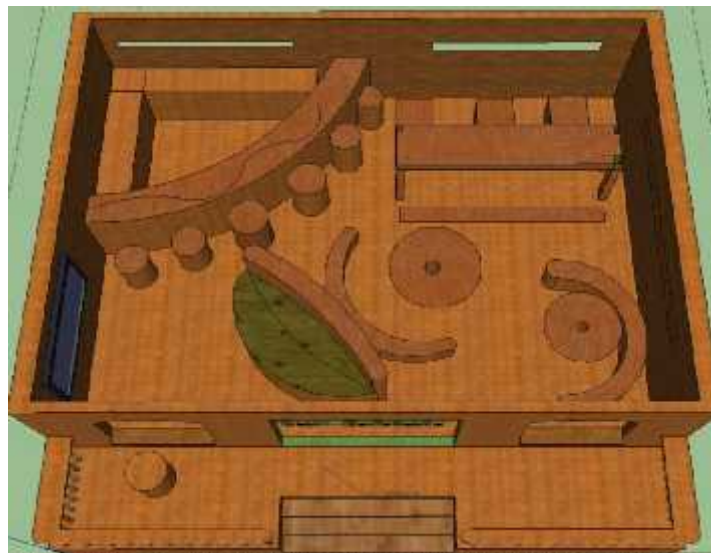


Gráfico # 57 Interior cafetería

### EQUIPAMIENTO ÁREA DE COMEDOR

- Mesas
  - Sillas
  - Vajillas, Ollas
  - Cocina de leña
  - Horno de barro
  - Utensilios de Cocina
- Capacidad para 40 personas

Gráfico # 58 Equipamiento comedor

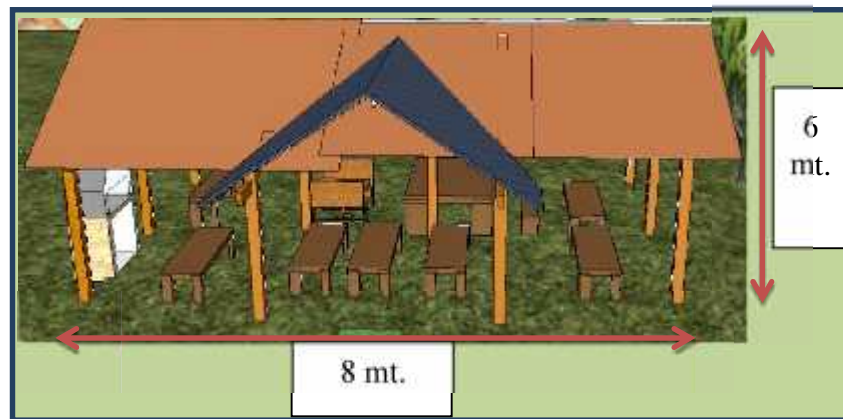


Gráfico # 59 Comedor

### EQUIPAMIENTO ÁREA DE VENTA DE ARTESANÍAS EN MADERA Y TALLER MATERIAL RECICLADO

- Escritorio      - Mesa de Trabajo      - >Estantes
- Materiales de trabajo: tijeras, pistolas de silicón, moldes, pegamento, cinceles, formol, prensa, lijas, etc.

Gráfico # 60 Equipamiento Área de artesanías

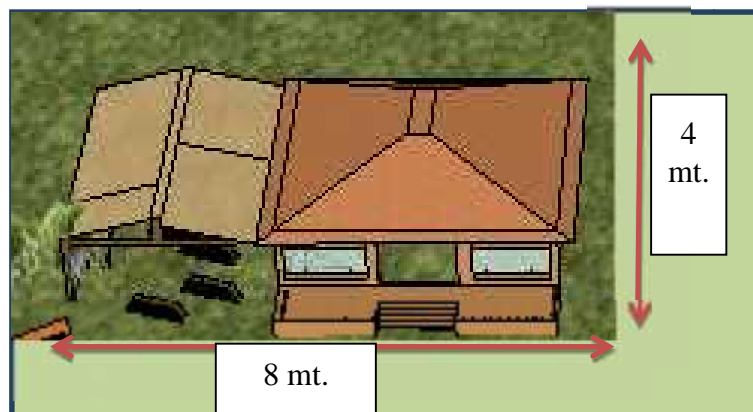


Gráfico # 61 Área de elaboración y venta de artesanías

### EQUIPAMIENTO ÁREA DE MIRADOR

- Sillas
- Hamacas

Gráfico # 62 Equipamiento mirador



Gráfico # 63 Mirador

#### **3.7.4. Imagen corporativa**

La imagen corporativa del Centro Recreacional Turístico de la parroquia Atahualpa está diseñado con la finalidad de ser reconocidos e identificados fácilmente, va acorde al lugar en el que está ubicado y sobre todo tiene como meta posicionarse en el mercado y marcar su presencia de forma positiva, debido a que es el primer proyecto direccionado a conservar los recursos existentes promoviendo el turismo responsable.

Para su diseño se ha considerado características representativas de figuras como el círculo cuyo objetivo es transmitir confiabilidad, calidez, seguridad, sensación de rapidez en su servicio, líneas finas que transmiten delicadeza en cuanto a cuidado de la prestación de servicios, líneas gruesas que se enfocan en comunicar fuerza y energía hacia los consumidores, se presenta en el diseño el isologo que es representado en la marca con las iniciales del centro recreacional, las actividades que se ha planificado prestar son de índole deportivo y de descanso por lo que en ella se observa una bicicleta y una carpa de camping, también los colores son escogidos en base a criterios que serán detallados a continuación con otros de interés similar.

- **Nombre del producto**

Realizado el estudio referente a la historia de la parroquia Atahualpa, entorno de la misma y los servicios que el Centro Recreacional Turístico ofertará

se asignó el nombre “ATAHUALPA IMPERIAL”. Este nombre tiene antecedente en la historia de la localidad relacionado con los diferentes procesos que tuvo para llegar a ser parroquia y el cambio de nombre de Engabao de Santa Elena a Atahualpa, de la misma forma hace alusión a las diferentes asignaciones que se ha ganado la localidad por la actividad del mueble como “Atahualpa Capital del Mueble”, “Atahualpa Imperio del Mueble”.

- **Isologotipo**

La imagen corporativa del Centro Recreacional Turístico está compuesto de varios elementos como son su nombre, un círculo de colores del arcoíris, en el centro lo más importante las letras “A” e “I” acopladas y sobre ellas un parasol que a la vez en la parte superior muestra la actividad del camping y una bicicleta que se enfoca en promocionar el producto adicional y clave que ofrece el centro, es lo más importante ya que como toda marca con trabajo y promoción adecuado con los años se proyecta a que sea reconocida fácilmente con esta parte de logotipo.

- **Logotipo**

Los colores utilizados son:

- El amarillo en la marca es utilizado para captar atención, crear felicidad y calidez.
- El azul transmite confianza en el servicio, autoridad, lealtad, seguridad, entre otras características similares.
- El verde por que este producto se enfoca a la conservación de los recursos naturales y cuidado del ambiente y porque es un color representativo de los símbolos de la parroquia Atahualpa
- El rojo por que impulsa pasión, amor a lo que se está conociendo y practicando y también por ser parte de los colores representativos de la localidad.

- El blanco por que inspira pureza, paz, tranquilidad y también es un color que integra los símbolos de este lugar.

### Tamaño y Tipo de letra

El tipo de letra utilizado es Calibri, tamaño 40 con mayúscula cada inicio de palabras en el nombre del producto, el mismo tipo de letra tamaño 32 para la frase impulso.

- **Frase impulso**

La frase escogida tiene la intención principal de lograr la motivación, intención y decisión de compra efectiva hacia el Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial” de la parroquia haciendo alusión a los renombres y la asociación con personajes de la historia ecuatoriana de la localidad y persuadir una anticipada satisfacción de los visitantes.

### “Atrévete a experimentar el descanso y adrenalina como un rey”

Finalmente la marca del Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial está compuesta con los siguientes elementos:



Gráfico # 64 Elementos de la Marca

Los espacios de separación entre los elementos de la marca: El espacio del círculo es de 4 espacios hacia abajo y 4 espacios hacia el lado, la frase impulso esta un espacio hacia abajo del círculo para evitar que no lea correctamente, cuyo mensaje sobrepasa en la parte inferior hacia el lado derecho e izquierdo, especificaciones que deben ser aplicadas en su misma proporción en ampliaciones o reducciones de la marca.



### 3.8. TÉCNICAS DE USO PARA CADA ÁREA.

En el Centro Recreacional Turístico "Atahualpa Imperial" dentro de su plan de funcionamiento tiene técnicas de uso para actuar conforme a las necesidades de los turistas, lineamientos que seguramente encaminarán al buen servicio y éxito del centro para lo cual se explica lo siguiente:

- **Acción participativa y de intercambio.**

Es el espacio abierto que se crea entre el prestador del servicio sea este el guía, el recepcionista, personal administrativo, mantenimiento u otro con los clientes. Aquí el turista tiene la oportunidad de despejar las posibles interrogantes sobre alguna actividad o conocimiento impartido e incluso se pueden incluir en algún evento programado pero de fácil entendimiento logrando así un intercambio productivo para ambos polos.

- **Provocación deportiva y de recreación**

El centro tiene adecuado espacios para el deporte y la recreación, es la obligación del prestador del servicio incentivar el intercambio cultural entre los visitantes sea el caso que los grupos sean pequeños o muy grandes la intención es agrandar el vínculo entre ellos promoviendo valores de amistad y compañerismo a través de la práctica de juegos tradicionales y dramatización de mitos y leyendas de la parroquia Atahualpa.

- **Guianza turística**

La guianza del centro se presta tanto de manera interna o externa debido a que los recorridos en bicicleta son tanto internos y también en atractivos locales que se encuentra fuera del centro recreacional como son:

- Playa Los Chinos -
- El Tambo
- Entre Ríos (Cucurucho)

- **Espectáculos culturales**

Los espectáculos culturales son la forma más fácil y directa de integrar a grupos dedicados a dar este servicio en el que participan un gran número de jóvenes de la localidad de Atahualpa, a través de esta participación se crea un ambiente de intercambio entre turistas, grupos de bailes, parte de los ciudadanos de la parroquia anfitriona y servidores del centro.

- **Avisos y señaléticas**

Avisos y señaléticas, instrumentos que son utilizados para que el turista tenga presente ciertas señales básicas para facilitar su recorrido en caso de estar haciéndolo sin guianza, además de ciertas advertencias como se detalla a continuación:

**Aviso de prohibiciones como:**

Como se expuso en las políticas se prohíbe fumar por tal razón tiene su señal, de igual forma el letrero de hacer silencio usado en espacios destinados para el descanso.



Gráfico # 66 Advertencia "No fumar"



Gráfico # 67 Advertencia "No hacer ruido"

Otra de las señaléticas establecidas para mejor disfrute y comodidad de los turistas es la de prohibido acudir con mascotas al centro.



Gráfico # 68 Advertencia prohibido mascotas

Señaléticas de prohibido botar basura en lugares inadecuados y señalética en donde si lo puede hacer.



Gráfico # 69 Lugar de botar basura





Gráfico # 70 Camping



Gráfico # 71 Vivero



Gráfico # 72 Área de juegos y deportes



Gráfico # 73 Estacionamiento



Gráfico # 74 Señalética de área elaboración y venta de artesanías



Gráfico # 75 Baños y duchas



Gráfico # 76 Bar-Cafetería



Gráfico # 77 Comedor

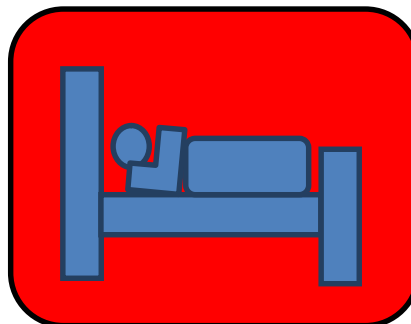


Gráfico # 78 Hospedaje



Gráfico # 79 Información

Las señaléticas de las distintas áreas y servicios del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” son muy importantes ya que facilitan la orientación del visitante en el caso de contar con un colaborador del establecimiento cerca, son útiles para turistas que se hospedan más de un día en el centro cuando este recorra el área de forma individual.

### 3.8.1. Paquetes turísticos

#### PaqueteN°1

##### **Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial – 1 Día**

**Opción 1:** Llegada 07:30 Salida 18:00 Sin hospedaje, sin alimentación Costo \$ 25,00

**Opción 2:** Llegada 07:30 Salida 18:00 Sin hospedaje, con alimentación Costo \$ 30,00

**Opción 3:** Llegada 07:30 Salida 08:00 Con hospedaje y alimentación Costo \$ 40,00

**Opción 4:** Llegada 07:30 Salida 08:00 Con camping y alimentación Costo \$ 35,00

##### **Itinerario:**

**07:30 – 08:30** Registro e ingreso

**08:30 – 09:30** Charla de introducción y bienvenida

**09:30 – 11:00** Recorrido vivero

**11:00 – 12:30** Recorrido en bicicleta por el centro y reconocimiento de flora

**12:30 – 14:00** Almuerzo

**14:00 – 15:45** Práctica de unos de estos deportes (vóley, indor, tenis)

**15:45 – 17:45** Práctica de circuito de competencia

**17:40 - 18:00** Despedida y Salida del centro recreacional

##### **Opción 3 y 4:**

**18:00 – 19:30** Ingreso a habitaciones o puesta de carpas

**19:30 – 20:30** Cena

**20:30 – 22:00** Cuento y dramatización de leyenda La mujer grandota, El jinete sin cabeza

**08:00** Despedida y Salida del centro recreacional

**Nota: Traer ropa sport, repelente**



*"Atrévete a experimentar el descanso y adrenalina como un Rey"*

### **Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial – 2 Días**

**Opción 1:** Llegada 07:30 Salida 08:00 Con hospedaje y alimentación  
Costo \$ 75,00

**Opción 2:** Llegada 07:30 Salida 08:00 Con camping y alimentación  
Costo \$ 65,00

#### **Itinerario:**

##### **Día 1**

**07:30 – 08:30** Registro e ingreso

**08:30 – 09:30** Charla de introducción y bienvenida

**09:30 – 11:00** Recorrido vivero y prácticas de actividades

**11:00 – 12:15** Recorrido en bicicleta por el centro Atahualpa Imperial

**12:15 – 14:00** Almuerzo

**14:00 – 15:45** Práctica de vóley

**15:15 – 17:40** Práctica de circuito de competencia

**18:00 – 19:30** Ingreso a habitaciones o puesta de carpas

**19:30 – 20:30** Cena

**20:30 – 22:00** Cuento y dramatización de leyendas La mujer grandota, El jinete sin cabeza

##### **Día 2**

**07:30 – 08:30** desayuno

**08:30** Salida en bicicleta

**09:20** Llegada a la playa Los Chinos y disfrute del balneario

**13:10** – Salida de Playa Los Chinos al centro

**14:00** – Llegada al centro recreacional Atahualpa Imperial

**14:15** Almuerzo

**17:30 – 19:00** Juegos tradicionales

**19:00 – 20:00** Ingreso a habitaciones o puesta de carpas

**20:00 – 21:00** Cena

**21:00 – 22:30** Cuento y dramatización de leyenda El Tintín y el Río Maluco

**08:00** Despedida y Salida del centro recreacional

**Nota: Traer ropa sport, repelente**

## Paquete N° 3

### Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial – 3 Días



**Opción 1:** Llegada 07:30 Salida 08:00 Con hospedaje y alimentación  
Costo \$ 110,00

**Opción 2:** Llegada 07:30 Salida 08:00 Con camping y alimentación  
Costo \$ 90,00

#### Itinerario:

##### Día 1

**07:30 – 08:30** Registro e ingreso

**08:30 – 09:30** Charla de introducción y bienvenida

**09:30 – 11:00** Recorrido por taller y aprendizaje de elaboración de artesanías

**11:00 – 12:00** Elaboración de briquetas artesanales

**12:00 – 13:30** Almuerzo

**14:00 – 15:00** Recorrido en bicicleta por el centro y reconocimiento de flora

**15:00 – 16:00** Práctica de vóley

**16:00 – 17:30** Práctica de deporte (indor o tenis)

**17:30 – 19:00** Ingreso a habitaciones o puesta de carpas

**19:00 – 20:30** Cena

**20:30 – 22:00** Cuento y dramatización de leyendas La mujer grandota, El jinete sin cabeza

##### Día 2

**07:30 – 08:30** Desayuno

**08:30** Salida en bicicleta

**09:20** Llegada a la playa Los Chinos y disfrute del balneario

**13:10** – Salida de Playa Los Chinos al centro

**14:00** – Llegada al centro recreacional Atahualpa Imperial

**14:15** Almuerzo

**17:30 – 19:00** Juegos tradicionales

**19:00 – 20:00** Ingreso a habitaciones o puesta de carpas

**20:00 – 21:00** Cena

**21:00 – 22:30** Cuento y dramatización de leyenda El Tintín y el Río Maluco

### Día 3

08:00 – 09:00 Desayuno

09:00 Salida en bicicleta Comuna Entre Ríos

09:40 Llegada a la Comuna Entre Ríos

09:40 – 10:15 Visita Capilla Virgen de Fátima

10:15 – 10:40 Visita a vestigios arqueológicos

10:40 – 11:15 Charlas sobre costumbres y tradiciones del lugar

11:15 Regreso al Centro

11:45 Llegada al Centro Recreacional

12:15 – 13:15 Almuerzo

13:30 – 15:00 Recorrido vivero y prácticas de actividades

15:00 – 16:30 Práctica de circuito de competencia

16:30 – 18:00 Visita a la Parroquia Atahualpa

19:30 – 20:30 Cena

20:30 – 23:00 Noche libre en el centro de la Parroquia

08:00 Despedida y Salida del centro recreacional

**Nota: Traer ropa sport, repelente**

### 3.9. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La necesidad de establecer el organigrama de la empresa es definir los departamentos que debe cumplir para su correcto funcionamiento, facilitando así la comunicación, delegación de responsabilidad, buen funcionamiento de las áreas y calidad de servicios.

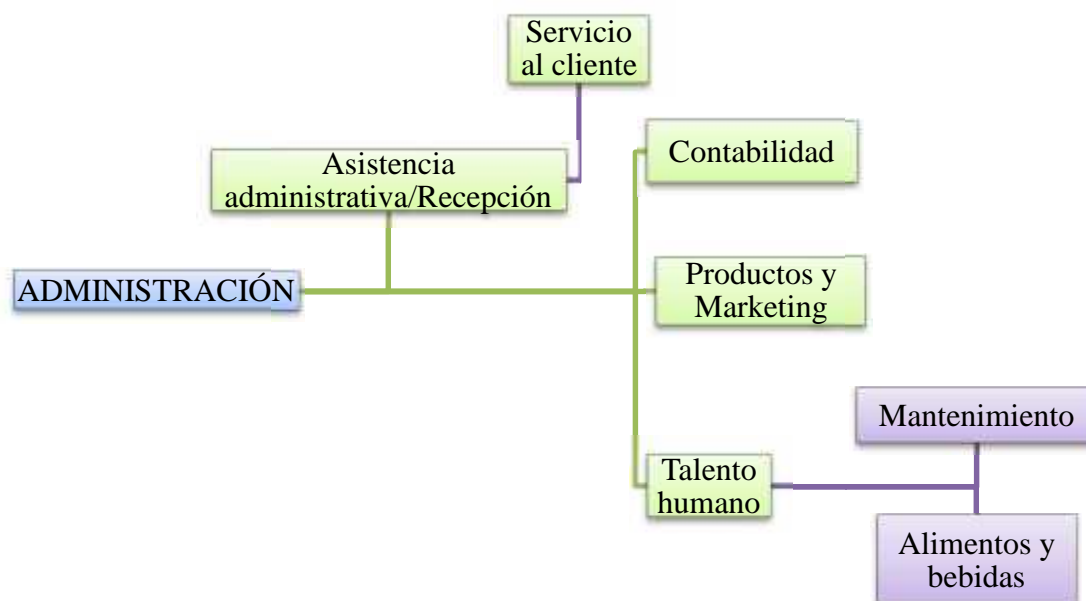


Gráfico # 80 Organigrama Estructural

## Designación de funciones según los cargos jerárquicos

Cada uno de los departamentos está integrado por personal apto y capacitado para los puestos que ocupan estos, a pesar de tener funciones diferentes están en la obligación de coordinar sus acciones para que en conjunto alcancen los objetivos de la empresa y desarrollar positivamente el centro recreacional y el turismo en la zona, para efecto de esto se presenta a continuación las funciones que deben cumplir en sus cargos.

Cargo	Descripción general	Funciones a desempeñar
Administrador	Cargo máximo dentro del centro recreacional turístico, ejerce funciones de gran responsabilidad.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Líder/Manejo de personal.</li> <li>2. Mantener la buena comunicación.</li> <li>3. Proponer y gestionar acciones para el crecimiento sostenible del centro recreacional.</li> <li>4. Manejar los ingresos económicos en favor de la empresa, colaboradores y comunidad local.</li> </ol>

Tabla # 12 Funciones del departamento administrativo

Cargo	Descripción general	Funciones a desempeñar
Asistente administrativo/Recepcionista	Cargo de responsabilidad no menor a la desempeñada por el administrador, la presión en él puede llegar a ser alta.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atención al cliente</li> <li>2. Reservar y coordinar estancia de visitantes y huéspedes.</li> <li>3. Tomar decisiones, manejar una buena comunicación, trabajar en equipo con el resto del personal</li> <li>4. Sustituir al administrador en caso de ausencia.</li> </ol>

Tabla # 13 Funciones asistente administrativo-recepcionista

Cargo	Descripción general	Funciones a desempeñar
Contador	Cargo altamente	

	complejo y elemental dentro del establecimiento.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Control de los ingresos y egresos de centro recreacional.</li> <li>2. Mantener al día sus actividades e informado al departamento administrativo.</li> <li>3. Proponer cambios sobre gastos e inversión, ayuda en toma de decisiones.</li> <li>4. Manejar programas de retribución a la comunidad.</li> </ol>
--	--	---

Tabla # 14 Funciones de la asistencia administrativa y recepción

Cargo	Descripción general	Funciones a desempeñar
Gestor de productos y marketing	Cargo dinámico de indispensable existencia, de presión media.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar las mejoras posibles para el centro recreacional, manteniendo su enfoque general.</li> <li>2. Evaluar los cambios tendenciales de los visitantes.</li> <li>3. Gestionar las actividades necesarias para posicionar y mantener el producto en el mercado controlando el no exceso en su posible inversión.</li> <li>4. Manejar base de datos actualizadas de visitantes, y evaluar la percepción de los habitantes locales y consumidores, (Toma de decisiones).</li> </ol>

Tabla # 15 Funciones del departamento de Productos y Marketing

Cargo	Descripción general	Funciones a desempeñar
Talento humano	Cargo de responsabilidad alta y dinámico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contrata personal, evalúa desempeño, promueve el compañerismo.</li> <li>2. Planifica actividades internas de integración del personal, coordina vacaciones entre otros derechos y</li> </ol>



CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
		<p>necesidades de los empleados.</p> <p>3. Responsable del buen funcionamiento del área de alimentos y bebidas.</p> <p>4. Responsable del cuidado y mantenimiento de las áreas del centro recreacional.</p>

Tabla # 16 Funciones del departamento de Talento Humano

### 3.9.1. Consideraciones para la contratación del personal de planta

A continuación se muestran los perfiles que necesitan los aspirantes

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
ADMINISTRADOR	<p>Planificación, organización y control.</p> <p>Planificar y promocionar paquetes turísticos para el centro recreacional.</p> <p>Convenios</p> <p>Innovar estrategias y áreas del centro Recreacional</p> <p>Controlar y conseguir los recursos económicos</p> <p>Invertir en áreas</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Ingeniero en Turismo</p> <p><b>Conocimiento:</b> En manejo de empresas turísticas</p> <p><b>Habilidades</b> -Trabajar en equipo y bajo presión -Facilidad de negociación - Responsabilidad, toma de decisiones</p> <p><b>Actitudes</b> - Innovador - Liderazgo - Positivo</p>

Tabla # 17 Perfil del Administrador

C o n t a d o r	Manejar adecuadamente el capital	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Contador Público Autorizado</p> <p><b>Conocimiento:</b> En manejo de empresas turísticas Pago de retenciones e impuestos</p> <p><b>Habilidades</b> - Trabajar bajo presión -Facilidad de negociación -Responsabilidad, toma de decisiones</p> <p><b>Actitudes</b> - Positivo - Puntual - Honesto</p>
	Controlar los gastos e inversiones	
	Manejar programas contables	
	Pagar a los empleados	
	Tener al día todos los ingresos y egresos de la empresa	

Tabla # 18 Perfil del Contador

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
Gestor de Marketing	Estudiar el mercado.	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Licenciado en Marketing.</p> <p><b>Conocimiento:</b> En manejo de herramientas informáticas y tecnológicas y diseño de productos turísticos.</p> <p><b>Habilidades</b> - Responsabilidad, toma de decisiones -Creatividad -Innovador</p> <p><b>Actitudes</b> - Positivo - Perseverante - Honesto</p>
	Estudiar características de la demanda.	
	Diseñar productos.	
	Elaborar plan de marketing.	
	Evaluar la campaña.	

Tabla # 19 Perfil de gestor de Marketing

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
-------	-------------	---------------------

Administrador de talento humano	<p>Evaluar a postulantes</p> <p>Contratar al personal.</p> <p>Evaluar desempeño.</p> <p>Fijar actividades de trabajo.</p> <p>Velar el interés de los trabajadores.</p> <p>Manejar y mantener un excelente ambiente laboral.</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Licenciado en Administración de negocios o afines.</p> <p><b>Conocimiento:</b> En manejo de personal.</p> <p><b>Habilidades</b> - Responsabilidad, toma de decisiones - Honestidad</p> <p><b>Actitudes</b> - Lealtad - Compromiso</p>
---------------------------------	---	---

Tabla # 20 Perfil de administrador de talento humano

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
G u í a s	<p>Dar información clara, oportuna y precisa</p> <p>Orientar al turista</p> <p>Incentivar el respeto por la vida y los recursos</p> <p>Conseguir la satisfacción del turista e incentivar su regreso.</p> <p>Enseñar el proceso de elaboración de briquetas artesanales</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Guía local/comunitario</p> <p><b>Conocimiento:</b> -. Guianza - Primeros auxilios - Dos idiomas -Dinámicas de grupo</p> <p><b>Habilidades</b> - Convencimiento - Facilidad de palabra - Contagiar alegría</p> <p><b>Actitudes</b> - Positivo - Servicial - Honesto - Responsable</p>

Tabla # 21 Perfil de guías

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
-------	-------------	---------------------

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
<b>R E C E P C I O N I S T A</b>	<p>Dar información clara, oportuna y precisa</p> <p>Orientar al turista</p> <p>Incentivar la compra</p> <p>Realizar las reservaciones y registro de turistas, actualizar base de datos.</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Licenciado en administración de empresa.</p> <p><b>Conocimiento:</b> -Atención al cliente, manejo de negocios, delegación de responsabilidad.</p> <p><b>Habilidades</b> - Convencimiento - Facilidad de palabra - Trabajar bajo presión - Resolver problemas</p> <p><b>Actitudes</b> - Positivo - Servicial - Honesto - Responsable</p>

Tabla # 22 Perfil de asistente administrativo/recepcionista

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
<b>C O C I N E R O S</b>	<p>Preparar los alimentos</p> <p>Mantener la limpieza de su área</p> <p>Atender a los turistas</p> <p>Preparar los menús</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Experiencia en el área mínimo 1 año en trabajos relacionados.</p> <p><b>Conocimiento:</b> -Preparación de platos típicos - Manejo de alimentos y bebidas</p> <p><b>Habilidades</b> - Trabajar bajo presión - Resolver problemas, toma de decisiones</p> <p><b>Actitudes</b> - Puntual - Servicial -Honesto - Responsable</p>

Tabla # 23 Perfil de cocineras(os)

<b>E B A N I S T A</b>	<p>Enseñar el proceso de elaboración del mueble</p> <p>Mantener la limpieza de su área</p> <p>Atender a los turistas</p> <p>Elaborar un mueble pequeño básico</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Maestro ebanista Experiencia en el área mínimo 5 años</p> <p><b>Conocimiento:</b> - Fabricación de muebles y artesanías - Precios en el mercado</p> <p><b>Habilidades</b> - Trabajar bajo presión - Resolver problemas, toma de decisiones</p> <p><b>Actitudes</b> - Puntual - Servicial - Responsable - Práctico</p>
--	---	---

Tabla # 24 Perfil de ebanista

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
<b>A R T E S A N O</b>	<p>Enseñar el proceso de elaboración artesanías en material reciclado</p> <p>Atender y vender los productos de madera y artesanías en material reciclado al cliente.</p> <p>Manejar la contabilidad del área y presentar informe mensual al departamento contable</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Artesano(a) con certificado de cursos realizados. Experiencia en el área mínima 1 año</p> <p><b>Conocimiento:</b> - Elaboración de artesanías - Atención al cliente</p> <p><b>Habilidades</b> - Trabajar bajo presión - Usar el tiempo adecuadamente</p> <p><b>Actitudes</b> - Puntual - Servicial - Responsable - Práctico</p>

Tabla # 25 Perfil del artesano (a)

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
-------	-------------	---------------------

<b>M A N T E N I M I E N T O</b>	<p>Mantener limpias y ordenadas cada una de las áreas.</p> <p>Responsables de la bodega y sus materiales de trabajo.</p> <p>Manejar la contabilidad del área y presentar informe mensual al departamento contable</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Bachiller Experiencia mínima 2 años</p> <p><b>Conocimiento:</b> - Limpieza y mantenimiento de habitaciones, piscina y otras áreas</p> <p><b>Habilidades</b> - Trabajar bajo presión - Usar el tiempo adecuadamente</p> <p><b>Actitudes</b> - Puntual - Servicial - Responsable - Práctico</p>
--	---	---

Tabla # 26 Perfil de personal de mantenimiento

CARGO	ACTIVIDADES	PERFIL/ EXPERIENCIA
<b>J A R D I N E R O</b>	<p>Mantener limpias y ordenadas su área.</p> <p>Responsables de la bodega y sus materiales de trabajo.</p> <p>Enseñar el proceso de siembra, cosecha y elaboración de abono orgánico</p> <p>Mantenimiento de las áreas verdes del centro recreacional</p>	<p><b>Perfil del aspirante:</b> Bachiller Experiencia mínima 2 años</p> <p><b>Conocimiento:</b> - Cuidado de plantas - Trabajar con abono orgánico</p> <p><b>Habilidades</b> - Trabajar bajo presión - Usar el tiempo adecuadamente</p> <p><b>Actitudes</b> - Puntual - Servicial - Responsable - Práctico - Ordenado</p>

Tabla # 27 Perfil de jardineros

### 3.9.1.1. Manual de procedimiento para la prestación de servicios

La atención que se dé al cliente es lo principal para conseguir los objetivos que se han planteado, la calidad es subjetiva, depende de la perspectiva que el

turista tenga antes de llegar al centro. Como empresa y servidores del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” se capacita a los empleados para que la atención cumpla con las expectativas y estándares de calidad alcanzando la satisfacción de los clientes.

### **Pasos para realizar la reserva telefónica**

- Saludo y presentación del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial”.
- Escuchar las interrogantes del cliente
- Responder de forma clara y precisa
- Sugerir los paquetes turísticos – enviarlos por correo si es necesario
- Realizar la reserva
- Informar sobre descuentos por grupos, formas de pago – 50% por adelantado
- Verificar datos
- Despedida

### **Pasos para dar la bienvenida al turista**

- Recibirlo
- Darle la bienvenida
- Verificar la reserva o realizar el registro de ingreso
- Presentar a su guía
- Mostrarle sus opciones de paquetes y áreas del centro recreacional “Atahualpa Imperial”.

### **Pasos para la despedida**

- Agradecer su visita
- Motivar su regreso
- Intercambio de opciones o sugerencias
- Sorteo de una artesanía para grupos
- Despedida

## **GUIANZA**

### **Pasos de bienvenida al turista**

- Recibirlo, saludarlo.
- Presentarse.
- Introducción breve.
- Dar a conocer políticas preestablecidas sobre la actividad a realizar.

### **Durante el recorrido**

- Cuidar su integridad física
- Aclarar dudas sobre lo visitado.
- Integración grupal

### **Despedida**

- Agradecimiento, toma de sugerencias, despedida.

### **Actividades de vivero**

- Recibir cordialmente a los visitantes
- Presentarse
- Entablar un diálogo de conocimiento
- Expresar las actividades a realizar
- Practicar las actividades preestablecidas
- Entablar diálogo de percepción y satisfacción
- Salida del área de vivero

### **Actividades de área de artesanías**

- Saludo de bienvenida
- Introducción breve de actividades a realizar, políticas de manejo y seguridad.



- Descripción de herramientas y materiales
- Muestra de la actividad artesanal
- Participación de los visitantes en el proceso
- Intercambios de ideas
- Salida del área de artesanías y manualidades.

### 3.10. MARKETING MIX: CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO “ATAHUALPA IMPERIAL”.

- **Producto**

El Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial” ha sido estructurado para satisfacer las necesidades de los turistas, por ello es poseedor de características específicas y otras complementarias, en el siguiente esquema se expondrán las características y necesidades a las que éstas corresponden.

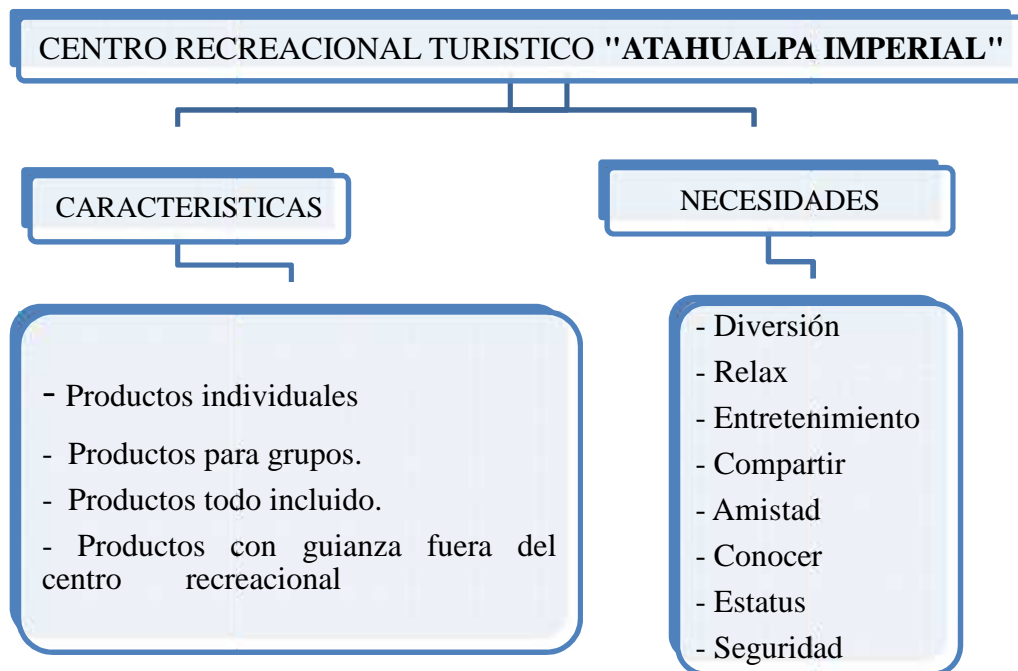


Gráfico # 81 Características y necesidades a las que satisface. El establecimiento presenta los siguientes niveles de producto:

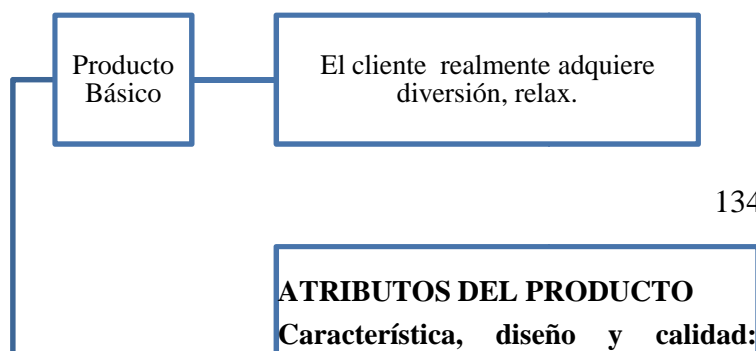


Gráfico # 82 Niveles del Producto "Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial"

- **Precio**

Una de las estrategias para comercializar el producto “Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial” es establecer un precio cómodo de acuerdo con la

estructura, servicios, etc., que contenga el centro. El precio además es determinado por el costo de producción y por el margen de utilidad que este producirá al momento de sacarlo a la venta, tomando en cuenta las sugerencias y predisposición de los clientes que formaron parte de la prueba piloto de las encuestas.

### **Precios de la competencia**

La competencia identificada como directa es el complejo deportivo “José Francisco Ceballos” en la parroquia San José de Ancón, por tal motivo se parte desde el estudio de los precios de las áreas que ofrece para establecer las estrategias necesarias para el centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial”.

<b>Precios de la competencia</b>	
Piscina	2,00
Cancha de Vóley	10,00 la hora
Cancha de Indor	20,00 la hora

Tabla # 28 Precios de la competencia

Luego de haber analizado los precios de la competencia se procede a establecer los precios para las áreas y servicios del centro recreacional turístico Atahualpa Imperial, tomando en cuenta valores promedio de gastos sugeridos por los turistas.

La tabla de precios que se presenta a continuación muestra los precios para cada área o servicio, con el objetivo de dar facilidad y comodidad de compra a los clientes:

<b>Dato</b>	<b>Precios x persona</b>	
	<b>Adulto</b>	<b>Menores de edad</b>
Habitaciones	<b>10,00</b>	<b>8,00</b>
Camping	<b>5,00</b>	<b>5,00</b>

Restaurante (Almuerzo)	<b>3,50</b>	<b>3,50</b>
Piscina	<b>2,00</b>	<b>1,50</b>
Juegos tradicionales con guía	<b>2,00</b>	<b>1,00</b>
Guía fuera del centro	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
Pista de Obstáculos	<b>3,50</b>	<b>3,00</b>
Cancha de Vóley	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>
Cancha de Tenis	<b>1,50</b>	<b>1,00</b>
Cancha de fútbol	<b>1,00</b>	<b>0,50</b>
Vivero	<b>0,50</b>	<b>0,50</b>
Área Artesanías/manualidades	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>
<b>Todo incluido</b>	<b>40,00</b>	<b>35,00</b>
<b>Grupo de 20 personas – el 12,5%</b>	<b>35,00</b>	<b>-</b>
<b>Grupo de 20 personas – 12,5%</b>	<b>-</b>	<b>30,00</b>

Tabla # 29 Precios de uso de áreas y servicios

El centro manejará una tabla de descuentos para ciertos mercados como se manifiesta en la siguiente tabla:

<b>Dato</b>	<b>Descuento</b>
Por número de pax (21 en adelante)	15%
Personas con capacidades especiales	15%
Instituciones estudiantiles, públicas, etc.	12%
Festejos de cumpleaños, aniversarios, Baby shower, despedidas de solteros u otros.	10%

Tabla # 30 Descuentos

- **Plaza**

En la variable plaza se determinó con la mayor precaución las que iban a ser utilizadas debido a que esto no podría haber causado pérdidas en lugar de ahorro. Aquí se han determinado las que integran el sistema de distribución más

práctico y rentable para el centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial”. En el siguiente esquema se muestra de forma gráfica la forma de trabajo de los que integran el sistema de distribución.

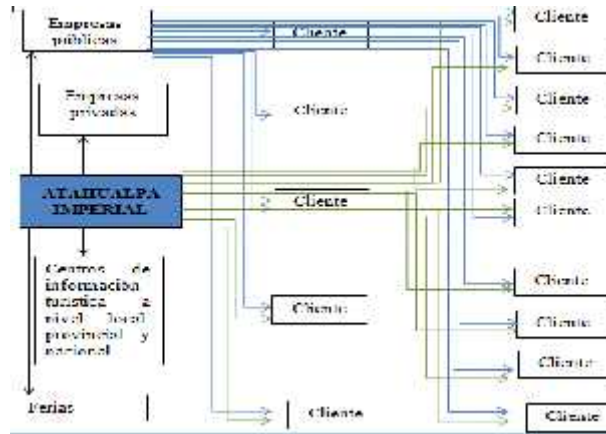


Tabla # 31 Sistema de distribución

En el esquema se muestra el funcionamiento del centro recreacional turístico y la función que realiza una organización utilizada como medio de distribución, realizando el cálculo matemático del ejemplo expuesto se obtiene el total de clientes contactados, informados, etc., esto solo como ejemplo del efecto multiplicador que causa la adecuada aplicación de los canales de distribución.

$$\begin{array}{rcccl} \text{EMPRESAS} & \text{X} & \text{CLIENTES} & = & \text{GESTIONES} \\ 5 & \text{X} & 15 & = & 75 \end{array}$$

La importancia y necesidad de emplear el plan de promoción y comercialización para el centro recreacional se basa en que todo producto por muy bueno que sea necesita darse a conocer para aumentar su mercado de acción y por ende sus ingresos económicos que harán que se mantenga en el mercado, a la vez reinvertir en el negocio para reparaciones, ampliación de áreas, pago a empleados, pago de servicios básicos, etc. En conclusión el plan de estrategias de promoción y comercialización debe estar estructurado de tal forma que los clientes y posibles clientes tengan en mente al centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” como una de sus mejores opciones para su distracción.

### Los intermediarios del Centro Recreacional Turístico Atahualpa Imperial

## **Entidades Públicas**

- Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias Atahualpa, Ancón, Anconcito y Chanduy.
- Centros de información turística a nivel local, provincial y nacional.

## **Empresas Privadas**

- Mueblerías de la localidad (comisión del 8% de la venta)
- Hoteles de Santa Elena, La Libertad, Salinas. (comisión del 8% de la venta)

## **Centros de información turística a nivel local, provincial y nacional.**

- EMUTURISMO de Santa Elena.
- Itur de La Libertad.
- Itur de Salinas.

(Comisión del 5% por venta efectiva de grupos de 10pax en adelante)

## **FERIAS**

- Feria del Mueble de la parroquia Atahualpa (gastos de stand)
- Feria de turismo a nivel provincial (gastos de stand)

El realizar alianzas con entidades públicas y privadas, al igual que estrategias con parroquias, comunidades y la participación en ferias facilitan el acceso de información sobre el centro a los turistas ya que estos acuden voluntariamente a estos sitios por trámites, información turística u otros, y en esta visita brindar la información por medio de trípticos, tarjetas de presentación, etc.

### **• Comunicación**

La promoción del centro recreacional turístico Atahualpa Imperial se centra en estrategias con la finalidad de promocionar, comunicar, persuadir y estimular la compra, adquisición del mismo y su uso. Cuando ya el producto esté en el mercado se debe realizar acciones que hagan recordar al cliente su existencia.

### **Estrategias de promoción para introducción del producto en el mercado**

- Participar en las ferias locales y provinciales, brindando información y utilizando materiales como fotografías, poster, folletería, obsequiar accesorios como bolígrafos, llaveros, pulseras, etc.
- Publicar anuncios diarios en las redes sociales.
- Correo directo con información de paquetes, ofertas.
- Ubicar anuncios en vehículos pertenecientes a la empresa Atahualpa Imperial.
- Ubicar una valla en la entrada este de la localidad de Atahualpa Vía Guayaquil-Atahualpa-Salinas.
- Actualizar información constantemente.
- Realizar sorteos de 2 x 1 en radios.

Cuando el centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial ya tenga una cartera considerable de clientes y tiempo en el mercado es necesario e imprescindible la oportuna aplicación de estrategias de promoción para recordar al cliente la existencia del producto y aplicarlas de tal forma que no se excedan su inversión.

<b>Tipo de promoción</b>	<b>Medio de promoción</b>	<b>Detalle</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Precio \$</b>
Auditiva	Radio	Sorteos de 2 x 1 cada mes o cuando sea oportuno realizarlo. En radio Amor y Náutica.	Salinas y La Libertad	\$ 60,00
Facebook	Internet	En las redes sociales se publicarán eventos, promociones, ofertas, fotografías actualizadas, etc.		Sin costo
Correo directo	Internet	Se enviará a la cartera de clientes, instituciones educativas y otras.		Sin costo

Total	\$ 60,00
-------	----------

Tabla # 32 Gastos de promoción

**Estrategias de publicidad para recordar la existencia del producto.**

- Promover el turismo interno en la localidad de Atahualpa con sorteos de pases de 2 x 1 en festividades de la parroquia y en otras cercanas.
- Ofrecer vales de descuentos para la siguiente visita solo para grupos.
- Entregar afiches, volantes y tarjetas de presentación.
- Anuncios de paquetes, ofertas en redes sociales.

Para realizar todas las estrategias de publicidad del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” se han utilizado medios escritos, audiovisuales que implican un costo que se detalla en el siguiente cuadro sobre ubicación, cantidad a producir y los gastos que implica llevar a ejecución este plan de marketing para el reconocimiento del centro a nivel local, provincial y nacional e incluso internacional.

Tipo de promoción	Medio de publicidad	Detalle	Ubicación	Precio \$
Valla	Señalética	Se ubicará una valla con imágenes ilustrativas, datos específicos como correo, teléfono, red social dirección.	Entrada este de la Parroquia Atahualpa Vía Guayaquil - Atahualpa-Salinas.	\$120,00
Hojas volantes	Escrito	Se entregarán 1000 volantes en lugares específicos de la provincia, universidad, colegios, balnearios.	Salinas, La Libertad, Santa Elena, Ancón.	\$ 30,00



Trípticos	Escrito	500 unidades impresas a full color en papel bond, entregados en los centros de información	Salinas, La Libertad, Santa Elena	\$ 60,00
Tarjetas de presentación	Escrito	Considerados como otros medios de comunicación se imprimirán 300 unidades.	Salinas, La Libertad, Santa Elena, y Atahualpa.	\$ 10,00
Llaveros, bolígrafos, pulseras	Accesorios publicitarios	Se entrega en las visitas por sorteo.	Atahualpa	\$ 300,00
<b>Total</b>				\$ 520,00

Tabla # 33 Gastos de publicidad

### Publicidad radial

La radio es el medio en donde se puede dar información del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” de forma más rápida y práctica ya que los clientes pueden escuchar la radio cuando van en un transporte, desde sus celulares, casas etc., y es el medio más económico. La estrategia del uso de este medio está basado en que a más de las cuñas de servicios ofertados se obsequia a los que participen en algún concurso organizado por la radio un pase 2 x 1 logrando atraer turistas a conocer el centro, a la vez que la radio logra la sintonía de sus seguidores logrando reducir costos.

Empresa	Dato	Horarios	Duración	Costo
Radio Amor	Viernes	07:00 – 10:00	20 segundos	60\$
	Sábados	07:00 – 10:00	20 segundos	

Radio La Tuya	Viernes	10:00 a 11:00 y 15:00 a 17:00	20 segundos	70\$
	Sábados	09:00 a 11:00 y 15:00 a 17:00	20 segundos	
Radio la Otra	Viernes	10:00 a 11:00 y 15:00 a 17:00	20 segundos	80\$
	Sábados	09:00 a 11:00 y 15:00 a 17:00	20 segundos	

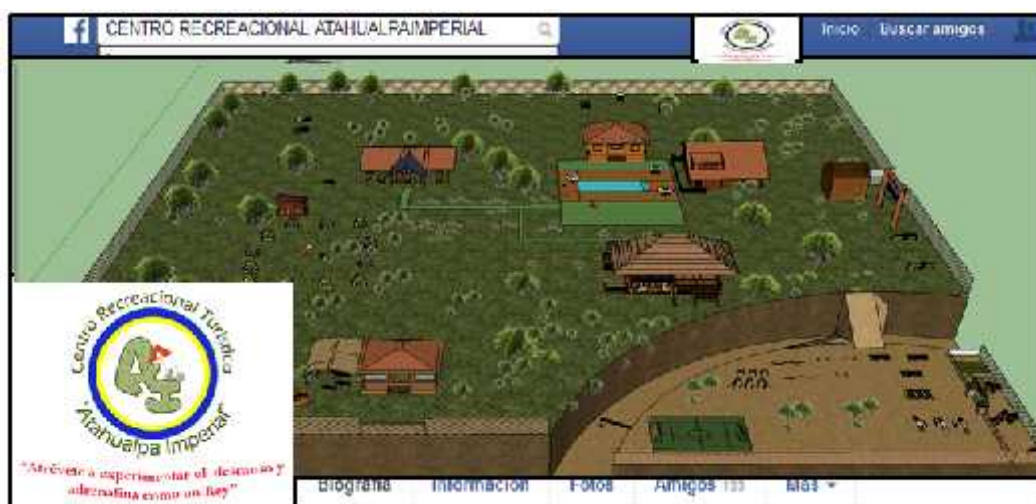
Tabla # 34 Cuñas Publicitarias

### Mensaje publicitario radial

“Quieres descanso, diversión, salir de la rutina, pues ahora puedes encontrar todo esto en un mismo lugar Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial” ubicado en la parroquia Atahualpa a 20km de Santa Elena. Contactos al 2907237 – 0988896323 o para más información al Facebook Atahualpa Imperial. “Atrévete a experimentar el descanso y adrenalina como un rey” arma tu grupo y ven ya”.

### Red social “Facebook”

Es el medio más usado y sin costo alguno por publicación, aquí se tendrá contacto directo con los usuarios, se actualizará información, fotos, descuentos, etc., de igual forma los clientes dejarán sus sugerencias por este medio.



### Valla publicitaria

La valla está diseñada con el objetivo de que los clientes lean la información en una fracción de segundos, y sobre todo que la comprendan, por tal razón sus componentes son el nombre de la empresa con el logotipo, distancia, números de contactos y red social Facebook, estará ubicada en la entrada este de la parroquia Atahualpa vía Guayaquil-Atahualpa-Salinas, las medidas son de 1mt de alto x 1,50mt de ancho.



Gráfico # 84 Valla publicitaria

### Tarjeta de presentación

La tarjeta de presentación contendrá información similar a la gigantografía publicitaria del centro recreacional turístico "Atahualpa Imperial" con datos telefónicos, dirección, servicios que ofrece como camping, hospedaje, alimentos y

bebidas, áreas deportivas y de recreación familiar, correo y Facebook de la empresa turística.

Estas tarjetas se entregan cuando los turistas solicitan información en recepción, así como personas de diferentes lugares de la provincia y del país por los trabajadores del centro recreacional.



Gráfico # 85 Tarjeta de presentación

### Hojas volantes

La hoja volante contendrá información básica con imágenes ilustrativas de las áreas datos telefónicos y servicios del centro recreacional turístico "Atahualpa Imperial"



Servicios de habitaciones cómodas, camping, alimentación, área de juegos, piscina, ciclopaseos, vivero, artesanías, etc.

**Dirección:** Parroquia Atahualpa a  
20 km de Santa Elena  
**Telf.** 2907237 **Cel.** 0988896323  
**f** Atahualpa imperial  
**Correo:**  
Atahualpa\_imperial@hotmail.com



Gráfico # 86 Hoja volante

### Accesorios de ayuda publicitaria

Los accesorios utilizados sean en ferias o de obsequio a los turistas cuando lleguen al centro recreacional turístico serán llaveros, bolígrafos y pulseras.



Gráfico # 87 Bolígrafo





Gráfico # 88 Llaveros



Gráfico # 89 Pulsera

## **Tríptico**

El tríptico contiene información general de la parroquia Atahualpa con ubicación entre otros datos y también información más detallada sobre el centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” sus servicios y áreas, etc.

## Parroquia Atahualpa

### Ubicación e información relevante

La parroquia Atahualpa se encuentra ubicada en el Sur de la Provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena a 20.4 km de la Capital del mismo nombre. Atahualpa es conocida a nivel provincial y nacional como Capital del Mueble, Imperio del Mueble entre otros, a razón de que sus moradores se han dedicado a la actividad de la ebanistería por ya varias décadas, la mayoría de sus habitantes con el pasar de los años ha perfeccionado sus habilidades con la madera.



Atractivos de la  
Parroquia Atahualpa

- ◆ **Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial”**
- ◆ Playa Santo Tomás
- ◆ Playa Los Chinos
- ◆ Fiestas de San Juan Bautista
- ◆ Fiestas Virgen de Fátima (Cucurucho)
- ◆ Fiestas Parroquiales 15 de Marzo
- ◆ Fiestas Comunales en el julio
- ◆ Fiestas Club 24 de Mayo
- ◆ Fiestas de los Difuntos – 1,2 de noviembre
- ◆ Feria del Mueble “Atahualpa Capital del Mueble
- ◆ Leyendas
- ◆ Muebles y artesanías

- ◆ **Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial”**



Servicios de habitaciones cómodas, camping, alimentación, área de juegos, piscina, ciclopaseos, vivero, artesanías, etc.

**Telf. 2907237**

**CEL. 088896323**

Áreas y Servicios del “Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial””

**Vivero:** se enseña a realizar abono orgánico y siembra y cosecha



**Área de deporte y juegos**



**Camping**



**En el centro recreacional encontrará los servicios:**

- bitaciones cómodas
- ea de camping
- clopaseos dentro y fuera del centro.
- ea deportiva
- vero
- ea de artesanías en madera y con materiales reciclados
- drá disfrutar de eventos culturales, dramatización de leyendas locales.
- drá realizar eventos sociales
- Encontrará el espacio y tiempo perfecto para compartir en familia, amigos o hacer amistades nuevas.





### **3.11. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL DEL CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO ATAHUALPA IMPERIAL**

Este estudio se basa en identificar y dar la posible solución a toda repercusión causada por acciones realizadas en las fases de construcción y operación del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” por lo tanto se convierte en el método para la toma de decisiones sobre temas de interés ambiental, aclarando que el impacto no precisamente arrojará resultados negativos.

Este proyecto prevé que la implementación y operación del centro recreacional turístico trae consigo efectos negativos pero también positivos, entrando en temas relacionados con el entorno afectado por la construcción, ruido, u otros problemas que no serán de agrado de muchos. Por esto se efectuó el estudio de impacto ambiental para implantar un plan de contingencia para mitigar al máximo los posibles efectos negativos que el centro turístico traiga a la localidad de Atahualpa.

#### **Evaluación ambiental**

Ítems netamente relacionados con la creación del proyecto Centro Recreacional Turístico Atahualpa”

#### **Calidad del suelo**

El suelo en donde está prevista la implantación del centro recreacional turístico Atahualpa según estudios realizados por la fundación Santiago de Guayaquil está dentro del ecosistema bosque seco occidental con una formación vegetal denominada matorral seco de tierras bajas de la costa en un 100% de su territorio.

La intervención que se hará en este espacio definido para la implementación del centro (levantamiento de construcción áreas) tendrá un efecto no reversible ya que este será permanente, razón por la cual es inevitable la

degeneración de este espacio sea por preparación del suelo, y excavación para enterrar las líneas de agua potable.

### **Calidad del agua**

En lo referente a la calidad del agua relacionado con el posible impacto que conlleve la construcción de la infraestructura física de las áreas, no afecta en lo absoluto ya que si es cierto existe un río dentro de las hectáreas de terreno intervenido, pero también es real que los cambios que en las últimas décadas ha experimentado la zona ha hecho que se encuentran totalmente secos desde ya varios años por lo que la población se abastece de agua potable por las tuberías instaladas en la mayor parte de la cabecera parroquial.

Cabe mencionar que cuando se excava en los ríos a varios metros de profundidad se encuentra agua pero no una cantidad altamente significativa por lo que es extraño que sus habitantes hagan este trabajo, descartando que exista un efecto negativo en este recurso al realizar las actividades de construcción.

Tomando en cuenta estas consideraciones el proyecto plantea proveerse de agua de tanqueros cuyo valor por viaje es de 25,00 dólares esto para uso de la construcción, posteriormente en su operación se hará uso de este servicio para llenar cisternas de por lo menos 10 metros cúbicos para atender actividades de riego en áreas forestadas.

Para efecto de servicio de los visitantes se hará uso del agua potable, servicio prestado por la compañía de Aguapen, el agua servida tendrá un reutilizamiento que más adelante se expondrá. El agua será trasladada desde unos 400 metros por tubería PVC de 2" con reducción de 2" a 1" en área de piscina, y con reducción de 2" a 1/2" en el resto de las áreas.

### **Vegetación**

En la implementación de las áreas del centro recreacional turístico en la parroquia Atahualpa como son la casa de hospedaje, el mirador, la instalación de

la piscina prefabricada, área de juegos, cafetería, oficinas y recepción,causará un efecto mínimo ya que como es de conocimiento este tipo de suelo se caracteriza por tener su vegetación escasa y sus bosques son dispersos, recalcando que su aspecto en la mayoría de los meses es seco y que el espacio a utilizar es de 200 x 150 metros y el territorio de la localidad es extenso con esta característica. Con esto no se pretende decir que se talará la vegetación existente, al contrario las construcciones se harán en los espacios libres (pampas). Como se puede apreciar en los anexos al final de este trabajo investigativo.

### **Fauna**

Efectuando el análisis en la flora y las posibles repercusiones en este aspecto se resume que el efecto es prácticamente nulo, ya que este bosque alberga pocas especies, el centro recreacional está lejos del mar y de la zona de El Tambo que es considerado el espacio más verde y productivo del sector de Atahualpa. Además cabe volver a mencionar que el proyecto no pretende dañar o destruir la vegetación autóctona del área más bien pretende protegerla ya que es el hábitat de animales como aves y diferentes tipos de insectos.

### **Desechos sólidos**

En cuanto a los desechos sólidos ocasionados por la construcción se rige a un buen manejo y control de su uso evitando el exceso de estos, en cuanto a los desechos ocasionados ya en la operación de las actividades cuando se encuentre el centro en funcionamiento se plantean diversas acciones ante esto tanto de prevención y actuación antes los que se presenten.

### **Identificación de factores causantes de los impactos ambientales**

Los factores que se encuentran dentro de las consideraciones a evaluar en el impacto ambiental que trae la creación de las áreas de construcción del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” son: el aire, agua, suelo, flora, fauna existente en el área y entorno inmediato.

Factores contaminantes identificados en el transcurso de construcción de las áreas del centro recreacional turístico.

Para efecto de análisis de los posibles efectos que podrían darse al ejecutarse el desarrollo del proyecto centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” se presenta una matriz de evaluación de impactos en cuanto a factores que podrían ser afectados negativamente como a su vez pueden tener un resultado positivo, y también acciones que estarían causando ese resultado desfavorable como favorable para la localidad y sus habitantes.

En esta matriz se observan las actividades a desarrollarse tanto en el proceso de construcción y operación realizando una ponderación subjetiva de los resultados que se darían en el proceso, los factores que se han tomado en cuenta para este proceso están netamente relacionados con el centro y las acciones planificadas en su constitución.

La ponderación que estos factores reciben están dentro del rango preestablecido por el autor de la matriz, pudiendo calificarlos de acuerdo a la gravedad que se pudiese predecir, los daños en ellos o todo lo contrario la aportación en beneficio y mejora de la zona sea en servicios, calidad del paisaje, satisfacción laboral, entre otros que se observarán en los siguientes datos.

	Fase de construcción												Fase de Operación												TOTAL	
	Excavaciones del terreno		Traslado de materiales		Movimiento de maquinaria		Estructura		Acabados		TOTAL		Mantenimiento de área de camping		Mantenimiento de casa de huésped		Mantenimiento de área de juegos		Mantenimiento de tienda artesanal		Mantenimiento de vivero		Actividades de visitantes/huéspedes			
	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I	M	I		
Calidad del aire	1	3	0	1	2	2	3	2	3	-2	9	6	5	1	3	-2	3	1	2	2	5	5	2	2	20	9
Vibraciones y ruido	3	3	3	-2	3	-3	3	2	2	-1	14	-1	-1	4	3	-1	2	2	2	2	4	1	3	3	13	11
Calidad del suelo	2	-1	3	-3	2	-2	3	-1	3	-2	13	-9	2	4	2	-1	0	0	0	0	2	5	1	2	7	10
Árboles y arbustos	2	-1	0	0	0	0	0	0	1	1	3	0	2	4	0	0	0	0	0	0	-1	5	2	2	3	11
Especies terrestres	2	-1	2	-1	3	-2	2	4	2	3	11	3	3	5	0	0	0	0	0	0	2	5	2	1	7	11
Total medio físico	10	3	8	-5	10	-5	11	7	11	-1	50	-1	11	18	8	-4	5	3	4	4	12	21	10	10	50	52
Red de servicios básicos	1	1	0	0	0	0	2	2	1	2	4	5	1	2	2	2	1	2	2	3	1	4	3	1	10	14
Eliminación de residuos	2	2	3	1	0	0	3	2	2	2	10	7	3	-1	3	2	-1	2	2	-3	-2	3	2	2	7	5
Seguridad	3	3	5	2	3	1	3	2	2	2	16	10	0	2	0	3	-2	3	0	2	0	3	0	3	-2	16
Salud	3	0	0	0	0	0	3	-2	0	0	6	-2	0	1	-1	1	-1	1	0	0	-1	2	-2	3	-5	8
Empleo	3	-3	4	2	-2	3	-2	3	-2	3	1	8	-2	3	-1	2	-1	2	-2	4	-2	4	-1	2	-9	17
Ornato y estética	0	0	0	0	-1	3	-1	3	-1	3	-3	9	-1	2	-1	2	0	0	1	1	-2	3	0	0	-3	8
Comercio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-2	2	0	1	0	3	-2	4	-2	4	3	2	-3	16
Total socioeconómico	12	3	12	5	0	7	8	10	2	12	34	37	-1	11	2	13	-4	13	1	11	-8	23	5	13	-5	84
Total Medio Ambiente	22	6	20	0	10	2	19	17	13	11	84	36	10	29	10	9	1	16	5	15	4	44	15	23	45	136

Tabla # 35 Matriz de LEOPOL en Relación al Centro Recreacional Turístico (EIA).

Para efecto de análisis de esta tabla se extraen las acciones que se han considerado para esta evaluación del impacto Ambiental teniendo las siguientes:

- Excavaciones del terreno
- Traslado de materiales
- Movimiento de maquinaria
- Estructura
- Acabados
- Mantenimiento de área decamping
- Mantenimiento de casa de huésped
- Mantenimiento de área de juegos
- Mantenimiento de vivero
- Actividades de visitantes/huéspedes

Las valoraciones de las acciones sobre los factores físicos se resumen con la ponderación de las afectaciones

Factores	Magnitud	Incidencia	Resultado
Calidad del aire	9	6	La calidad del aire es mayor que las incidencias causadas por actividades de la fase de construcción del proyecto de un centro recreacional turístico
Vibraciones y ruido	14	-1	Por efecto de construcción se evidencia un resultado negativo temporalmente entre la afectación al medio
Calidad del suelo	13	-9	Por actividades de remover, extraer relleno, entre otros el suelo destinado para la edificación de las áreas de servicio se ven afectados negativamente en algunas áreas de forma permanente y en otras temporalmente.
Árboles y arbustos	3	0	En lo referente a árboles y arbusto se observa que la afectación es inexistente ya que el tipo de bosque es muy resistente a fuertes cambios y existen áreas totalmente despejadas para construcción.
Especies terrestres	11	3	El efecto causado sobre esta parte del medio es mínimo, a más que como es de conocimiento son especies comunes o migrantes.

Tabla # 36 Valoraciones de las acciones/factores físicos-fase de construcción

A continuación se evalúan los aspectos positivos del impacto ambiental producido por la implementación del centro recreacional turístico.

<b>Factores</b>	<b>M</b>	<b>I</b>	<b>Resultados</b>
Mantenimiento de área de camping	10	14	En efecto al existir la creación de espacios de uso común necesitan cuidado, oportunidad que se traduce en empleo para la sus habitantes.
Mantenimiento de casa de huéspedes	7	5	En cuanto el caso de mantenimiento de la casa de huéspedes es ligeramente diferente ya que se prevé que las visitantes llegarán por un día o como actividad preferencial tendrán el camping
Mantenimiento de área de juegos	-2	16	Por motivo de actividad recreacional a servicio diario necesita de un mayor cuidado y de no existir mucho empleo a partir de esto se incrementará sustancialmente.
Mantenimiento de tienda artesanal	-5	8	A pesar de que en la localidad existen muchos espacios similares no realizan sus actividades con conciencia ecológica a diferencia de esta supera las expectativas y genera resultados positivos
Mantenimiento de vivero	-9	17	La localidad está muy por debajo de iniciativas continuas y permanentes, el efecto positivo de esta estrategia aspira a multiplicar las iniciativas.
Actividades de visitantes/ huéspedes	-3	8	La localidad recibe al día muchos visitantes pero no se han convertido en más por efecto de esto se pretende captar turistas responsables con el atractivo y localidad en general.

Tabla # 37 Valoraciones de las acciones/factores físicos – fase de operación

Estos dos cuadros evidencian los resultados de los factores/acciones físicos y factores/acciones socioeconómicas y se observa que los resultados negativos se dan en la etapa de construcción en donde se evaluó a factores bióticos, paisaje, vida, entre otros expuestos claramente en el cuadro general, aunque no todos se vieron afectados debido al estado actual de estos factores analizados, en comparación con los beneficios que el proyecto pronostica para la fase de operación que son alentadores ya que el impacto ambiental es positivo y aporta al desarrollo en varios aspectos de interés personal y ambiental para todos.

**ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS PARA MITIGAR EL IMPACTO AMBIENTAL EN LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO ATAHUALPA IMPERIAL**

<b>IMPACTOS NEGATIVOS</b>	<b>MEDIDAS AMBIENTALES</b>	<b>INDICADOR VERIFICABLE</b>	<b>RESPONSABLE DE ACCIÓN</b>
La afectación por uso de maquinaria pesada será de baja intensidad ya que su uso es de tiempo corto	Se debe compactar en horas del día evitando el espanto de las especies de animales existentes	Observación del entorno	Responsable de la ejecución del proyecto
El tipo de bosque es seco cuya característica es soportar duros efectos del medio pero las acciones desmedidas podrían afectar su proceso	Establecer un solo sitio de acopio de escombros para su posterior desalojo, forestar en lo posible el área	Buena imagen visual	Responsable de la ejecución y conductor del camión de desalojo
La calidad del aire se ve en riesgo pero en escala menor a causa de partículas de polvo ocasionadas por movimiento de materiales y vehículos	Mantener húmedas las vías de acceso y tapar con plástico los desechos a evacuar posteriormente	Disminución de partículas perjudiciales en el aire, satisfacción de los habitantes	Responsable de la ejecución del proyecto
Contaminación por aguas mal dirigidas	Necesidades fisiológicas, actividades de construcción	Canales bien dirigidos, baterías sanitarias	Responsable de la ejecución del proyecto
Problemas de suspensión de agua potable	Identificación y reparación inmediata en daños tuberías	Servicio activo sin cortes	Responsable de la ejecución del proyecto

Tabla # 38 Acciones correctivas y preventivas ante los posibles impactos



Adicional a las acciones correctivas para los efectos en gran magnitud especialmente centrándose en la etapa de construcción es necesario que se establezcan acciones correctivas para eventos ocasionados en la etapa de operación específicamente centrándose en esas actividades comunes pero perjudiciales si no se manejan correctamente para aquello se trabajó en el siguiente cuadro preventivo.

- En las área de alimentos, duchas, lavamanos y piscina, establecer líneas de desagüe que lleven estas aguas servidas a un filtro de agua que hará reutilizable la misma para riego de plantas autóctonas ya que son fuertes y no se verán afectada por su uso, manteniéndolas verdes e hidratada la tierra generando más vida natural.
- Las instalaciones tendrán el filtro de luz natural con una lámina de techo traslúcido, las instalaciones eléctricas estarán correctamente aisladas con tubería de ½ pulgada, se usará reguladores de voltaje para electrodomésticos, y los focos serán de tipo ahorradores de bajo consumo.
- Los desechos sólidos provenientes de turistas como botellas plásticas, cartón, u otros, están destinados a depósitos de reciclaje para posteriormente ser utilizados en elaboración de artículos y artesanías en donde ellos pueden aprender a reutilizar, conocimientos y pautas que se darán como charla breve antes del ingreso a las instalaciones.
- En cuanto a residuos de madera producidos dentro del centro recreacional turístico, se destina estos a ser componente de abono para las plantas del vivero y centro.
- Las rutas de camino, senderos y similares tendrán su respectivo límite evitando el paso, de esta manera se reducirá el daño a las capas de suelo.

- Se forestará el área con el fin de mejorar la calidad del aire, mejorando la calidad del ambiente y entorno.

### **Capacidad de carga para el sendero Los Chinos**

Un establecimiento, sendero, atractivo entre otros, son espacios de uso de personas en general que necesitan obligatoriamente un estudio de capacidad de carga para evitar el desgaste y deterioro apresurado del sitio, para esto partimos de la metodología del cálculo de tres factores que son la capacidad de carga física, la capacidad de carga real, y la capacidad de carga efectiva dada por Cifuentes (1992).

El centro recreacional turístico ofrece diversos servicios, entre ellos está el de recorridos en bicicleta hasta llegar a la salida de agua de la localidad de Atahualpa conocida comúnmente como playa de Los Chinos, por tal razón a continuación se determina la capacidad de personas que el sitio deberá recibir como máximo para mantener el atractivo y evitar un impacto negativo en el mismo.

### **Capacidad de Carga Física**

La capacidad de carga física está determinada por la cantidad de personas que pueden estar en el mismo sitio, sin tomar en cuenta ningún tipo de consideración frente a impactos negativos y criterios de satisfacción. Para su cálculo se emplea la siguiente fórmula:

$$CCF = \frac{S}{SP} (NV)$$

En donde:

S = Superficie disponible en metros (longitud del sendero)

SP = Superficie utilizada por los visitantes.

NV = Número de veces que una persona puede utilizar el sendero en el mismo día.

$$NV = \frac{HV}{TV}$$

Para efectuar este cálculo se necesitan los siguientes datos sobre el sendero a utilizar: para el servicio de recorridos en bicicleta, ruta hacia la playa denominada por los habitantes como Los Chinos cuyos metros lineales son de 5000 metros de longitud por 5 metros de ancho, el tiempo de recorrido considerado para su recorrido es de 3 horas, el servicio por parte del centro recreacional turístico es de 9 horas para esta actividad y cada persona utiliza un espacio de 1,5 metros.

$$NV = \frac{9}{3}$$

$$NV = 3$$

Resultado que representa que el mismo visitante puede realizar el recorridos 3 veces el mismo día, ya calculado estos valores previos se procede a la aplicación de la fórmula de capacidad de carga física.

$$CCF = \frac{S}{SP} (NV)$$

$$CCF = \frac{6000}{1,5} (3)$$

$$CCF = 4000(3)$$

$$CCF = 12000$$

Finalmente se refleja la cantidad de 12000 personas que pueden hacer uso del sendero hacia la ruta playa de Los Chinos sin considerar ningún otro aspecto

que su presencia física en el sendero. A continuación procede el cálculo de capacidad de carga real.

### **Capacidad de carga real**

Para efecto de cálculo de la capacidad de carga real se procede a realizar el procedimiento sometiendo a la capacidad de carga física a reducciones por factores que condicionan el espacio y comodidad de los visitantes.

$$CCR = (CCF)[(FCsoc)(FCero)(FCpre)]$$

En donde:

FCsoc = Factor social (espacio requerido por visitante, grupo y la distancia que debe haber entre cada uno.

FCero = Factor erodabilidad (calcula cuan susceptible es el suelo a la erosión)

FCpre = Factor precipitación (precipitación de aguas lluvias al año)

### **Factor Social**

Como ya es de conocimiento este cálculo es para determinar el espacio que cada visitante o grupo de visitantes requieren para recorrer el sendero y la distancia que debe hacer entre ellos para lo cual aplicamos la siguiente fórmula:

$$FCsoc = 1 - \frac{ML}{Mt \text{ sendero}}$$

Previo a su aplicación necesitamos determinar lo siguiente:

$$NG = \frac{\textit{Longitud total del sendero}}{\textit{Distancia por grupo}}$$

El servicio está planificado con capacidad de 22 personas por grupo (20 visitantes más dos guías).

La distancia que debe existir entre grupos es mínimo 500 metros.

El espacio que cada persona necesita es de 1,5 metros.

Distancia para cada grupo =  $[(500) + (22) (1,5)] = 533$  metros

Este resultado que se obtuvo es la distancia correcta entre grupos, con esta se procede al cálculo de:

$$NG = \frac{LS}{DG}$$

$$NG = \frac{6000}{533} = 11,26$$

El número de grupos que pueden disfrutar del espacio del sendero es 11 grupos que se traduce a lo siguiente:

P = Personas en total de todos los grupos

P = (número de grupos) (número de personas por grupo)

$$P = 11 \cdot 22$$

$$P = 242$$

Siguiendo con el proceso se calcula:

ML = Magnitud Limitante (corresponde a las partes del sendero que deben estar libre manteniendo así la distancia entre grupos).

$$\text{Fórmula} = \quad ML = Mt - P \text{ (Espacio por persona)}$$

Mt = Metros del sendero

$$ML = 6000 - 242 (1,5)$$

$$ML = 6000 - 363$$

$$ML = 5637$$

Teniendo estos resultados se procede al cálculo del Factor Social

$$FC_{soc} = 1 - \frac{ML}{Mt \text{ sendero}}$$

$$FC_{soc} = 1 - \frac{5637}{6000}$$

$$FC_{soc} = 1 - 0,94$$

$$FC_{soc} = 0,06$$

El valor encontrado será útil para reducir la capacidad de carga física.

### **Factor de erodabilidad**

Como se expresó antes este calcula la erosión que pueda tener el suelo y para esto necesitamos mencionar el tipo de suelo del sendero que según el mismo tiene entre el recorrido suelos que corresponden a pendientes de bajo rango de erodabilidad de 10%, medio las de 10% a 20% con ponderación de 1, mayor que 20% con una ponderación de 1,5. Esta fórmula necesita las correspondientes a medio y alto debido a que son las representan el mayor riesgo.

$$FC_{ero} = 1 - \frac{ma * 1,5 + (mm * 1)}{mt}$$

Donde:

ma = metros de erodabilidad alta (400 mt)

mm = metros de erodabilidad media (600) mt

mt = metros de sendero (6000 mt)

$$FC_{ero} = 1 - \frac{400 * 1,5 + (600 * 1)}{6000}$$

$$FCero = 1 - \frac{600 + 600}{6000}$$

$$FCero = 1 - \frac{1200}{6000}$$

$$FCero = 1 - 0,2$$

$$FCero = 0,8$$

### **Factor de accesibilidad**

Este cálculo es necesario para saber cuál es el grado de dificultad para los visitantes al desplazarse en la ruta hacia la playa Los Chinos, para esto se toma en cuenta tres niveles clasificados en ninguno, medio que corresponde a pendientes de 10% a 20% igual al factor 1 y alto con pendientes mayores al 20% con la ponderación de 1,5.

$$FCacc = 1 - \frac{ma * 1,5 + (mm * 1)]}{mt}$$

ma = metros con dificultad alta (150 mt)

mm = metros con dificultad media (200 mt)

mt = metros del sendero (6000 mt )

$$FCacc = 1 - \frac{150 * 1,5 + (200 * 1)]}{6000}$$

$$FCacc = 1 - \frac{225 + 200}{6000}$$

$$FCacc = 1 - \frac{425}{6000}$$

$$FCacc = 1 - 0,07$$

$$FCacc = 0,93$$

Luego del cálculo de este factor se procede al último para este proyecto que corresponde al factor de precipitación que prácticamente es el que reduce la capacidad de carga física a personas que subjetivamente se considera no utilizarán este servicio durante esta estación, a continuación la fórmula a aplicar:

### **Factor precipitación**

El factor precipitación es considerado debido a que no todos los visitantes estarán dispuestos a practicar este deporte cuando exista presencia de lluvia reduciendo así su total de la capacidad de carga física.

$$FC_{pre} = 1 - \frac{Hl}{Ht}$$

Donde:

Hl = horas de lluvia limitantes por año

Ht = horas al año en que el sendero está abierto

Para determinar estos datos se tomaron en cuenta los meses en que se han presentado precipitaciones en el transcurso del año 2014 y 2015 en el sector.

- Abril
- Octubre
- Noviembre

Con una aproximación diaria de 8 horas entonces:

$$10 \text{ horas} \times 30 \text{ días} \times 3 \text{ meses} = 900 \text{ horas}$$

Teniendo este valor se procede a:

$$FC_{pre} = \frac{900}{9 \ 365}$$

$$FC_{pre} = 0,27$$



Resumen de la tabla de reducción	
FCsoc	0,06
FCero	0,80
FCacc	0,93

Tabla # 39 Reducciones

Ya con estos datos se aplica la siguiente fórmula correspondiente a la capacidad de carga real.

$$CCR = 12000 [(0,06)(0,80)(0,93)(0,27)]$$

$$CCR = 12000 \quad 0,0120528$$

$$CCR = 144,63$$

Posteriormente al haber aplicado factores de reducción al resultado obtenido de la capacidad de carga física se ha obtenido que la capacidad de carga real es de 144 personas, a pesar de haber reducido significativamente el número de personas este valor debe ser sometido a otras reducciones para llegar a la capacidad de carga efectiva que es la que evitará o al menos retrasará cualquier tipo de daño al sitio e incluso se ajusta a la realidad de que el centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” puede ofrecer como servicio agregado, con esto se procede al cálculo de la capacidad de manejo.

### Capacidad de Manejo

La capacidad de manejo es la que se encarga de determinar cuan capaz está el sendero en función del servicio, facilidades, entre otros factores que hacen placentera la visita del consumidor en el lugar, en su cálculo es necesario establecer las variables a intervenir para facilitar su análisis.

- Infraestructura
- Equipamiento
- Personal

Variables que serán evaluadas tomando en consideración indicadores como:

- Cantidad existente versus óptima
- Uso y estado de conservación
- Localización, distribución espacial del equipamiento y facilidad
- Utilidad de los componentes

Para evaluar estos indicadores a continuación se expone la tabla de ponderación para cada uno de ellos de acuerdo a la realidad observada en el sendero.

<b>%</b>	<b>Valor</b>	<b>Calificación</b>
- 35%	0	Insatisfactorio
36 – 50	1	Poco satisfactorio
51 – 75	2	Medianamente satisfactorio
76 – 89	3	Satisfactorio
+ 90	4	Muy satisfactorio

Tabla # 40 Datos de calificación

En este particular método se procede a una comparación entre cantidad existente versus la óptima que debería estar y así sucesivamente con los otros indicadores luego se efectúa una suma que será dividida para un 16 que es el rango idóneo a aplicar en la escala del 4 según el autor del libro consultado.

La fórmula de capacidad de manejo es la siguiente:

$$CM = \frac{\text{Infraestructura} + \text{equipamiento} + \text{personal}}{\text{Cantidad de variables utilizadas}} (100)$$

El sendero o ruta que lleva a los turistas a la playa Los Chinos es un servicio adicional ofrecido como atractivo de la parroquia Atahualpa, este sitio carece de cualquier tipo de servicio que un visitante desea encontrar en un recorrido sin embargo es necesario incluir su cálculo para determinar la cantidad óptima para

que el servicio dado por el centro recreacional turístico sea lo mayormente satisfactorio para los consumidores.

<b>Infraestructura</b>	<b>Cantidad actual</b>	<b>Cantidad óptima</b>	<b>Relación de cantidad</b>	<b>Estado</b>	<b>Suma</b>	<b>Factor</b>
Sendero habilitado	1	1	4	3	7	0,4375
Señalética	42	47	4	3	7	0,4375
Baños	0	2	0	0	0	0
<b>Infraestructura promedio</b>						0,875

Tabla # 41 Infraestructura promedio

Postes de orientación	40
Letreros de salida y llegada	2
Paneles informativos	5
<b>Total señaléticas</b>	<b>47</b>

Tabla # 42 Señaléticas del sendero

<b>Equipamiento</b>	<b>Cantidad actual</b>	<b>Cantidad óptima</b>	<b>Relación de cantidad</b>	<b>Estado</b>	<b>Suma</b>	<b>Factor</b>
Sitio de sombra/descanso	0	2	0	0	0	0
Bancos de 4mt/rústicos	0	3	0	0	0	0
<b>Equipamiento promedio</b>						0

Tabla # 43 Equipamiento promedio

La tabla refleja un valor de cero esto se debe a que el sitio no cuenta con ningún tipo de facilidades de equipamiento.

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Relación</b>	<b>Estado</b>	<b>Suma</b>	<b>Factor</b>
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------	-------------	---------------

	actual	óptima	de cantidad			
Administrativo	0	0	0	0	0	0
Guías	0	4	0	0	0	0
<b>Personal promedio</b>						0

**Tabla # 44 Personal promedio**

En resumen el sitio es un atractivo virgen que ha sido conservado en un 90% ya que solo posee la ruta de acceso que es óptima para realizar este recorrido, ya con estos valores determinamos la capacidad de manejo:

$$CM = \frac{0,875 + 0 + 0}{3} (100)$$

$$CM = \frac{0,875}{3} (100)$$

$$CM = 0,2917 (100)$$

$$CM = 29,17$$

Habiendo determinado las diferentes cantidades y pasar por el proceso de reducción y obtención de la capacidad de manejo se continúa hasta llegar a la capacidad de carga efectiva.

### **Capacidad de Carga Efectiva**

La capacidad de carga efectiva es la que arrojará el resultado de visitantes mínimos que la ruta puede recibir acorde a los servicios que el centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” puede ofrecer cómodamente sin causar sobrecarga en el sitio de acceso.

$$CCE = 144 * \frac{29,17}{100}$$

$$CCE = 144 * 0,2917$$

$$CCE = 42$$

En conclusión del proceso de cálculo de la capacidad de carga del sendero se obtuvo que la cantidad a recibir para prestar un servicio de calidad es de 42 personas que prácticamente se dividirían en 2 grupos de salida por día.

### **Capacidad de Carga Física del Centro Recreacional Turístico**

La capacidad de carga física del centro recreacional Atahualpa imperial se calculo considerando la siguiente formula y datos:

$$CCF = \frac{S}{SP} (NV)$$

Área total		30000m <sup>2</sup>
Piscina	-	32 m <sup>2</sup>
Cafetería	-	20m <sup>2</sup>
Camping	-	100 m <sup>2</sup>
Hospedaje	-	84 m <sup>2</sup>
Recepción	-	30,25m <sup>2</sup>
Área de Juegos/competencia	-	600 m <sup>2</sup>
Vivero	-	200 m <sup>2</sup>
Juegos de niños	-	50 m <sup>2</sup>
Restaurante	-	48 m <sup>2</sup>
Área de artesanías	-	40 m <sup>2</sup>
Mirador	-	300 m <sup>2</sup>
Parqueadero	-	40 m <sup>2</sup>
Ruta ciclística	-	2100 m <sup>2</sup>
total		26355,75

El tiempo considerado para su recorrido es de 8 horas, el servicio por parte del centro recreacional turístico es de 8 horas para esta actividad y cada persona utiliza un espacio de 1,5 metros.

$$NV = \frac{8}{8}$$

$$NV = 1$$

Resultado que representa que el mismo visitante puede realizar el recorrido 1 vez al día, ya calculado estos valores previos se procede a la aplicación de la fórmula de capacidad de carga física.

$$CCF = \frac{S}{SP}(NV)$$

$$CCF = \frac{26355,75}{1,5}(1)$$

$$CCF = 17570,5(1)$$

$$CCF = 17570$$

Finalmente se refleja la cantidad de 17570 personas que pueden hacer uso del sendero hacia la ruta playa de Los Chinos sin considerar ningún otro aspecto que su presencia física en el sendero. A continuación procede el cálculo de capacidad de carga real.

### **Capacidad de carga real**

Para efecto de cálculo de la capacidad de carga real se procede a:

$$CCR = (CCF)[(FCsoc)(FCero)(FCpre)]$$

En donde:

FCsoc = Factor social (espacio requerido por visitante, grupo y la distancia que debe haber entre cada uno.

FCero = Factor erodabilidad (calcula cuan susceptible es el suelo a la erosión)

FCpre = Factor precipitación (precipitación de aguas lluvias al año)

$$FCsoc = 1 - \frac{ML}{Mt \text{ sendero}}$$

Previo a su aplicación necesitamos determinar lo siguiente:

$$NG = \frac{\text{Longitud total del sendero}}{\text{Distancia por grupo}}$$

El servicio está planificado con capacidad de 22 personas por grupo (20 visitantes más dos guías). La distancia que debe existir entre grupos es mínimo 100 metros y espacio que cada persona necesita es de 1,5 metros.

Distancia para cada grupo = [(100) + (22) (1,5)] = 133 metros

Este resultado que se obtuvo es la distancia correcta entre grupos, con esta se procede al cálculo de:

$$NG = \frac{LS}{DG}$$

$$NG = \frac{30000}{133} = 225,56$$

El número de grupos que pueden disfrutar del espacio del sendero es 225 grupos que se traduce a lo siguiente:

$$P = 225 \cdot 22$$

$$P = 4950$$

Siguiendo con el proceso se calcula:

$$ML = Mt - P (\text{Espacio por persona})$$

$$ML = 30000 - 4950 (1,5)$$

$$ML = 30000 - 7425$$

$$ML = 22575$$

Teniendo estos resultados se procede al cálculo del Factor Social

$$FC_{soc} = 1 - \frac{ML}{Mt \text{ sendero}}$$

$$FC_{soc} = 1 - \frac{22575}{30000}$$

$$FC_{soc} = 1 - 0,75$$

$$FC_{soc} = 0,25$$

El valor encontrado será útil para reducir la capacidad de carga física.

### **Factor de erodabilidad**

Como se expresó antes este calcula la erosión que pueda tener el suelo y para esto necesitamos mencionar el tipo de suelo del centro que corresponden a pendientes de bajo rango de erodabilidad de 10%, medio las de 10% a 20% con ponderación de 1, mayor que 20% con una ponderación de 1,5. Esta fórmula necesita las correspondientes a medio y alto debido a que son las representan el mayor riesgo.

$$FC_{ero} = 1 - \frac{ma * 1,5 + (mm * 1)}{mt}$$

Donde:

ma = metros de erodabilidad alta (750 mt)



mm = metros de erodabilidad media (950) mt

mt = metros de centro (30000mt)

$$FCero = 1 - \frac{750 * 1,5 + (950 * 1)}{30000}$$

$$FCero = 1 - \frac{1125 + 950}{30000}$$

$$FCero = 1 - \frac{2075}{30000}$$

$$FCero = 1 - 0,7$$

$$FCero = 0,3$$

### **Factor precipitación**

$$FCpre = 1 - \frac{Hl}{Ht}$$

Donde:

Hl = horas de lluvia limitantes por año

Ht = horas al año en que el sendero está abierto

Precipitaciones aproximadas presentadas en el año 2014 y 2015 en los meses de abril, octubre y noviembre con una aproximación diaria de 8 horas entonces:

$$10 \text{ horas} \times 30 \text{ días} \times 3 \text{ meses} = 900 \text{ horas}$$

Teniendo este valor se procede a:

$$FCpre = \frac{900}{9 \ 365}$$

$$FCpre = 0,27$$

Resumen de la tabla de reducción

$$FC_{soc} = 0,25$$

$$FC_{cero} = 0,3$$

$$FC_{acc} = 0,27$$

Ya con estos datos se aplica la siguiente fórmula:

$$CCR = 17570 [(0,25)(0,3)(0,27)]$$

$$CCR = 17570 \cdot 0,02025$$

$$CCR = 335,79$$

La capacidad de carga real es de 335 personas, a pesar de haber reducido significativamente el número de personas este valor debe ser sometido a otras reducciones para llegar a la capacidad de carga efectiva.

### **Capacidad de Manejo**

VARIABLES A INTERVENIR PARA FACILITAR SU ANÁLISIS.

- Infraestructura
- Equipamiento
- Personal

VARIABLES QUE SERÁN EVALUADAS TOMANDO EN CONSIDERACIÓN INDICADORES COMO:

- Cantidad existente versus óptima
- Uso y estado de conservación
- Localización, distribución espacial del equipamiento y facilidad
- Utilidad de los componentes

Para evaluar estos indicadores la misma tabla presentada en el cálculo de la capacidad de carga del sendero los chinos, en el cálculo se dividirá sus valores para 16 que es el rango idóneo a aplicar en la escala del 4 según el autor.

La fórmula de capacidad de manejo es la siguiente:

$$CM = \frac{\text{Infraestructura} + \text{equipamiento} + \text{personal}}{\text{Cantidad de variables utilizadas}} (100)$$

El centro es un lugar que empezara desde cero por los tanto todos sus valores serán un posible realidad futura.

Infraestructura	Cantidad actual	Cantidad óptima	Relación de cantidad	Estado	Suma	Factor
Sendero habilitado	1	1	4	3	4	0,4375
Señalética	0	30	0	0	0	0
Baños	0	6	4	0	0	0
<b>Infraestructura promedio</b>						0,4374

Tabla # 45 Total Infraestructura

Equipamiento	Cantidad actual	Cantidad óptima	Relación de cantidad	Estado	Suma	Factor
Hospedaje	0	2	0	0	0	0
Comedor	0	1	0	0	0	0
Área de artesanías	0	1	0	0	0	0
Recepción	0	1	0	0	0	0
<b>Equipamiento promedio</b>						0

Tabla # 46 Total equipamiento

Personal	Cantidad actual	Cantidad óptima	Relación de cantidad	Estado	Suma	Factor
Administrativo	0	4	0	0	0	0
Guías	0	5	0	0	0	0
Mantenimiento y afines	0	8	0	0	0	0

A y B	0	4	0	0	0	0
Recepcionista	0	3	0	0	0	0
<b>Personal promedio</b>						0

Tabla # 47 Total personal promedio

Los valores determinamos la capacidad de manejo:

$$CM = \frac{0,4375 + 0 + 0}{3} (100)$$

$$CM = \frac{0,4375}{3} (100)$$

$$CM = 0,1458 (100)$$

$$CM = 14,58$$

Habiendo determinado este proceso de reducción y obtención de la capacidad de manejo se continúa con la capacidad de carga efectiva.

### Capacidad de Carga Efectiva

$$CCE = 335 * \frac{14,58}{100}$$

$$CCE = 335 * 0,1458$$

$$CCE = 48$$

En conclusión del proceso de cálculo de la capacidad de carga del centro se obtuvo que la cantidad a recibir para prestar un servicio de calidad sea de 48 personas al día.

### 3.11.PRESUPUESTO PARA EL DISEÑO DEL CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO “ATAHUALPA IMPERIAL”

El centro recreacional necesita de una inversión para la creación de cada una de sus áreas, lanzar al producto al mercado entre otros gastos y costos, para lo cual se ha realizado un estudio presupuestal de lo que será la inversión en la ejecución del proyecto, tomando en cuenta cada uno de los procesos que esto implica, detallando todo lo que se utilizará para evitar especulación sobre el precio, desbalance o pérdidas futuras.

El valor de la inversión que se visualizara en las siguientes partes del documento muestra el monto de inversión de 112.708,55 cuya inversión estará bajo la dirección y apoyo total del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Atahualpa, que dentro del capital que recibe anualmente estaría destinando una cantidad de 25.000,00 a 30.000,00 dólares llevando a efecto el proyecto en varias fases, como segunda opción es gestionar por medio de su gobierno un financiamiento por parte de la prefectura o municipio.

A continuación se muestran todos los cálculos financieros para la evaluación de la factibilidad del proyecto en beneficio de la comunidad Atahualpa.

### 3.11.1. Presupuesto

<b>1 CASA DE 6 HABITACIONES DOBLES</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Preparación del terreno/maquinaria	<b>Días</b>	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Piso de Tablas	unidad	50	\$ 10,00	\$ 500,00

Cerámica para baño	Metro	12	\$ 2,10	\$ 25,20
Bloques	Unidad	200	\$ 0,25	\$ 50,00
Paredes de madera	Unidad	160	\$ 8,00	\$ 1.280,00
Sacos de cemento	Unidad	35	\$ 7,00	\$ 245,00
Instalación de tuberías	Metro	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Instalaciones cables eléctricos	Metro	40	\$ 0,25	\$ 10,00
Techo de albestre	Unidad	40	\$ 28,00	\$ 1.120,00
Cama 2 plazas con adicional deslizante y literas	Unidad	6	\$ 450,00	\$2.700,00
Juegos de sábanas	Unidad	24	\$ 10,00	\$ 240,00
Colchón	unidad	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Televisor	unidad	6	\$ 250,00	\$ 1.500,00
Soporte de televisor	unidad	6	\$ 7,00	\$ 42,00
Focos	unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00
Ventanas de madera	unidad	6	\$ 70,00	\$ 420,00
Puertas	unidad	14	\$ 125,00	\$1.750,00
Mesa tablero ajedrez	unidad	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Pintura	litro	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Clavos	kilo	10	\$ 1,70	\$ 17,00
Varilla	Quintal	1	\$ 52,50	\$ 52,50
Ripio	metro cúbico	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Arena	metro cúbico	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Total				\$ 11.726,70

Tabla # 48 Presupuesto establecimiento de hospedaje

COMEDOR				
Activos fijos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Inversión total
Cocina de leña	Unidad	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Horno de barro	unidad	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Ollas	juegos	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Vajillas	juegos	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Utensilios de cocina	juegos	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Cubiertos	juegos	5	\$ 7,50	\$ 37,50
Mesas	unidad	6	\$ 75,00	\$ 450,00
Sillas largas	unidad	16	\$ 35,00	\$ 560,00
Techado	unidad	20	\$ 15,00	\$ 300,00
Cañas	unidad	7	\$ 1,50	\$ 10,50

Total	\$ 1.664,00
-------	-------------

Tabla # 49 Presupuesto Comedor

<b>ÁREA DE VIVERO</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Caña	unidad	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Malla de huerto	metro	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Tierra de sembrado	Quintal	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Semillas	libras	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Carretilla	unidad	2	\$ 28,00	\$ 56,00
Maquetes	unidad	10	\$ 6,00	\$ 60,00
Lampas jardineras	unidad	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Regaderas	unidad	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Total				\$ 246,50

Tabla # 50 Presupuesto vivero

<b>ÁREA DE JUEGOS (PISTA DE OBSTÁCULOS)</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Obstáculos	Unidad	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Cuerdas	Metro	40	\$ 2,00	\$ 80,00
Pasamano 1m altura	Unidad	5	\$ 60,00	\$ 300,00
Ratoneras	Unidad	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Rampas	Unidad	3	\$ 18,00	\$ 54,00
Total				\$ 519,00

Tabla # 51 Presupuesto área de juegos

<b>PISCINA</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Excavación del terreno manual	metro cúbico	8	\$ 28,00	\$ 224,00
Trazo y replanteo	metro cúbico	8	\$ 30,00	\$ 240,00
Piscina prefabricada de poliéster 8 x 4	unidad	1	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
Cemento	unidad	8	\$ 7,00	\$ 56,00
Madera	unidad	30	\$ 8,00	\$ 240,00
Parasoles	unidad	6	\$ 90,00	\$ 540,00
Sillas reclinables	unidad	12	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Total				\$ 11.740,00

Tabla # 52 Presupuesto piscina

<b>ÁREA DE CICLISMO</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Bloques	Unidad	200	\$ 0,25	\$ 50,00
Cemento	Unidad	6	\$ 7,00	\$ 42,00
Techado	Unidad	20	\$ 18,00	\$ 360,00
Bicicletas	Unidad	12	\$ 110,00	\$ 1.320,00
Cascos	Unidad	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Protectores	Unidad	12	\$ 6,00	\$ 72,00
Compresor de aire	Unidad	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Señalética	Unidad	50	\$ 5,00	\$ 250,00
Total				\$ 2.250,00

Tabla # 53 Presupuesto Área de ciclismo

<b>CANCHA DE INDOR</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Trazo y replanteo	metro <sup>2</sup>	450	0,88	\$ 396,00
Arcos	Unidad	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Césped	metro <sup>2</sup>	120	\$ 1,00	\$ 120,00
Balones	Unidad	5	\$ 9,00	\$ 45,00
Total				\$ 641,00

Tabla # 54 Presupuesto cancha de indor



<b>CANCHA DE TENIS Y BÁDMINTON</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Excavación del terreno manual	metro <sup>2</sup>	253	\$ 0,80	\$ 202,40
Trazo y replanteo	metro <sup>2</sup>	253	\$ 0,50	\$ 126,50
Cemento	Unidad	50	\$ 7,00	\$ 350,00
Arena	metro cúbico	10	\$ 7,50	\$ 75,00
Pintura	Litro	9	\$ 10,00	\$ 90,00
Red	Unidad	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Tubo de acero inoxidable	Unidad	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Pelotas de tenis	Unidad	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Pelotas de bádminton	Unidad	10	\$ 0,80	\$ 8,00
Raquetas	Unidad	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Cerramiento	metro <sup>2</sup>	450	\$ 15,00	\$ 6.750,00
Total				\$ 8.035,90

Tabla # 55 Presupuesto cancha de tenis-bádminton

<b>CANCHA DE VÓLEY DE ARENA</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Tubo de acero inoxidable	unidad	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Red	metro	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Marcador	unidad	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Balón	unidad	4	\$ 7,00	\$ 28,00
Total				\$ 177,00

Tabla # 56 Presupuesto cancha de vóley

<b>CABAÑA BAR – CAFETERÍA</b>				
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Troncos de madera	unidad	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Cañas	unidad	150	\$ 1,50	\$ 225,00
Techado de paja	metro cuadrado	6	\$ 7,50	\$ 45,00
Clavos	Kilo	1	\$ 1,70	\$ 1,70
Mesón	unidad	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Mesas con tablero de ajedrez	unidad	8	\$ 100,00	\$ 800,00
Sillas	unidad	32	\$ 5,00	\$ 160,00

Licuadaora	Unidad	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Batidora	Unidad	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Cocina	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Horno microonda	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Platos	Unidad	25	\$ 0,50	\$ 12,50
Vasos	Unidad	25	\$ 0,75	\$ 18,75
Tazas	Unidad	25	\$ 0,75	\$ 18,75
Cubiertos	Juegos	5	\$ 7,00	\$ 35,00
Stands	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Cafeteras	Unidad	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Refrigeradora	Unidad	1	\$1.100,00	\$ 1.100,00
Total				\$ 3.326,70

Tabla # 57 Presupuesto cafetería

<b>CABAÑA DE ARTESANÍAS CON MATERIAL RECICLADO Y VENTA DE ARTESANÍAS EN MADERA</b>				
Activos fijos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Inversión total
Caña	Unidad	225	\$ 1,50	\$ 337,50
Tablas	Unidad	18	\$ 8,00	\$ 144,00
Clavos	Kilo	1	\$ 1,70	\$ 1,70
Puertas	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Ventana	Unidad	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Mesa de trabajo	Unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Escritorio	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Sillas	Unidad	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Stands	Unidad	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Playo de presión	Unidad	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Tijeras	Unidad	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Pistola de silicona	Unidad	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Martillo	Unidad	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Cierra	Unidad	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Total				\$ 1.324,20

Tabla # 58 Presupuesto Cabaña venta de artesanías

<b>JUEGOS TRADICIONALES</b>				
Activos fijos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Inversión total
Trompos	unidad	8	\$ 1,00	\$ 8,00
Pañuelos	unidad	12	\$ 0,50	\$ 6,00
Cuerdas	metro	14	\$ 0,40	\$ 5,60
Sogas	metro	15	\$ 1,10	\$ 16,50

Dados	unidad	5	\$ 0,15	\$ 0,75
Sacos	unidad	12	\$ 0,25	\$ 3,00
Bolillas-pepos	unidad	12	\$ 0,75	\$ 9,00
Total				\$ 48,85

Tabla # 59 Presupuesto Juegos

<b>CERRAMIENTO DEL CENTRO</b>				
Activos fijos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Inversión total
Alambrado púa 400 m el rollo	rollo	25	\$ 42,00	\$ 1.050,00
Postes de cemento	unidad	400	\$ 5,50	\$ 2.200,00
Total				\$ 3.250,00

Tabla # 60 Presupuesto cerramiento del centro turístico

<b>BAÑOS Y DUCHAS</b>				
Activos fijos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Inversión total
Bloques	unidad	450	\$ 0,20	\$ 90,00
Cemento	unidad	10	\$ 7,00	\$ 70,00
Techado	unidad	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Puertas	unidad	8	\$ 70,00	\$ 560,00
Taza de baño	unidad	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Lavado	unidad	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Ducha	unidad	4	\$ 9,00	\$ 36,00
Total				\$ 1.076,00

Tabla # 61 Presupuesto baños y duchas

<b>MIRADOR</b>				
Activos fijos	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Inversión total
Troncos de madera	unidad	8	\$ 15,00	\$ 120,00
Tablas	unidad	40	\$ 8,00	\$ 320,00
Techado	Unidad	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Hamacas	Unidad	8	\$ 10,00	\$ 80,00
Sillas	Unidad	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Total				\$ 980,00

Tabla # 62 Presupuesto Mirador

<b>OFICINAS Y RECEPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Activos fijos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión total</b>
Madera troncos	Unidad	6	\$ 15,00	\$ 90,00
Tabla	Unidad	25	\$ 8,00	\$200,00
Caña	Unidad	40	\$ 1,50	\$ 60,00
Techado	Unidad	10	\$ 28,00	\$280,00
Clavos	Kilo	1	\$ 1,70	\$ 1,70
Computadora de escritorio	Unidad	2	\$ 450,00	\$900,00
Impresora	Unidad	2	\$ 190,00	\$380,00
Cámara	Unidad	3	\$ 120,00	\$360,00
Video cámara	Unidad	3	\$ 200,00	\$600,00
Botiquín de primeros auxilios	Unidad	2	\$ 60,00	\$120,00
Caja de seguridad	Unidad	1	\$ 300,00	\$300,00
Cámara de seguridad	Unidad	1	\$ 300,00	\$300,00
Útiles de oficina			\$ 50,00	\$ 50,00
<b>Total</b>				<b>\$3.641,70</b>

Tabla # 63 Presupuesto y recepción

<b>MANO DE OBRA CONSTRUCCIÓN 210 DÍAS</b>				
<b>detalle</b>	<b>cantidad</b>	<b>tiempo meses</b>	<b>sueldo mensual</b>	<b>total</b>
Ingeniero	1	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Maestros albañiles	3	5	\$ 380,00	\$ 5.700,00
Oficiales	15	7	\$ 340,00	\$ 35.700,00
Total				\$ 43.400,00

Tabla # 64 Presupuesto mano de obra

<b>PUBLICIDAD y Promoción</b>		
<b>Detalle</b>	<b>valor anual</b>	<b>inversión total</b>
Gastos de publicidad	\$ 580,00	\$ 520,00
Total		\$ 520,00

Tabla # 65 Presupuesto publicidad

Otros gastos generados a efecto de publicidad y promoción del Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial” representan costos entre fijos y variables.

Detalle	cantidad	valor unitario	total
Hojas volantes	1000	\$ 0,03	\$ 30,00
Trípticos	500	\$ 0,12	\$ 60,00
Tarjetas de presentación	300	\$ 0,04	\$ 12,00
Gorras	70	\$ 1,50	\$ 105,00
Llaveros	150	\$ 1,00	\$ 150,00
Pulseras	100	\$ 1,00	\$ 100,00
Total			\$ 457,00

Tabla # 66 Publicidad

PRESUPUESTO TOTAL	
Detalle	Valor
1 Casa de 6 habitaciones dobles	\$ 11.726,70
Restaurante	\$ 1.664,00
Taller de artesanías de madera	\$ 1.279,00
Área de vivero	\$ 246,50
Área de juegos (pista de obstáculos)	\$ 519,00
Piscina	\$ 11.740,00
Área de ciclismo	\$ 2.250,00
Cancha de indor	\$ 641,00
Cancha de tenis y bádminon	\$ 8.035,90
Cancha de vóley de arena	\$ 177,00
Cabaña bar –cafetería	\$ 3.326,70
Cabaña de artesanías con material reciclado y venta de artesanías en madera	\$ 1.324,20
Juegos tradicionales	\$ 48,85
Cerramiento del centro	\$ 3.250,00
Baños y duchas	\$ 1.076,00
Publicidad y promoción	\$ 977,00
Mirador	\$ 980,00
Mano de obra construcción 210 días	\$ 43.400,00
Oficinas y recepción	\$ 3.641,70
Terreno	\$ 10.000,00
Permisos de operación	\$ 2.000,00
Total	\$ 108.303,55

Tabla # 67 Presupuesto total

### 3.11.1.1. COSTOS DE OPERACIÓN Y VENTAS

Los costos de operación y ventas implica el cálculo de los costos y gastos del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” entre ellos se encuentran los gastos por pago al personal fijo y personal eventual, también los diferentes procesos de costo de venta y cálculos de venta de los producto todo eso proyectado a 5 años.

<b>PERSONAL FIJO</b>				
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Días trabajados</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Total anual</b>
Administrador	1	31	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Contador	1	31	\$ 380,00	\$ 4.560,00
Gestor de marketing	1	31	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Recepcionista	2	31	\$ 360,00	\$ 8.640,00
Administrador de recursos humanos	1	31	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Ebanista	1	31	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Artesano	1	31	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Guía	2	31	\$ 354,00	\$ 8.496,00
Personal de mantenimiento	3	31	\$ 354,00	\$ 12.744,00
Cocinero	2	31	\$ 354,00	\$ 8.496,00
Jardinero	2	31	\$ 354,00	\$ 8.496,00
Guardia	2	31	\$ 380,00	\$ 9.120,00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>372</b>	<b>\$ 4.405,00</b>	<b>\$ 82.980,00</b>

Tabla # 68 Personal fijo

Es necesario la programación de la mano de obra eventual debido a que la actividad es variante durante el año sea por factores como feriados nacionales, fiestas o programas provinciales y locales.

<b>Calculo por 3 meses al año de personal eventual</b>				
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Días trabajados</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Total anual</b>
Guías	4	31	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Ayudante de cocina	2	31	\$ 354,00	\$ 2.124,00
Personal de mantenimiento	3	31	\$ 354,00	\$ 3.186,00
<b>Total</b>				<b>\$ 9.558,00</b>

Tabla # 69 Personal eventual

<b>RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL Y OPERACIÓN</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Fase de construcción	\$ 108.303,55
Fase de operación	\$ 4.405,00
Total	\$ 112.708,55

Tabla # 70 Resumen de Inversión

Teniendo los datos de los sueldos de los trabajadores se realiza la proyección de los próximos 5 años, evaluando a factores como cumplimiento de políticas de empleo, retribución monetaria, entre otros que servirán de para evaluar los gastos futuros del Centro Recreacional Turístico “Atahualpa Imperial”.

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Sueldo anual</b>	<b>Proyección 5 años</b>				
				<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Administrador	1	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 5.374,15	\$ 5.730,46	\$ 6.110,39	\$ 6.515,51	\$ 6.947,48
Contador	1	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 4.862,33	\$ 5.184,70	\$ 5.528,45	\$ 5.894,98	\$ 6.285,82
Gestor de marketing	1	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 4.798,35	\$ 5.116,48	\$ 5.455,70	\$ 5.817,42	\$ 6.203,11
Recepcionista	2	\$ 360,00	\$ 8.640,00	\$ 9.212,83	\$ 9.823,64	\$10.474,95	\$ 11.169,44	\$ 11.909,97
Administrador de recursos humanos	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ .606,42	\$ 4.911,82	\$ 5.237,48	\$ 5.584,72	\$ 5.954,99
Ebanista	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.606,42	\$ 4.911,82	\$ 5.237,48	\$ 5.584,72	\$ 5.954,99
Artesano	1	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 4.529,64	\$ 4.829,96	\$ 5.150,18	\$ 5.491,64	\$ 5.855,74
Guía	2	\$ 354,00	\$ 8.496,00	\$ 9.059,28	\$ 9.659,92	\$ 10.300,37	\$ 10.983,28	\$ 11.711,47
Personal de	3	\$ 354,00	\$2.744,00	\$ 13.588,93	\$ 14.489,87	\$ 15.450,55	\$ 16.474,92	\$ 17.567,21

mantenimiento								
Cocinero	2	\$ 354,00	\$ 8.496,00	\$ 9.059,28	\$ 9.659,92	\$ 10.300,37	\$ 10.983,28	\$ 11.711,47
Jardinero	2	\$ 354,00	\$ 8.496,00	\$ 9.059,28	\$ 9.659,92	\$ 10.300,37	\$ 10.983,28	\$ 11.711,47
Guardia	2	\$ 380,00	\$ 9.120,00	\$ 9.724,66	\$ 10.369,40	\$11.056,89	\$ 11.789,96	\$ 12.571,64

Tabla # 71 Proyección mano de obra 5 años

<b>Aporte al IEES</b>					
<b>Cargos</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Administrador	\$ 5.086,83	\$ 5.936,11	\$ 6.329,68	\$ 6.749,33	\$ 7.196,81
Contador	\$ 4.602,37	\$ 5.370,77	\$ 5.726,85	\$ 6.106,54	\$ 6.511,40
Gestor de marketing	\$ 4.541,81	\$ 5.300,10	\$ 5.651,50	\$ 6.026,19	\$ 6.425,73
Recepcionista	\$ 8.680,14	\$ 10.176,19	\$ 10.850,87	\$ 11.570,29	\$ 2.337,40
Administrador de recursos humanos	\$ 4.360,14	\$ 5.088,10	\$ 5.425,44	\$ 5.785,14	\$ 6.168,70
Ebanista	\$ 4.360,14	\$ 5.088,10	\$ 5.425,44	\$ 5.785,14	\$ 6.168,70
Artesano	\$ 4.287,47	\$ 5.003,29	\$ 5.335,01	\$ 5.688,72	\$6.065,89
Guía	\$ 8.535,47	\$ 10.006,59	\$ 10.670,03	\$ 11.377,45	\$ 12.131,77
Personal de mantenimiento	\$ 12.783,47	\$ 15.009,88	\$ 16.005,04	\$ 17.066,17	\$ 18.197,66
Cocinero	\$ 8.535,47	\$ 10.006,59	\$10.670,03	\$ 11.377,45	\$ 12.131,77
Jardinero	\$ 8.535,47	\$ 10.006,59	\$ 10.670,03	\$ 11.377,45	\$ 12.131,77
Guardia	\$ 9.162,37	\$ 10.741,54	\$ 11.453,70	\$ 12.213,08	\$ 13.022,81

Tabla # 72 Proyección IEES



SERVICIOS BÁSICOS					PROYECCIONES 5 AÑOS				
Servicios básicos	Medida	Estimación mensual	Valor mensual	Valor total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	Kw	240	\$ 21,60	\$ 259,20	\$ 263,09	\$ 267,03	\$ 271,04	\$ 275,11	\$ 279,23
Agua potable	m3	35	\$ 12,25	\$ 147,00	\$ 149,21	\$ 151,44	\$ 153,71	\$ 156,02	\$ 158,36
Teléfono			\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 304,50	\$ 309,07	\$ 313,70	\$ 318,41	\$ 323,19
Internet			\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 304,50	\$ 309,07	\$ 313,70	\$ 318,41	\$ 323,19
Total			\$ 83,85	\$ 1.006,20	\$ 1.021,29	\$ 1.036,61	\$1.052,16	\$1.067,94	\$1.083,96

Tabla # 73 Gasto por servicios básicos

ACCESORIOS Y UTENSILIOS DE LIMPIEZA				
detalle	unidad de medida	Cantidad	precio	total
Papel higiénico industrial	paca	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Jabón de tocador	caja	1	\$ 24,00	\$ 24,00
Detergente	kg	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Escobas	unidad	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Trapeador	unidad	6	\$ 2,50	\$ 15,00

Escurreidor	unidad	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Cloro	litro	5	\$ 0,90	\$ 4,50
Desinfectante	litro	8	\$ 1,00	\$ 8,00
Ambientador	unidad	25	\$ 0,75	\$ 18,75
Total				\$ 113,75

Tabla # 74 Gastos por actividades de mantenimiento

### 3.11.1.2. Costos de ventas para cada servicio

El centro ofrece diversos servicios entre ellos se encuentran el hospedaje, artesanías en material reciclable, artesanías en madera, plantas y alquiler de bicicletas con o sin guía considerando que por año se incrementará la demanda en un 2%.

COSTO DE FABRICACIÓN ARTESANÍAS		ESTIMACIÓN MENSUAL		PROYECCIÓN 5 AÑOS					
detalle	valor	unidades	total mensual	total anual	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mesa de centro	\$ 30,00	1	\$ 30,00	\$ 360,00	\$367,20	\$374,54	\$382,03	\$ 389,68	\$ 397,47
Silla con respaldar	\$ 18,00	4	\$ 72,00	\$ 864,00	\$881,28	\$898,91	\$916,88	\$ 935,22	\$ 953,93
Taburete	\$ 5,50	4	\$ 22,00	\$ 264,00	\$269,28	\$274,67	\$280,16	\$ 285,76	\$ 291,48
Mesa de teléfono	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 180,00	\$183,60	\$187,27	\$191,02	\$ 194,84	\$ 198,73
Cama para casa de muñecas	\$ 12,00	2	\$ 24,00	\$ 288,00	\$293,76	\$299,64	\$305,63	\$ 311,74	\$ 317,98
Litera para casa de muñecas	\$ 13,00	2	\$ 26,00	\$ 312,00	\$318,24	\$324,60	\$331,10	\$ 337,72	\$ 344,47

Carros de juguetes	\$ 3,50	3	\$ 10,50	\$ 126,00	\$128,52	\$131,09	\$133,71	\$ 136,39	\$ 139,11
Aviones de juguete	\$ 4,50	3	\$ 13,50	\$ 162,00	\$165,24	\$168,54	\$171,92	\$ 175,35	\$ 178,86
Trompos	\$ 0,25	10	\$ 2,50	\$ 30,00	\$ 30,60	\$ 31,21	\$ 31,84	\$ 32,47	\$ 33,12
Cajonera de joyero	\$ 7,80	2	\$ 15,60	\$ 187,20	\$190,94	\$194,76	\$198,66	\$ 202,63	\$ 206,68
Cómoda de joyero	\$ 8,90	2	\$ 17,80	\$ 213,60	\$217,87	\$222,23	\$226,67	\$ 231,21	\$ 235,83
Sillas de juguete	\$ 1,25	2	\$ 2,50	\$ 30,00	\$ 30,60	\$ 31,21	\$ 31,84	\$ 32,47	\$ 33,12
Cuadros de espejo	\$ 4,89	2	\$ 9,78	\$ 117,36	\$119,71	\$122,10	\$124,54	\$ 127,03	\$ 129,57
Marcos de fotos	\$ 3,99	2	\$ 7,98	\$ 95,76	\$ 97,68	\$ 99,63	\$101,62	\$ 103,65	\$ 105,73
<b>Total</b>			\$ 269,16	\$ 3.229,92	\$3.294,52	\$3.360,41	\$3.427,62	\$3.496,17	\$ 3.566,09

Tabla # 75 Costo fabricación artesanías en madera

COSTO DE VENTA		ESTIMACIÓN MENSUAL		PROYECCIÓN 5 AÑOS					
detalle	valor	unidades vendidas	total mensual	total anual	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mesa de centro	\$ 80,00	2	\$ 160,00	\$ 1.920,00	\$ 1.958,40	\$ 1.997,57	\$ 2.037,52	\$ 2.078,27	\$ 2.119,84
Silla con respaldar	\$ 45,00	4	\$ 180,00	\$ 2.160,00	\$ 2.203,20	\$ 2.247,26	\$ 2.292,21	\$ 2.338,05	\$ 2.384,81
Taburete	\$ 15,00	8	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.468,80	\$ 1.498,18	\$ 1.528,14	\$ 1.558,70	\$ 1.589,88
Mesa de teléfono	\$ 35,00	4	\$ 140,00	\$ 1.680,00	\$ 1.713,60	\$ 1.747,87	\$ 1.782,83	\$ 1.818,49	\$ 1.854,86
Cama para casa de muñecas	\$ 30,00	4	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.468,80	\$ 1.498,18	\$ 1.528,14	\$ 1.558,70	\$ 1.589,88
Litera para casa de muñecas	\$ 40,00	4	\$ 160,00	\$ 1.920,00	\$ 1.958,40	\$ 1.997,57	\$ 2.037,52	\$ 2.078,27	\$ 2.119,84
Carros /juguetes	\$ 8,00	5	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 489,60	\$ 499,39	\$ 509,38	\$ 519,57	\$ 529,96

Aviones /juguete	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$ 649,46	\$ 662,45
Trompos	\$ 1,00	20	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 244,80	\$ 249,70	\$ 254,69	\$ 259,78	\$ 264,98
Cajonera de joyero	\$ 30,00	2	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 734,40	\$ 749,09	\$ 764,07	\$ 779,35	\$ 794,94
Cómoda de joyero	\$ 30,00	2	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 734,40	\$ 749,09	\$ 764,07	\$ 779,35	\$ 794,94
Sillas de juguete	\$ 4,00	2	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 97,92	\$ 99,88	\$ 101,88	\$ 103,91	\$ 105,99
Cuadros - espejo	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$ 649,46	\$ 662,45
Marcos de fotos	\$ 8,00	5	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 489,60	\$ 499,39	\$ 509,38	\$ 519,57	\$ 529,96
<b>Total</b>			\$1.208,00	\$14.496,00	\$14.785,92	\$15.081,64	\$15.383,27	\$ 15.690,94	\$ 16.004,76

Tabla # 76 Costo de venta de artesanías en madera

COSTO ELABORACIÓN		ESTIMACIÓN MENSUAL			PROYECCIÓN 5 AÑOS				
Detalle	Valor	Unidades	Total mensual	Total anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sorpresas	\$ 0,12	\$ 50,00	\$ 6,00	\$ 72,00	\$ 73,08	\$ 74,18	\$ 75,29	\$ 76,42	\$ 77,56
Adornos grandes	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 12,50	\$ 150,00	\$ 152,25	\$ 154,53	\$ 156,85	\$ 159,20	\$ 161,59
Adornos medianos	\$ 1,25	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 304,50	\$ 309,07	\$ 313,70	\$ 318,41	\$ 323,19
Adornos pequeños	\$ 0,50	\$ 30,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 182,70	\$ 185,44	\$ 188,22	\$ 191,05	\$ 193,91
<b>Total</b>			\$ 58,50	\$ 702,00	\$ 712,53	\$ 723,22	\$ 734,07	\$ 745,08	\$ 756,25

Tabla # 77 Costo de elaboración artesanías reciclables

COSTO ARTESANÍAS		ESTIMACIÓN MENSUAL		PROYECCIÓN 5 AÑOS					
Detalle	valor	unidades vendidas	total mensual	total anual	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Sorpresas	\$ 0,35	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 420,00	\$ 426,30	\$ 432,69	\$ 439,18	\$ 445,77	\$ 452,46
Adornos grandes	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 304,50	\$ 309,07	\$ 313,70	\$ 318,41	\$ 323,19
Adornos medianos	\$ 2,50	\$ 15,00	\$ 37,50	\$ 450,00	\$ 456,75	\$ 463,60	\$ 470,56	\$ 477,61	\$ 484,78
Adornos pequeños	\$ 1,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 182,70	\$ 185,44	\$ 188,22	\$ 191,05	\$ 193,91
Total			\$ 112,50	\$ 1.350,00	\$ 1.370,25	\$ 1.390,80	\$ 1.411,67	\$ 1.432,84	\$ 1.454,33

Tabla # 78 Costo de venta artesanías en materiales reciclados

COSTO DE PRODUCCIÓN VIVERO		ESTIMACIÓN MENSUAL		PROYECCIÓN 5 AÑOS					
Detalle	Valor	Unidades	Total mensual	Total anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crotos	\$ 0,50	\$ 10,00	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 60,90	\$ 61,81	\$ 62,74	\$ 63,68	\$ 64,64
Rosas	\$ 0,90	\$ 5,00	\$ 4,50	\$ 54,00	\$ 54,81	\$ 55,63	\$ 56,47	\$ 57,31	\$ 58,17
Árboles no frutales	\$ 2,00	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 121,80	\$ 123,63	\$ 125,48	\$ 127,36	\$ 129,27
Árboles frutales	\$ 3,50	\$ 5,00	\$ 17,50	\$ 210,00	\$ 213,15	\$ 216,35	\$ 219,59	\$ 222,89	\$ 226,23
Saco abono	\$ 0,99	\$ 3,00	\$ 2,97	\$ 35,64	\$ 36,17	\$ 36,72	\$ 37,27	\$ 37,83	\$ 38,39
Saco tierra de sembrado	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ 36,54	\$ 37,09	\$ 37,64	\$ 38,21	\$ 38,78
Total			\$ 42,97	\$ 515,64	\$ 523,37	\$ 531,23	\$ 539,19	\$ 547,28	\$ 555,49

Tabla # 79 Costo producción vivero

COSTO DE VENTA DE VIVERO		ESTIMACIÓN MENSUAL			PROYECCIÓN 5 AÑOS				
Detalle	valor	unidades vendidas	total mensual	total anual	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Crotos	\$ 1,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 183,60	\$ 187,27	\$ 191,02	\$ 194,84	\$ 198,73
Rosas	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 244,80	\$ 249,70	\$ 254,69	\$ 259,78	\$ 264,98
Árboles no frutales	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 306,00	\$ 312,12	\$ 318,36	\$ 324,73	\$ 331,22
Árboles frutales	\$ 8,00	\$ 5,00	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 489,60	\$ 499,39	\$ 509,38	\$ 519,57	\$ 529,96
Saco abono	\$ 2,00	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 122,40	\$ 124,85	\$ 127,34	\$ 129,89	\$ 132,49
Saco tierra de sembrado	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 244,80	\$ 249,70	\$ 254,69	\$ 259,78	\$ 264,98
Total			\$ 130,00	\$1.560,00	\$1.591,20	\$1.623,02	\$1.655,48	\$1.688,59	\$1.722,37

Tabla # 80 Costo de venta producción vivero

ALQUILER DE BICICLETAS		ESTIMACIÓN MENSUAL			PROYECCIÓN 5 AÑOS				
Detalle	valor	Unidades	total mensual	total anual	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Bicicletas sin guía	\$3,00	15	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,38	\$ 1.987,35
Bicicletas con guía	\$13,00	15	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,38	\$ 1.987,35
TOTAL					\$ 3.672,00	\$ 3.745,44	\$ 3.820,35	\$ 3.896,76	\$ 3.974,69

Tabla # 81 Costo alquiler de bicicletas

<b>COSTOS DE ALIMENTOS</b>							
<b>detalle</b>	<b>estimación mensual</b>	<b>total anual</b>	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
Materia prima	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.060,00	\$ 3.121,20	\$ 3.183,62	\$ 3.247,30	\$ 3.312,24
Total		\$ 3.000,00	\$ 3.060,00	\$ 3.121,20	\$ 3.183,62	\$ 3.247,30	\$ 3.312,24

Tabla # 82 Alimentos

<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Grasa	\$ 5,00	\$ 60,00
Repuestos	\$ 25,00	\$ 300,00
Aceite	\$ 5,00	\$ 60,00

Tabla # 83 Mantenimiento bicicletas

### 3.11.2. DEPRECIACIONES

	ACTIVOS FIJOS	VALOR INICIAL	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
1	Edificio (hospedaje)	\$ 11.726,70	20	5%	\$ 586,34	\$ 11.140,37
2		\$ 11.140,37			\$ 586,34	\$ 10.554,03
3		\$ 10.554,03			\$ 586,34	\$ 9.967,70
4		\$ 9.967,70			\$ 586,34	\$ 9.381,36
5		\$ 9.381,36			\$ 586,34	\$ 8.795,03
6		\$ 8.795,03			\$ 586,34	\$ 8.208,69
7		\$ 8.208,69			\$ 586,34	\$ 7.622,36
8		\$ 7.622,36			\$ 586,34	\$ 7.036,02
9		\$ 7.036,02			\$ 586,34	\$ 6.449,69
10		\$ 6.449,69			\$ 586,34	\$ 5.863,35
11		\$ 5.863,35			\$ 586,34	\$ 5.277,02
12		\$ 5.277,02			\$ 586,34	\$ 4.690,68
13		\$ 4.690,68			\$ 586,34	\$ 4.104,35
14		\$ 4.104,35			\$ 586,34	\$ 3.518,01
15		\$ 3.518,01			\$ 586,34	\$ 2.931,68
16		\$ 2.931,68			\$ 586,34	\$ 2.345,34
17		\$ 2.345,34			\$ 586,34	\$ 1.759,01
18		\$ 1.759,01			\$ 586,34	\$ 1.172,67
19		\$ 1.172,67			\$ 586,34	\$ 586,34
20		\$ 586,34			\$ 586,34	\$ 0,00

Tabla # 84 Depreciación hospedaje

	ACTIVOS FIJOS	VALOR INICIAL	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
1	áreas de servicio	\$ 16.788,10	10	10%	\$ 1.678,81	\$ 15.109,29
2		\$ 15.109,29			\$ 1.678,81	\$ 13.430,48
3		\$ 13.430,48			\$ 1.678,81	\$ 11.751,67
4		\$ 11.751,67			\$ 1.678,81	\$ 10.072,86
5		\$ 10.072,86			\$ 1.678,81	\$ 8.394,05
6		\$ 8.394,05			\$ 1.678,81	\$ 6.715,24
7		\$ 6.715,24			\$ 1.678,81	\$ 5.036,43
8		\$ 5.036,43			\$ 1.678,81	\$ 3.357,62
9		\$ 3.357,62			\$ 1.678,81	\$ 1.678,81
10		\$ 1.678,81			\$ 1.678,81	\$ 0,00

Tabla # 85 Depreciación áreas de servicios



	ACTIVOS FIJOS	VALOR INICIAL	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
1	área deportiva y de recreación	\$ 24.842,75	10	10%	\$ 2.484,28	\$ 22.358,48
2		\$ 22.358,48			\$ 2.484,28	\$ 19.874,20
3		\$ 19.874,20			\$ 2.484,28	\$ 17.389,93
4		\$ 17.389,93			\$ 2.484,28	\$ 14.905,65
5		\$ 14.905,65			\$ 2.484,28	\$ 12.421,38
6		\$ 12.421,38			\$ 2.484,28	\$ 9.937,10
7		\$ 9.937,10			\$ 2.484,28	\$ 7.452,83
8		\$ 7.452,83			\$ 2.484,28	\$ 4.968,55
9		\$ 4.968,55			\$ 2.484,28	\$ 2.484,28
10		\$ 2.484,28			\$ 2.484,28	\$ -

Tabla # 86 Depreciación áreas deportiva y de recreación

### 3.11.3. Estimación de la demanda

Para realizar estas proyecciones se basó en los datos del feriado más alto que tiene la parroquia Atahualpa que fue de 3000 turistas y un cálculo de aproximación de 200 turistas para el resto de meses del año que, calculando esta operación matemática se tiene un total de 5220 turistas por año.

AÑOS	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA TURISTAS QUE INGRESAN A ATAHUALPA AUMENTO DE 10% POR AÑO	65%	INGRESO MENSUALES	INGRESOS DIARIOS
0	5220	3393	283	9
1	5742	3732	311	10
2	6316	4106	342	11
3	6948	4516	376	13
4	7643	4968	414	14
5	8407	5464	455	15

Tabla # 87 Proyección ingreso de personas

AÑO	TOTAL INGRESO EN DÓLARES							
	ADULTOS MAYORES			JÓVENES Y ADULTOS		NIÑOS		TOTAL
	DEMANDA ESTIMADA	12%	\$ 20,00	65%	\$ 35,00	23%	\$ 15,00	
1	5742	689	\$ 13.780,80	3732	\$ 130.630,50	1321	\$ 19.809,90	\$ 164.221,20
2	6316	758	\$ 15.158,88	4106	\$ 143.693,55	1453	\$ 21.790,89	\$ 180.643,32
3	6948	834	\$ 16.674,77	4516	\$ 158.062,91	1598	\$ 23.969,98	\$ 198.707,65
4	7643	917	\$ 18.342,24	4968	\$ 173.869,20	1758	\$ 26.366,98	\$ 218.578,42
5	8407	1009	\$ 20.176,47	5464	\$ 191.256,12	1934	\$ 29.003,67	\$ 240.436,26

Tabla # 88 Proyección ingreso en dólares

#### 3.11.4. Estado de pérdidas y ganancias

El centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” ha establecido su estado de pérdidas y ganancias para determinar la utilidad o pérdida de la empresa, demostrándose la factibilidad que tendrá, garantizando la recuperación de la inversión que se ha realizado para ejecutar este proyecto a cinco años, a continuación se muestra dicho procedimiento el cual resulto positivo recuperándose lo invertido sin generar pérdidas.

<b>CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO “ATAHUALPA IMPERIAL”.</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS NETAS</b>	\$ 185.640,57	\$ 202.484,23	\$ 220.978,42	\$ 241.287,54	\$ 263.592,40
Ingresos turistas	\$ 164.221,20	\$ 180.643,32	\$ 198.707,65	\$ 218.578,42	\$ 240.436,26
Venta de artesanías material reciclable	\$ 1.370,25	\$ 1.390,80	\$ 1.411,67	\$ 1.432,84	\$ 1.454,33
Venta de artesanías en madera	\$ 14.785,92	\$ 15.081,64	\$ 15.383,27	\$ 15.690,94	\$ 16.004,76
Venta de plantas de vivero	\$ 1.591,20	\$ 1.623,02	\$ 1.655,48	\$ 1.688,59	\$ 1.722,37
Alquiler de bicicletas	\$ 3.672,00	\$ 3.745,44	\$ 3.820,35	\$ 3.896,76	\$ 3.974,69
<b>COSTOS DE VENTAS</b>	\$ 7.590,42	\$ 7.736,05	\$ 7.884,50	\$ 8.035,82	\$ 8.190,08
Artesanías material reciclable	\$ 712,53	\$ 723,22	\$ 734,07	\$ 745,08	\$ 756,25
Artesanías en madera	\$ 3.294,52	\$ 3.360,41	\$ 3.427,62	\$ 3.496,17	\$ 3.566,09
Alimentos y bebidas	\$ 3.060,00	\$ 3.121,20	\$ 3.183,62	\$ 3.247,30	\$ 3.312,24
Plantas de vivero	\$ 523,37	\$ 531,23	\$ 539,19	\$ 547,28	\$ 555,49
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 178.050,15	\$ 194.748,17	\$ 213.093,92	\$ 233.251,72	\$ 255.402,33
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	\$ 130.321,42	\$ 145.554,35	\$ 155.204,61	\$ 165.494,67	\$ 176.466,97
<b>GASTOS DE NOMINAS</b>	\$ 67.048,94	\$ 71.494,29	\$ 76.234,36	\$ 81.288,70	\$ 86.678,14
Administrador	\$ 5.118,24	\$ 5.457,58	\$ 5.819,42	\$ 6.205,24	\$ 6.616,65
Contador	\$ 4.606,42	\$ 4.911,82	\$ 5.237,48	\$ 5.584,72	\$ 5.954,99
Recepcionista	\$ 8.701,01	\$ 9.277,88	\$ 9.893,01	\$ 10.548,92	\$ 11.248,31
Ebanista	\$ 4.606,42	\$ 4.911,82	\$ 5.237,48	\$ 5.584,72	\$ 5.954,99
Artesano	\$ 4.350,50	\$ 4.638,94	\$ 4.946,50	\$ 5.274,46	\$ 5.624,15
Guía	\$ 8.701,01	\$ 9.277,88	\$ 9.893,01	\$ 10.548,92	\$ 11.248,31
Personal de mantenimiento	\$ 8.701,01	\$ 9.277,88	\$ 9.893,01	\$ 10.548,92	\$ 11.248,31

Cocinero	\$ 8.701,01	\$ 9.277,88	\$ 9.893,01	\$ 10.548,92	\$ 11.248,31
Jardinero	\$ 4.350,50	\$ 4.638,94	\$ 4.946,50	\$ 5.274,46	\$ 5.624,15
Guardia	\$ 9.212,83	\$ 9.823,64	\$ 10.474,95	\$ 11.169,44	\$ 11.909,97
<b>APORTE AL IESS</b>	\$ 63.272,48	\$ 74.060,06	\$ 78.970,25	\$ 84.205,97	\$ 89.788,83
Administrador	\$ 4.844,60	\$ 5.653,44	\$ 6.028,26	\$ 6.427,94	\$ 6.854,11
Contador	\$ 4.360,14	\$ 5.088,10	\$ 5.425,44	\$ 5.785,14	\$ 6.168,70
Recepcionista	\$ 8.197,91	\$ 9.610,85	\$ 10.248,05	\$ 10.927,49	\$ 11.651,99
Ebanista	\$ 4.360,14	\$ 5.088,10	\$ 5.425,44	\$ 5.785,14	\$ 6.168,70
Artesano	\$ 4.117,91	\$ 4.805,42	\$ 5.124,02	\$ 5.463,75	\$ 5.825,99
Guía	\$ 8.197,91	\$ 9.610,85	\$ 10.248,05	\$ 10.927,49	\$ 11.651,99
Personal de mantenimiento	\$ 8.197,91	\$ 9.610,85	\$ 10.248,05	\$ 10.927,49	\$ 11.651,99
Cocinero	\$ 8.197,91	\$ 9.610,85	\$ 10.248,05	\$ 10.927,49	\$ 11.651,99
Jardinero	\$ 4.117,91	\$ 4.805,42	\$ 5.124,02	\$ 5.463,75	\$ 5.825,99
Guardia	\$ 8.680,14	\$ 10.176,19	\$ 10.850,87	\$ 11.570,29	\$ 12.337,40
<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>	\$ 977,00	\$ 977,00	\$ 977,00	\$ 977,00	\$ 977,00
<b>GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS</b>	\$ 1.021,29	\$ 1.027,54	\$ 1.042,96	\$ 1.058,60	\$ 1.074,48
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 45.930,43	\$ 47.389,28	\$ 56.069,36	\$ 65.921,45	\$ 77.083,88
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 6.889,56	\$ 7.108,39	\$ 8.410,40	\$ 9.888,22	\$ 11.562,58
23% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 8.979,40	\$ 9.264,60	\$ 10.961,56	\$ 12.887,64	\$ 15.069,90
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	\$ 30.261,47	\$ 31.216,28	\$ 36.897,39	\$ 43.345,59	\$ 50.651,40

Tabla # 89 Estado de pérdidas y ganancias

### 3.11.5. Índices financieros

INVERSIÓN INICIAL		\$ 108.303,55			
INGRESOS		EGRESOS		FLUJO DE EFECTIVO NETO	
1	\$ 182.995,11	1	\$ 153.198,43	1	\$ 29.796,68
2	\$ 199.792,03	2	\$ 169.384,20	2	\$ 30.407,83
3	\$ 218.238,66	3	\$ 182.317,79	3	\$ 35.920,87
4	\$ 238.499,35	4	\$ 196.329,00	4	\$ 42.170,35
5	\$ 260.754,91	5	\$ 211.493,74	5	\$ 49.261,17
				10%	<b>VAN</b> \$ 30.292,89

Tabla # 90 VAN

El VAN obtenido para este proyecto es de \$ 30.292,89 valor que es rentable

FLUJO DE EFECTIVO NETO	
Inversión Inicial	\$ (108.303,55)
1	\$ 29.796,68
2	\$ 30.407,83
3	\$ 35.920,87
4	\$ 42.170,35
5	\$ 49.261,17
<b>TIR</b>	<b>19%</b>

Tabla # 91 TIR

## CONCLUSIONES

El estudio realizado sobre los centros recreacionales turísticos ha permitido que los conocimientos se amplíen con respecto a las tendencias de realizar turismo, la propuesta ha sido presentada para beneficio de la parroquia Atahualpa para que sea reconocida como destino turístico dentro del mercado local y nacional diversificando así la matriz productiva de la zona. Ante esto se plasman las siguientes conclusiones:

- Los centros recreacionales turísticos son espacios donde se ofrecen actividades variadas a los visitantes, y al ser proyectos destinados a zonas rurales con el objetivo de mejorar estos destinos son sujetos a la crítica de ellos.
- El turismo abarca un sinnúmero de tipos de turismo, los que se evidencian en la parroquia Atahualpa, en donde se puede realizar turismo de compras, turismo de sol y playa y turismo cultural.
- Las actividades y establecimientos de índole turístico no contribuyen lo suficiente al desarrollo turístico de la localidad y no abastece las necesidades que los visitantes puedan presentar en el sitio.
- El carisma y hospitalidad de su población hacen atractivo el sitio, proyectando así una imagen agradable al visitante cuando llega a la parroquia.
- En la parroquia Atahualpa existe la facilidad de practicar varias actividades turísticas que conllevan a que la tendencia de la oferta incremente a favor de la localidad.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones se presentan en función del estudio de campo realizado.

- Priorizar la puesta en marcha del centro recreacional turístico “Atahualpa Imperial” usando responsablemente los recursos, evitar caer en el ofrecimiento de servicios del viejo turismo, construir un ambiente armónico para el disfrute del viajero, incluir como integrante principal la amabilidad y cortesía.
- Las actividades de diversión, descanso y aprendizaje deben tener un período de revisión y mantenimiento no mayor de un mes, corrigiendo posibles fallas, evitando inconvenientes en el servicio.
- Destinar un porcentaje de las utilidades a impulsar la mejora en sitios de interés turístico en la localidad, crear conciencia de conservación y cuidado ambiental.
- Tener siempre como primera opción el empleo de mano de obra local, especialmente a las personas más necesitadas pero con el ánimo de superación personal y laboral.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Abascal, G.(2005). Análisis de encuestas, libros profesionalesde empresas EsicCuenca Pág. 291
- Abellán, A. M. (2006). La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales. Volumen 48 de monografías (Universidad de Castilla-La Mancha). Pág. 632
- Acerenza, M. (1982). Un enfoque Metodológico Trillas, México. Pág. 265
- Heinemann, K. (2008). Introducción a la metodología de la investigaciónempírica (Segunda ed.). España: Paidrotibo.
- Acerenza, M. (1991). Administración del turismo conceptualización y organización, Trillas México pág. 250
- Alcázar, M (2002). Los canales de distribución en el sector turístico. Esic. Pág. 304
- Ávila. M (2003). Economía. Umbral. México
- Barbieri. P (2003). Deportes y recreación accesible Nobulko Pág. 124
- Bayardo, M (1987). Introducción a la metodología de investigación. Progreso. Pág. 127
- Bernal. C (2006). Metodología de investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México. Pearson educación Pág. 286
- Boullón, R (1997). Planificación del espacio turístico. México. Trilla Pág. 235
- Castellanos. H. E (2010). Turismo y recreación: bases teóricas, conceptuales y operativas. Trillas, México. Pag.140
- Crosby, M (1996). Elementos básicos para un turismo sustentable en las áreas naturales. Forun natura. Madrid. Pág. 140
- Elizondo, L (2002). Metodología de la investigación contable. Paraninfo. Pág. 455



- Estrella, D (2007). Cuaderno docentes culturas, identidades y gestión turística. Universidad de Cuenca. Cuenca. Pág.76
- Gallardo. H (1991). Elementos de investigación académica. Costa Rica. Euned. Pág. 102
- Gurria, D (1991). Introducción al turismo. Trillas. México. Pág. 136
- Gómez B., López. F. (2002). Regionalización turística del mundo. Volumen 257 de textos docentes. Universidad de Barcelona. Pág. 78
- Mendoza, H. S. (2010). Enfoques de investigación. Roberto Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación (Quinta ed., pág. 603) México: The McGraw-Hill Companies, Inc
- Mercado. G (2007). Manual de técnicas de la investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades. México, Colegio de México. Pág. 379
- Naghi. M. (2000). Metodología de la investigación. México. Limusa. pág. 302.
- Quesada. C (2010). Elementos del turismo teoría y clasificación Euned. Costa Rica Pág. 279
- Quesada. C (2006). Elementos del turismo. Costa Rica. Euned Pág. 179
- Rodríguez. E. (2005). Metodología de la investigación. Universidad Autonomía de Tabasco Pág. 186
- Sabado. T (2010). Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería. Barcelona. Universidad autónoma. De Barcelona Pág. 146
- Steve. F (2006). Estructuras de mercados turísticos. México uoc. Pág. 348
- Tamayo, T. (2001). Proceso de la investigación científica. México. Limusa Pág. 440

# ANEXOS

**Anexo # 1 Cuadro resumen de Atractivos Turísticos de la Parroquia Atahualpa**

<b>ATRACTIVO</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUB TIPO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
Playa Santo Tomas	Atahualpa	Sitios naturales	Costas	Playa	Recurso natural en estado 100% virgen, visitado en pocas ocasiones por pocos visitantes para recolección de mariscos.
Playa Los Chinos	Atahualpa	Sitios naturales	Costas	Playa	Uno de los recursos aprovechados para el turismo y ciclopaseos.
Iglesia San Juan Bautista	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura religiosa	Es una Iglesia reconstruida en su totalidad en el año 2013, ha tenido 3 cambios en su historia.
Fiestas de San Juan Bautista	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas Religiosas	Se la realiza cada 24 de Junio con diferentes actividades, tiene gran acogida por los pobladores de la localidad y de sectores aledaños.

Fiestas Virgen de Fátima (Cucurucho)	Comuna Entre Ríos - Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas Religiosas	Se lleva a efecto el 16 de mayo de cada año o se realiza un puente hacia un domingo si es necesario, esto es en la comuna y acuden personas de Atahualpa, Ancón, Anconcito, Guayaquil y otros.
Fiestas Parroquiales	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	Se lleva a efecto desde una semana antes con diferentes eventos, terminando el 15 de marzo con el desfile y sección solemne.
Fiestas Comunes	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	La sede queda ubicada en la parroquia Atahualpa a las afueras, en esta fiesta realizan programas deportivos y finalizan con un baile el día 3 de Agosto.
Fiestas Barriales	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	Las más representativas son las del barrio 10 de Agosto, 9 de

					Octubre y 1 de Enero.
Fiestas Club 24 de Mayo	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	Tiene sede en el barrio Villamil, se realizan encuentros deportivos, juegos tradicionales y finalizan con un baile público.
Fiestas de los Difuntos – 1,2 de noviembre	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Tradiciones	Es una de las fiestas que atrae un sinnúmero de personas y es muy representativa de la parroquia, se practican tradiciones, costumbres también una misa en el cementerio.
Feria del Mueble “Atahualpa Capital del Mueble”	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y mercados	Actividad que coincide con la fiestas de los difuntos, dura de 3 a 4 días participa la prefectura de Santa Elena acuden un sinnúmero de personas de fuera de la localidad

<p>Leyendas:</p> <p>Los Ríos Malucos</p> <p>Las Calaveras</p> <p>La Mujer Bella</p> <p>El Carro Fantasma</p> <p>El Encanto De Don Domingo</p> <p>El Tronco Roto.</p> <p>Encantado</p> <p>La Muñeca Grandota</p> <p>El Quijón</p> <p>Doña Cojuda</p> <p>El Caballo Galopante</p>	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Creencias Populares.	En la mente de adultos y adultos mayores, leyendas que causan asombro y estas historias han sido documentadas y se transmiten de generación en generación.
Muebles y artesanías	Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Costumbre y tradiciones	Actividad económica principal, practicada por un número representativo de habitantes desde muchas décadas atrás.

## Anexo # 2 LOCALIZACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

La valorización y jerarquización de los atractivos es muy importante debido a que esto expone en sus diferentes numerales que componen la ficha datos relevantes y necesarios sobre cada atractivo que se localizan dentro del territorio perteneciente a la Parroquia Atahualpa-Cantón y Provincia de Santa Elena.

<b>ATRACTIVO N° 1 : PLAYA SANTO TOMÁS</b>	
	
<b>Datos generales:</b>	
<b>Nombre del atractivo:</b> Playa Santo Tomás	
<b>Propietario:</b> Parroquia Atahualpa	
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Costas <b>Subtipo:</b> Playa
<b>Ubicación</b>	
<b>Provincia:</b> Santa Elena	<b>Cantón:</b> Santa Elena
<b>Parroquia:</b> Atahualpa	<b>Comunidad:</b> Entre Ríos
<b>Centros rurales más cercanos</b>	
Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a 10km, San Vicente a 15Km.	
<b>V I S I T A B I L I D A D</b>	<b>Características físicas del atractivo</b>
	<b>Altura:</b> m. s.n.m <b>Temperatura:</b> 26°C
	Es de carácter natural recreacional posee paisajes hermosos y se puede divisar el perfil de las costas de Chanduy y Ancón.

<b>V E A X L T O R R I N S E C O</b>	<p><b>Estado de conservación del atractivo</b></p> <p>El atractivo se encuentra en estado puro, no ha sido intervenido por el hombre, aunque en las orillas de las playas se puede observar la basura que trae el mar.</p> <p><b>Estado de conservación del entorno</b></p> <p>El estado del entorno es perfecto no hay edificación alguna.</p>
	<p><b>Infraestructura vial</b></p> <p>Al atractivo solo se puede llegar en auto propio o bicicleta, la vía es lastrada.</p>
<p><b>Infraestructura básica</b></p> <p>En el sitio no existe construcción alguna por ende ningún tipo de servicio. Los turistas pueden tener las facilidades en la cabecera parroquial.</p>	
<p><b>Asociación con otros atractivos</b></p> <p>La Parroquia de Atahualpa tiene diferentes salidas al mar con características similares como son la playa de Los Chinos, Mambra y Mambrita.</p>	
<p><b>Difusión del atractivo</b></p> <p>La difusión del atractivo es local y provincial.</p>	
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Para visitar este atractivo deben asesorarse de las rutas que puede tomar para llegar sea en auto o en bus, llevar lo necesario para disfrutar del atractivo, no contaminar el área, y las autoridades locales invertir en el desarrollo de estos sitios.</p>	



## ATRACTIVO N° 2 : PLAYA LOS CHINOS



### Datos generales:

**Nombre del atractivo:** Playa Los Chinos.

**Propietario:** Parroquia Atahualpa

**Categoría:** Sitios naturales

**Tipo:** Costas

**Subtipo:** Playa

<b>Ubicación</b>	
<b>Provincia:</b> Santa Elena	<b>Cantón:</b> Santa Elena
<b>Parroquia:</b> Atahualpa	<b>Comunidad:</b> Entre Ríos
<b>Centros rurales más cercanos</b>	
Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a10km, San Vicente a 15Km.	
V I A N L T O R R I N S E C O	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura:</b> m. s.n.m <b>Temperatura:</b> 26°C
	Lleva el nombre de Los Chinos porque ahí habitaron una familia de chinos que estaba conformada por unos esposos, él de nacionalidad china y ella ecuatoriana (El Oro). Refinaban la sal en la actualidad no se sabe nada de estas personas.
V E A X L T O R R I N S E C O	<b>Estado de conservación del atractivo</b>
	El atractivo se encuentra en estado puro, aunque en los últimos años se ha realizado actividades turísticas pero solo son fechas específicas lo que no afecta el estado del sitio.
	<b>Estado de conservación del entorno</b>
	En el entorno se pueden observar perforaciones de pozos petroleros y la vegetación es del tipo de bosque tropical seca.
<b>Infraestructura vial</b>	
Las medios de transporte para llegar al atractivos es en auto propio, moto o bicicleta, la vía es lastrada.	
<b>Infraestructura básica</b>	
En el atractivo no existe construcción y no existe ningún servicio.	
<b>Asociación con otros atractivos</b>	
La Parroquia de Atahualpa tiene diferentes salidas al mar con características similares como son la playa de los Santo Tomás, Mambra y Mambrita.	
<b>Difusión del atractivo</b>	
La difusión del atractivo es local y provincial.	
<b>Recomendaciones</b>	
Para visitar este atractivo existen señaléticas que indican el camino, pero existen otras vías alternas para llegar al sitio.	

### ATRACTIVO N° 3: IGLESIA SAN JUAN BAUTISTA



#### Datos generales:

**Nombre del atractivo:** Iglesia San Juan Bautista.

**Propietario:** Parroquia Atahualpa

**Categoría:** Construcciones de importancia **Tipo:** Religiosa **Subtipo:** Iglesia

#### Ubicación

**Provincia:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Cantón:** Santa Elena

**Comunidad:** Entre Ríos

<b>Centros rurales más cercanos</b> Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km.	
V I A N L T O R R I N S E C O	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura:</b> 15m <b>Temperatura:</b> 27°C
	Reconstruida en su totalidad en el 2013, en su historia ha sido reconstruida 3 veces primero fue pequeña y de madera, luego de cemento y ahora ha sido ampliada.
V E A X L T O R R I N S E C O	<b>Estado de conservación del atractivo</b> El atractivo se encuentra conservado, se cuenta con un sacerdote permanente.
	<b>Estado de conservación del entorno</b> En el entorno se encuentra el parque central de la localidad y la Casa Parroquial.
<b>Infraestructura vial</b> Las medios de transporte público la Trunsa o en auto propio, moto o bicicleta, la vía es lastrada.	
<b>Infraestructura básica</b> Está construida de bloque y cemento	
<b>Asociación con otros atractivos</b> Con las iglesias de estilo moderno como en San Pablo, Rio Verde, Chanduy	
<b>Difusión del atractivo</b> La difusión del atractivo es local y provincial.	
<b>Recomendaciones</b> No siempre se encuentra abierta, para algún evento se debe coordinar con anticipación.	

## ATRACTIVO N° 4: FIESTAS DE SAN JUAN BAUTISTA



### Datos generales:

**Nombre del atractivo:** Fiestas de San Juan Bautista

**Propietario:** Iglesia de Atahualpa

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Acontecimientos programados

**Subtipo:** Fiestas Religiosas

### Ubicación

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Comunidad:** Entre Ríos

### Centros rurales más cercanos

Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a 10km, San Vicente a 15Km.

### Características físicas del atractivo

**Altura:** - **Temperatura:** -

V  
I  
A  
N  
L  
T  
O  
R  
I  
N  
S  
E  
C  
O

Se lleva a efecto el 24 de Junio de cada año con los tradicionales diabólicos (niños con vestimenta de color rojo, máscaras y sombrero), castillo y vaca loca. Previo a esto se realiza una novena y misa respectiva.

<b>V E A X L T O R R I N S E C O</b>	<p><b>Estado de conservación del atractivo</b></p> <p>El atractivo se encuentra conservado, una de las principales interventoras para este evento es la Señora Irma Orrala y por lo consiguientes los misioneros y Sacerdote asignado a la parroquia.</p> <p><b>Estado de conservación del entorno</b></p> <p>El ánimo e interés de los habitantes se encuentra latente con los años más personas se unen a la realización del mismo y la Iglesia en la que se encuentra la imagen del Patrono ha sido reconstruida en su totalidad.</p>
	<p><b>Infraestructura vial</b></p> <p>Al atractivo se puede llegar en Trunsa desde las 06:00 hasta las 19:30, en taxi, moto, bicicleta o a pie.</p>
<p><b>Infraestructura básica</b></p> <p>En el atractivo existen servicios básicos adecuados para los misioneros y Sacerdote. Los feligreses o turistas pueden acceder a ello o incluso a pocos metros se encuentra el parque central con baños públicos y también tiendas y otros servicios.</p>	
<p><b>Asociación con otros atractivos</b></p> <p>En la parroquia es la única Iglesia Cristiana, existen otros templos pero más pequeños y con características diferentes. La fachada de la iglesia es similar a las últimas iglesias que se realizaron en el periodo del Alcalde Otto Vera Palacios.</p>	
<p><b>Difusión del atractivo</b></p> <p>La difusión del atractivo es local y provincial.</p>	
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Los que se interesen es esta festividad pueden acudir a las novenas que se realizan en los diferentes barrios de la parroquia, la misa general, evento artístico y religioso en la noche.</p>	

## ATRACTIVO N° 5 : FIESTAS VIRGEN DE FÁTIMA



### Datos generales:

**Nombre del atractivo:** Fiestas Virgen de Fátima

**Propietario:** Iglesia Virgen de Fátima

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Acontecimientos programados

**Subtipo:** Fiestas Religiosas

### Ubicación

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Comunidad:** Entre Ríos

### Centros rurales más cercanos

Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 8km, Chanduy a 12km, San Vicente a 17Km.

V I A N L T O R R I N S E C O	<p><b>Características físicas del atractivo</b>  <b>Altura: - Temperatura: -</b></p>
	<p>Se la realiza en la Comuna Entre Ríos (Cucurucho) el 16 de mayo de cada año aunque en esta comunidad existen pocas casas la afluencia en esta fecha es alta.</p>
V E A X L T O R R I N S E C O	<p><b>Estado de conservación del atractivo</b>  La iglesia aún no está totalmente terminada pero es muy hermosa con una decoración con telas de nailon, flores, imágenes y luces que la hacen atractiva.</p>
	<p><b>Estado de conservación del entorno</b>  El atractivo se encuentra conservado y en desarrollo aunque en años pasados fue poblada al quedar en abandono se deterioraron las casas y las cosechas fueron reducidas.</p>
<p><b>Infraestructura vial</b>  A la comunidad e iglesia se puede llegar en auto propio, motocicleta, moto o en bus (Trunsa hasta la vía principal Gye-Atahualpa-Salinas).</p>	
<p><b>Infraestructura básica</b>  Las pocas casas que existen en el lugar son las que brindan de servicios básicos a los turistas solo en época de fiestas ya que por lo general no se encuentran en sus viviendas, en las fiestas decenas de comerciantes ponen negocios en el sitio.</p>	
<p><b>Asociación con otros atractivos</b>  En la zona es el único lugar que atrae a un sinnúmero de habitantes aun lugar que no vive nadie, asiéndolo único e incomparable.</p>	
<p><b>Difusión del atractivo</b>  La difusión del atractivo es local y provincial.</p>	
<p><b>Recomendaciones</b>  Por lo general cuando el día cae entre semana, la fecha del evento se pasa al domingo próximo. Las festividades duran todo el día desde las 08:00 hasta la noche.</p>	



**ATRACTIVO N° 6 : FIESTAS PARROQUIALES**



**Datos generales:**

**Nombre del atractivo:** Fiestas Parroquiales

**Propietario:** Atahualpa

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Acontecimientos programados

**Subtipo:** Fiestas

**Ubicación**

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Comunidad:** Entre Ríos

**Centros rurales más cercanos**

Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a10km, San Vicente a 15Km.

V I A N L T O R R I N S E C O	<p><b>Características físicas del atractivo</b>  <b>Altura: - Temperatura: -</b></p>
	<p>Se lleva a efecto desde una semana antes, los diferentes eventos se realizan entre la prefectura, municipio y Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Atahualpa.</p>
V E A X L T O R R I N S E C O	<p><b>Estado de conservación del atractivo</b></p> <p>El atractivo o tradición se mantiene, tanto las autoridades, parroquianos mantienen viva esta fecha importante para la localidad.</p>
	<p><b>Estado de conservación del entorno</b></p> <p>El entorno se mantiene, las festividades se realizan en el parte central que se le da mantenimiento regularmente.</p>
<p><b>Infraestructura vial</b></p> <p>Al atractivo se puede llegar en Trunsa desde las 06:00 hasta las 19:30, en taxi, moto, bicicleta.</p>	
<p><b>Infraestructura básica</b></p> <p>En estas fechas los comerciantes ponen diferentes tipos de negocios y distracciones para niños y adultos y en el parque están a disposición los baños públicos.</p>	
<p><b>Asociación con otros atractivos</b></p> <p>Las fiestas parroquiales pueden tener similitud con otras como Ancón o Anconcito pero la fecha es distinta por lo cual la hace única.</p>	
<p><b>Difusión del atractivo</b></p> <p>La difusión del atractivo es local y provincial.</p>	
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>En la localidad no existen lugares de hospedaje así que si los turistas van a estar hasta la madrugada deben tener en cuenta que los taxis pueden cobrar un costo alto para trasladarlos hacia sus viviendas. La localidad no es peligrosa.</p>	

## ATRACTIVO N° 7 : FIESTAS COMUNALES



### Datos generales:

**Nombre del atractivo:** Fiestas comunales

**Propietario:** Atahualpa

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Acontecimientos programados

**Subtipo:** Fiestas

### Ubicación

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Comunidad:** Entre Ríos

### Centros rurales más cercanos

Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a 10km, San Vicente a 15Km.

V I A N L T O R R I N S E C O	<p><b>Características físicas del atractivo</b>  <b>Altura: - Temperatura: -</b></p>
	<p>Aunque la comuna Entre Ríos se encuentra a unos kilómetros de la cabecera cantonal la sede comunal se encuentra en la localidad y aquí se realizan las reuniones y festividades en el mes de julio.</p>
V E A X L T O R R I N S E C O	<p><b>Estado de conservación del atractivo</b></p> <p>Conservado los comuneros realizan encuentros deportivos, juegos tradicionales y baile.</p>
	<p><b>Estado de conservación del entorno</b></p> <p>Los comuneros que la integran aportan y realizan actividades para realizar año a año esta festividad.</p>
<p><b>Infraestructura vial</b></p> <p>Al atractivo se puede llegar en Trunsa desde las 06:00 hasta las 19:30, en taxi, moto, bicicleta.</p>	
<p><b>Infraestructura básica</b></p> <p>En la sede hay baños, en estas fiestas reparten alimentos y bebidas en cuanto a transporte existe la facilidad que queda en la vía principal Gye-Atahualpa-Salinas.</p>	
<p><b>Asociación con otros atractivos</b></p> <p>A pesar de que se realizan encuentros deportivos, juegos tradicionales y baile, la afluencia es menor a otros eventos por lo cual la similitudes con otras fiestas internas no hay comparación, se podría comparar con fiestas comunales de sectores bien apartados como por ejemplo El Real, San Vicente.</p>	
<p><b>Difusión del atractivo</b></p> <p>La difusión del atractivo es local.</p>	
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Acudir con ropa y zapatos cómodos si desea ir caminando.</p>	

## ATRACTIVO N° 8 : FIESTAS BARRIALES



### Datos generales:

**Nombre del atractivo:** Fiestas Barriales

**Propietario:** Atahualpa

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Acontecimientos programados

**Subtipo:** Fiestas

### Ubicación

**Provincia:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Cantón:** Santa Elena

**Comunidad:** Entre Ríos

<b>Centros rurales más cercanos</b> Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a10km, San Vicente a 15Km.	
V I A N L T O R R I N S E C O	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura: - Temperatura: -</b>
	La localidad de Atahualpa tiene 11 barrios pero las festividades más representativas son las del barrio 10 de Agosto, 9 de Octubre, 1 de Enero con programas durante el día y baile público en la noche.
V E A X L T O R R I N S E C O	<b>Estado de conservación del atractivo</b> El evento es conservado sus dirigentes año a año se esfuerzan por mantener vivo estas fiestas.
	<b>Estado de conservación del entorno</b> En cuanto al entorno se está mejorando, sus vías y uno ya tienen cede barrial propia.
<b>Infraestructura vial</b> Al atractivo se puede llegar en Trunsa desde las 06:00 hasta las 19:30, en taxi, moto, bicicleta. Aunque las fiestas son en horas específicas de la tarde y el baile en la noche.	
<b>Infraestructura básica</b> Los eventos son realizados en la vía pública, en ellos se ubican vendedores de alimentos y bebidas y las sedes tienen baños a disposición de todas las personas.	
<b>Asociación con otros atractivos</b> El atractivo presenta entre las similitudes más cercanas las festividades de la Parroquia Ancón – Barrio Guayaquil.	
<b>Difusión del atractivo</b> La difusión del atractivo es local.	
<b>Recomendaciones</b> Acudir en familia o amigos, si los turistas desean quedar hasta la madrugada deben tomar en cuenta que el transporte a esta hora suele ser escaso y costoso.	

## ATRACTIVO N° 9 : FIESTAS CLUB 24 DE MAYO



### Datos generales:

**Nombre del atractivo:** Fiestas Club 24 de Mayo

**Propietario:** Atahualpa

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Acontecimientos programados

**Subtipo:** Fiestas

### Ubicación

**Provincia:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Cantón:** Santa Elena

**Comunidad:** Entre Ríos

<b>Centros rurales más cercanos</b> Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a10km, San Vicente a 15Km.	
V I A N L T O R R I N S E C O	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura:</b> - <b>Temperatura:</b> -
	La sede del club se encuentra en el barrio Villamil y el evento se lo realiza en la vía pública.
V E A X L T O R R I N S E C O	<b>Estado de conservación del atractivo</b> El evento se conserva aunque algunos juegos tradiciones típicos se han eliminado como el gallo despescuzado.
	<b>Estado de conservación del entorno</b> El entorno ha mejorado pero el avance es un poco lento en comparación de otros sectores.
<b>Infraestructura vial</b> Al atractivo se puede llegar en Trunsa desde las 06:00 hasta las 19:30, en taxi, moto, bicicleta. Tomar en cuenta las horas de los eventos.	
<b>Infraestructura básica</b> Los eventos son realizados en la vía pública, la sede o casas cercanas son las encargadas de facilitar de baños a los espectadores en cuanto a alimentos y bebidas solo en la noche del baile.	
<b>Asociación con otros atractivos</b> Tiene similitud con las fiestas barriales.	
<b>Difusión del atractivo</b> La difusión del atractivo es local.	
<b>Recomendaciones</b> Los que deseen acudir al evento pueden tener la tranquilidad que el lugar es tranquilo nada peligroso.	



**RACTIVO N° 10 : FIESTAS DE LOS DIFUNTOS – 1, 2 DE NOVIEMBRE**



**Datos generales:**

**Nombre del atractivo:** Fiestas de los difuntos – 1, 2 de noviembre

**Propietario:** Atahualpa

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Acontecimientos programados

**Subtipo:** Tradiciones.

**Ubicación**

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Santa Elena

<b>Parroquia: Atahualpa</b>	<b>Comunidad: Entre Ríos</b>
<b>Centros rurales más cercanos</b> Los lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a 10km, San Vicente a 15Km.	
V I A N L T O R R I N S E C O	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura: - Temperatura: -</b>
	Es una tradición de tipo cultural con influencia religiosa cristiana, la practica un porcentaje considerable la localidad y tiene una gran acogida.
V E A X L T O R R I N S E C O	<b>Estado de conservación del atractivo</b> El atractivo esta conservado aunque tiende a disminuir a cada año y desaparecer con el pasar del tiempo.
	<b>Estado de conservación del entorno</b> El entorno es conservado al igual que las prácticas de recolección de pan y misa en el cementerio local.
<b>Infraestructura vial</b> Para llegar y disfrutar de esta actividad 06:00 hasta las 19:30, en taxi, moto, bicicleta. Tomar en cuenta las horas de los eventos.	
<b>Infraestructura básica</b> Las actividades y lugares que incluyen el disfrute de estas tradiciones son las viviendas de los habitantes de construcción mixta la mayoría, el cementerio local está en buen estado.	
<b>Asociación con otros atractivos</b> Esta tradición es compartida con otras localidades rurales como Anconcito, Cadeate y otras.	
<b>Difusión del atractivo</b> La difusión del atractivo es local, provincial y nacional.	
<b>Recomendaciones</b> Es una tradición libre para personas de la localidad como afuera.	

**ATRACTIVO N° 11 : FERIA DEL MUEBLE “ATAHUALPA CAPITAL DEL MUEBLE”**



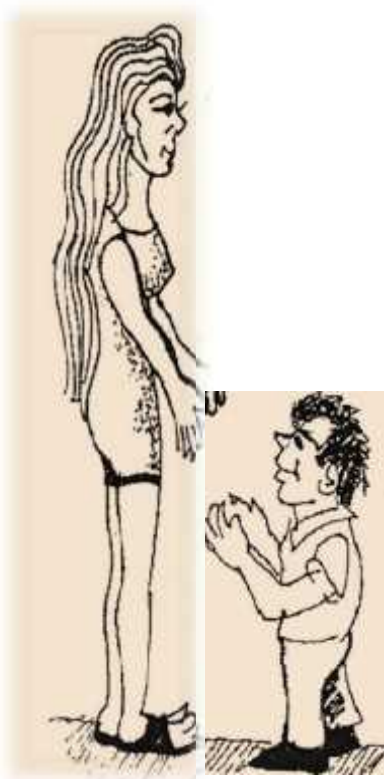
**Datos generales:**

**Nombre del atractivo:** Feria del Mueble **Propietario:** Atahualpa

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Etnografías **Subtipo:** Ferias y mercados.

**Ubicación**

<b>Provincia: Santa Elena</b>	<b>Cantón: Santa Elena</b>
<b>Parroquia: Atahualpa</b>	<b>Comunidad: Entre Ríos</b>
<b>Centros rurales más cercanos</b> Los lugares más cercanos a la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a 10km, San Vicente a 15Km.	
<b>V I A N L T O R R I N S E C O</b>	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura: - Temperatura: -</b>
	Es un evento trabajado en conjunto con la prefectura, Gad. Parroquial y asociación de artesanos atahualpenses.
<b>V E A X L T O R R I N S E C O</b>	<b>Estado de conservación del atractivo</b> El atractivo está conservado y con el pasar de los años se mejora incrementando ofertas.
	<b>Estado de conservación del entorno</b> El entorno es el adecuado debido a que la mayor actividad y negocios de la localidad son de índole artesanal (muebles y artesanías).
<b>Infraestructura vial</b> Para llegar y adquirir algún mueble o artesanía a la feria puede acudir desde las 09:00 hasta las 19:30, en bus, taxi, moto las vías de acceso están en perfecto estado.	
<b>Infraestructura básica</b> La infraestructura de las mueblerías no apropiadas, en la feria se realiza un cerramiento con varios stands.	
<b>Asociación con otros atractivos</b> Es un atractivo que no tiene similitud con otro, en comparación podemos mencionar a la feria del mueble cuencano que expone sus piezas en La Libertad.	
<b>Difusión del atractivo</b> La difusión del atractivo es local, provincial y nacional.	
<b>Recomendaciones</b> Es una tradición libre para personas de la localidad como fuera de ella.	



**Datos generales:**

**Nombre del atractivo:** Leyendas

**Propietario:**

**Atahualpa**

**ategoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Etnografías **Subtipo:** Tradiciones

**Ubicación**

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Comunidad:** Entre Ríos

**Centros rurales más cercanos**

s lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a10km, San Vicente a 15Km.	
V I A N L T O R R I N S E C O	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura: - Temperatura: -</b>
	Es un evento trabajado en conjunto con la prefectura, Gad. Parroquial y asociación de artesanos atahualpenses.
V E A X L T O R R I N S E C O	<b>Estado de conservación del atractivo</b> El atractivo esta conservado y con el pasar de los años se mejora incrementando ofertas.
	<b>Estado de conservación del entorno</b> El entorno es el adecuado debido a que la mayor actividad y negocios de la localidad son de índole artesanal (muebles y artesanías).
<b>Infraestructura vial</b> Para llegar y adquirir algún mueble o artesanía a la feria puede acudir desde las 09:00 hasta las 19:30, en bus, taxi, moto las vías de acceso están en perfecto estado.	
<b>Infraestructura básica</b> La infraestructura de las mueblerías no apropiadas, en la feria se realiza un cerramiento con varios stands.	
<b>Asociación con otros atractivos</b> Es un atractivo que no tiene similitud con otro, en comparación podemos mencionar a la feria del mueble cuencano que expone sus piezas en la libertad.	
<b>Difusión del atractivo</b> La difusión del atractivo es local, provincial y nacional.	
<b>Recomendaciones</b> Es una tradición libre para personas de la localidad como fuera de ella.	



**Datos generales:**

**Nombre del atractivo:** Muebles y Artesanías

**Propietario:**

**Atahualpa**

**Categoría:** Manifestaciones Culturales **Tipo:** Etnografías **Subtipo:** Ferias y mercados.

**Ubicación**

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Santa Elena

**Parroquia:** Atahualpa

**Comunidad:** Entre Ríos

**Centros rurales más cercanos**

s lugares más cercanos la Parroquia Ancón a 10km, Chanduy a10km, San Vicente a 15Km.	
V I A N L T O R R I N S E C O	<b>Características físicas del atractivo</b> <b>Altura: - Temperatura: -</b>
	Es un evento trabajado en conjunto con la prefectura, Gad. Parroquial y asociación de artesanos Atahualpenses.
V E A X L T O R R I N S E C O	<b>Estado de conservación del atractivo</b> El atractivo esta conservado y con el pasar de los años se mejora incrementando ofertas.
	<b>Estado de conservación del entorno</b> El entorno es el adecuado debido a que la mayor actividad y negocios de la localidad son de índole artesanal (muebles y artesanías).
<b>Infraestructura vial</b> Para llegar y adquirir algún mueble o artesanía a la feria puede acudir desde las 09:00 hasta las 19:30, en bus, taxi, moto las vías de acceso están en perfecto estado.	
<b>Infraestructura básica</b> La infraestructura de las mueblerías no apropiadas, en la feria se realiza un cerramiento con varios stands.	
<b>Asociación con otros atractivos</b> Es un atractivo que no tiene similitud con otro, en comparación podemos mencionar a la feria del mueble cuencano que expone sus piezas en la libertad.	
<b>Difusión del atractivo</b> La difusión del atractivo es local, provincial y nacional.	
<b>Recomendaciones</b> Es una tradición libre para personas de la localidad como fuera de ella.	

### Anexo # 3 encuesta a Turistas





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

Código de Encuesta: DEBF001T

**Objetivo:** Conocer el nivel de interés que tienen los turistas o futuros consumidores ante la propuesta del proyecto turístico “Diseño de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa, Cantón y Provincia de Santa Elena Año 2014” e identificar sus posibles exigencias.

Genero de sexo \_\_\_\_\_ Lugar de Procedencia \_\_\_\_\_  
 Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_  
 Edad \_\_\_\_\_

12 a 16 años	
17 a 21 años	
22 a 26 años	
27 a 31 años	
32 a 36 años	1.
37 en adelante	

Ud. realiza su viaje:

Solo	
Familia	
Amigos	
Otro	

2. ¿Conoce Ud. la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
3. ¿Le gustaría visitar un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa Cantón Santa Elena?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
4. ¿Que le gustaría que exista en el centro recreacional turístico?

Piscina	
áreas deportivas para jugar futbol	
áreas deportivas para jugar vóley	
áreas adecuadas para realizar competencias	
Alimentos y bebidas	

5. ¿Qué le gustaría realizar en el Centro Recreacional Turístico?

Caminatas	
recorridos en bicicleta	
Participar en procesos de siembra	
Aprender técnicas básicas de manejo de alimentos orgánicos	
acampar (dormir en carpas)	

6. ¿Marque la o las actividades en que le gustaría competir?

Escala	
Descenso	
Posta	
Pasamanos	
Saltar obstáculos de llantas	
Pasar por un túnel (tubo grande)	
Pasar una pelota por un pequeño agujero	
Derribar bolos u otros objetos	
Juegos tradicionales (gallina ciega, llevar un huevo en una cuchara, saltar la cuerda, hacer girar el trompo, estrellita, quemada, cogida etc.)	
Todos	
Proponga uno	

7. ¿Cuánto tiempo permanecería en el Centro Recreacional Turístico?

Un día	
Dos o tres días	
Más de tres días	

8. ¿Le gustaría que en el Centro Recreacional Turístico le enseñaran?

el proceso de elaboración de un mueble (sencillo)	
el proceso de reciclaje y reutilización materiales	
el proceso de elaboración de briquetas de forma artesanal (carbones para encender	

fogatas)	
sobre la cultura y costumbres de los habitantes de la zona	
mitos y leyendas ocurridos a moradores de la zona	

Una vez contestado las interrogantes anteriores

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Centro Recreacional Turístico?

10 a 15 \$	
15 a 20	
20 a 25	

10. ¿En qué mes del año le gustaría visitar el Centro Recreacional Turístico?

Enero	
Febrero	
Marzo	
Abril	
Mayo	
Junio	
Julio	
Agosto	
Septiembre	
Octubre	
Noviembre	
Diciembre	

11. ¿Con qué frecuencia visitaría el Centro Recreacional Turístico?

Una vez al mes	
Dos veces al mes	
Una vez al año	
Dos veces al año	
Tres veces al año	
Otro(especifique)	

12. ¿Cuál cree que será la predisposición de sus padres (en caso de ser menor de edad), para realizar el viaje al Centro Recreacional Turístico?

Buena predisposición	
Necesidad de insistencia	
Negación con opción a reconsideración	
Negación absoluta	

13. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el centro recreacional turístico?

Redes sociales(email, Facebook, otros)	
Folletos	
Hojas volantes	
Radio	
Otro (especifique)	

Encuestadora Responsable: Denisse E. Borbor Figueroa

### **Anexo # 4 encuesta a pobladores**



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

Código de encuesta: DEBF001EHPA

**Objetivo:** Conocer el nivel de aceptación de los habitantes de la Parroquia Atahualpa ante la propuesta de **Diseño de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa** para fomentar el turismo y tener un mejor desarrollo socioeconómico a través de la actividad.

Genero de sexo

Masculino

Femenino

Edad

18 a 25 años	
26 a 33 años	
34 a 41 años	
42 a 49 años	
50 en adelante	

- ¿Considera Usted que los habitantes de la parroquia Atahualpa solo se pueden dedicar a la fabricación de Muebles?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- ¿Usted trabaja en la fabricación de Muebles?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- ¿Qué otra actividad considera Usted, que generaría crecimiento socio-económico a la parroquia Atahualpa?

Turismo	
Agricultura	
Ganadería	
Desconoce	
Mencione una si lo considera necesario	

- ¿Considera Usted que se debe implementar proyectos Turísticos en la Parroquia Atahualpa?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- ¿Considera Usted que es importante la intervención de las autoridades y estudiantes en propuestas de desarrollo de su comunidad en el campo Turístico?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- ¿Le gustaría que las propuestas sean relacionadas a la conservación de recursos (naturales, culturales)?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- ¿Le gustaría que las propuestas sean relacionadas a lugares de recreación prácticas de deportes y aprendizaje?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- Le gustaría que exista un lugar de distracción en su localidad para compartir en Familia o Amigos?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- ¿Sabe usted que es un Centro Recreacional Turístico?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- Si su respuesta anterior fue NO, marque la o las opciones que considere acertada ¿Qué cree Ud. que seria un Centro Recreacional Turístico?

Un lugar donde se practica malas costumbres	
Un lugar de enseñanza y aprendizaje	
Un lugar turístico para distracción solo o en compañía	
Un lugar de diversión, conservación y aprendizaje	
Un lugar perjudicial para la sociedad	
Un lugar beneficioso para la sociedad	

- ¿Considera Usted que la creación de Centro Recreacional Turístico en la parroquia causaría en los niños y jóvenes reacciones como?

Malas costumbres	
------------------	--

Buenas costumbres	
Conciencia de conservación ambiental	
Ganas de destruir los recursos naturales	
Compañerismo	
Delincuencia	

12. ¿Le gustaría que en la Parroquia Atahualpa exista un Centro Recreacional Turístico?  
Si No
13. ¿Cree Usted que si se creara el Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa se generaría plazas de trabajo?  
Si No
14. ¿Le gustaría participar en el proceso de diseño e implementación del Centro Recreacional Turístico?  
Si No
15. ¿El aporte que Usted esta dispuesto a dar seria?

Conocimiento	
Mano de Obra	
Capital(Dinero)	
Inversionista	
Intermediario con terceros	

16. ¿Estaría Usted dispuesto a capacitarse para trabajar como servidor Turístico?  
Si No
17. ¿En que le gustaría aportar o trabajar si las actividades a desarrollar son?

Personal administrativo – contable	
Atención al cliente(turista)	
Cuidado de áreas verdes	
Personal auxiliar de actividades recreacionales	
Fabricación de briquetas artesanalmente(carbones)	
Artesanías con material reciclado	
Guía	
Limpieza y mantenimiento	
Agente de venta	
Ninguno	
Mencione uno si considera necesario	

18. ¿Si se le presentara la oportunidad de poner un negocio por cuenta propia a causa del desarrollo turístico, lo aprovecharía?  
Si No
19. ¿Si la demanda turística es alta en la Parroquia Usted consideraría ponerse un negocio de?

Restauración	
Hospedaje	
Bar – Cafetería	
Centro de diversión nocturna	
Ninguno	
Mencione uno si considera necesario	

Encuestadora Responsable: Denisse Evelyn Borbor Figueroa

**Anexo # 5 entrevista a autoridades**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



CARRERA DE GESTION Y DESARROLLO TURÍSTICO

Código de entrevista: DEBF\_\_\_\_EAPA

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación e interés de autoridades ante la propuesta de “Diseño de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa, Cantón y Provincia de Santa Elena año 2014” para fomentar el turismo y tener un mejor desarrollo socioeconómico a través de la actividad.

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

Cargo: \_\_\_\_\_

Entidad a la que pertenece: \_\_\_\_\_

1. ¿Considera Usted que los habitantes de la parroquia Atahualpa solo se pueden dedicar a la fabricación de Muebles?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. ¿Considera Usted que la Parroquia podría desarrollarse turísticamente?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. ¿Cree Usted conveniente agregar en su planificación planes de desarrollo turístico?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. ¿Según su grado de conocimiento como califica la intervención de estudiantes universitarios en su Parroquia?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. ¿Con que grado de importancia califica Ud. a los Proyectos Turísticos?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. ¿Considera que la implementación de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa generaría beneficios a los pobladores?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. ¿Qué reacción o iniciática cree que generaría en los jóvenes de su localidad la implementación de un Centro Recreacional Turístico por ej. Deportiva, laboral?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
8. ¿Considera que un Centro Recreacional Turístico atraerá una considerable afluencia turística a la Parroquia?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
9. ¿Considera que un Centro Recreacional Turístico aportara a posesionar a la Parroquia Atahualpa como un destino turístico y de recreación?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
10. ¿Cómo apoyaría Ud. al diseño e implementación de un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Responsable de la entrevista: Denisse Evelyn Borbor Figueroa

Anexo # 6 tablas de tabulaciones encuestas pobladores

## Genero de sexo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	85	55%
Femenino	70	45%
Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

## Edad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 25 años	57	37%
26 a 33 años	36	23%
34 a 41 años	23	15%
42 a 49 años	26	17%
50 en adelante	12	8%
Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

1. ¿Considera Usted que los habitantes de la parroquia Atahualpa solo se pueden dedicar a la fabricación de Muebles?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	0	0%
	NO	155	100%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

2. ¿Usted trabaja en la fabricación de Muebles?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	SI	60	39%
	NO	95	61%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

3. ¿Qué otra actividad considera Usted, que generaría crecimiento socio-económico a la parroquia Atahualpa?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Turismo	99	64%
	Agricultura	23	15%
	Ganadería	25	16%
	Desconoce	8	5%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

4. ¿Considera Usted que la Parroquia Atahualpa puede desarrollarse turísticamente al implementarse un centro recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	SI	155	100%
	NO	0	0%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

5. ¿Considera Usted que es importante la intervención de las autoridades y estudiantes en propuestas de desarrollo de su comunidad en el campo Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	SI	155	100%
	NO	0	0%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

6. ¿Marque la o las opciones a las que les gustaría se incline la propuesta de desarrollo?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	conservación de recursos (naturales, culturales)	155	100%
	recreación prácticas de deportes y aprendizaje	155	100%
	distracción para compartir en Familia o Amigos	155	100%
	Total	465	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

7. ¿Sabe usted que es un Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	SI	79	51%
	NO	76	49%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

8. Si su respuesta anterior fue NO, marque la o las opciones que considere acertada ¿Qué cree Ud. que seria un Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	malas costumbres/perjudicial	0	0%
	enseñanza y aprendizaje	55	11%
	distracción solo o en compañía	155	32%
	diversión, conservación y aprendizaje	120	25%
	Un lugar beneficioso para la sociedad	155	32%
	Total	485	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

9. ¿Considera Usted que la creación de Centro Recreacional Turístico en la parroquia causaría en los niños y jóvenes reacciones como?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Malas costumbres	0	0%
	Buenas costumbres	155	41%
	Conciencia de conservación ambiental	67	18%
	Ganas de destruir los recursos naturales	0	0%
	Compañerismo	155	41%
	Delincuencia	0	0%
	Total	377	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

10 ¿Le gustaría que en la Parroquia Atahualpa exista un Centro Recreacional Turístico



ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	SI	155	100%
	NO	0	0%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

11. ¿Cree Usted que si se creara el Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa se generaría plazas de trabajo?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	SI	155	100%
	NO	0	0%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

12. ¿Le gustaría participar en el proceso de diseño e implementación del Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	SI	87	56%
	NO	68	44%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

13. ¿El aporte que Usted está dispuesto a dar sería?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13	Conocimiento	54	30%
	Mano de Obra	63	35%
	Capital(Dinero)	11	6%
	Inversionista	0	0%
	Intermediario con terceros	7	4%
	Ninguno	46	25%
	Total	181	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

14. ¿Estaría Usted dispuesto a capacitarse para trabajar como servidor Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14	SI	87	56%
	NO	68	44%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

15. ¿En que le gustaría aportar o trabajar si las actividades a desarrollar son?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15	Personal administrativo – contable	4	3%
	Atención al cliente(turista)	7	5%
	Cuidado de áreas verdes	19	12%
	Personal auxiliar de actividades recreacionales	14	9%
	Fabricación de briquetas artesanalmente(carbones)	3	2%
	Artesanías con material reciclado	27	17%
	Guía	12	8%
	Limpieza y mantenimiento	18	12%
	Agente de venta	2	1%
	Ninguno	49	32%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

16. ¿Si se le presentara la oportunidad de poner un negocio por cuenta propia a causa del desarrollo turístico, lo aprovecharía?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16	SI	54	35%
	NO	101	65%
	Total	155	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)  
Elaborado por: Borbor, D. (2014)

17. ¿Si la demanda turística es alta en la Parroquia Usted consideraría ponerse un negocio de?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
------	-------------	------------	------------

<b>17</b>	Restauración	12	8%
	Hospedaje	2	1%
	Bar – Cafetería	17	11%
	Centro de diversión nocturna	3	2%
	Otro	65	42%
	Ninguno	56	36%
	<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

### **Anexo # 7 Tabla de tabulaciones encuestas a turistas**

#### Genero de sexo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	174	51%
Femenino	166	49%
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

#### Edad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12 a 16 años	97	29%
17 a 21 años	91	27%
22 a 26 años	61	18%
27 a 31 años	46	14%
32 a 36 años	26	8%
37 en adelante	19	6%
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

#### Lugar de Procedencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Zamora	12	4%
Quito	19	6%
Chimborazo	13	4%
Ambato	21	6%
Guayaquil	56	16%
Durán	7	2%
Salinas	16	5%
La Libertad	39	11%

Santa Elena	49	14%
Ancón	41	12%
Prosperidad	22	6%
Tambo	17	5%
Anconcito	23	7%
San Vicente	5	1%
Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

1. Ud. realiza su viaje:

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>1</b>	Solo	21	6%
	familia	123	36%
	amigos	158	46%
	otro	38	11%
	Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

2. ¿Conoce o ha visitado Ud. la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>2</b>	SI	141	41%
	NO	199	59%
	Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

3. Le gustaría visitar un Centro Recreacional Turístico en la Parroquia Atahualpa Cantón Santa Elena?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>3</b>	SI	332	98%
	NO	8	2%
	Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

4. ¿Qué le gustaría que exista en el centro recreacional turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
------	-------------	------------	------------

<b>4</b>	Piscina	340	23%
	áreas deportivas para jugar futbol	201	14%
	áreas deportivas para jugar vóley y tenis	267	18%
	áreas adecuadas para realizar competencias	329	22%
	Alimentos y bebidas	340	23%
	<b>Total</b>	<b>1477</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

5. ¿Qué le gustaría realizar en el Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>5</b>	Caminatas	98	14%
	recorridos en bicicleta	301	42%
	Participar en procesos de siembra	69	10%
	Aprender técnicas básicas de manejo de alimentos orgánicos	57	8%
	acampar (dormir en carpas)	189	26%
	<b>Total</b>	<b>714</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

6. ¿Marque la o las actividades en que le gustaría competir?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>6</b>	Escala	2	1%
	Descenso	2	1%
	Posta	3	1%
	Pasamanos	4	1%
	Saltar obstáculos de llantas	4	1%
	Pasar por un túnel (tubo grande)	2	1%
	Pasar una pelota por un pequeño agujero	2	1%
	Derribar bolos u otros objetos	3	1%
	Juegos tradicionales (gallina ciega, llevar un huevo en una cuchara, saltar la cuerda, hacer girar el trompo, estrellita, quemada, cogida etc.)	4	1%
	Todos	314	92%
	<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

7. ¿Cuánto tiempo permanecería en el Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
------	-------------	------------	------------

<b>7</b>	Un día	165	49%
	Dos o tres días	137	40%
	Más de tres días	38	11%
	Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

8. ¿Le gustaría que en el Centro Recreacional Turístico le enseñaran?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>8</b>	el proceso de elaboración de un mueble (sencillo)	87	27%
	el proceso de reciclaje y reutilización materiales	76	23%
	el proceso de elaboración de briquetas de forma artesanal (carbones para encender fogatas)	79	24%
	sobre la cultura y costumbres de los habitantes de la zona	51	16%
	mitos y leyendas ocurridos a moradores de la zona	31	10%
	Total	324	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

Una vez contestado las interrogantes anteriores

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>9</b>	10\$ a 15 \$	123	36%
	15\$ a 20\$	138	41%
	20\$ a 25\$	79	23%
	Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

10. ¿En qué mes del año le gustaría visitar el Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>10</b>	Enero	0	0%
	Febrero	64	19%
	Marzo	20	6%
	Abril	25	7%
	Mayo	4	1%
	Junio	18	5%
	Julio	4	1%
	Agosto	41	12%

	Septiembre	16	5%
	Octubre	22	6%
	Noviembre	67	20%
	Diciembre	59	17%
	Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

11. ¿Con que frecuencia visitaría el Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>11</b>	Una vez al mes	85	25%
	Dos veces al mes	138	41%
	Una vez al año	84	25%
	Dos veces al año	22	6%
	Tres veces al año	11	3%
	Total	340	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

12. ¿Cuál cree que será la predisposición de sus padres (en caso de ser menor de edad), para realizar el viaje al Centro Recreacional Turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>12</b>	Buena predisposición	87	74%
	Necesidad de insistencia	21	18%
	Negación con opción a reconsideración	5	4%
	Negación absoluta	4	3%
	Total	117	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

13. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el centro recreacional turístico?

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>13</b>	Redes sociales(email, Facebook, otros)	212	55%
	Folletos	116	30%
	Hojas volantes	10	3%
	Radio	47	12%
	Total	385	100%

Fuente: encuesta a pobladores (2014)

Elaborado por: Borbor, D. (2014)

### Anexo # 8 Variable Independiente

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE**

HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ATRIBUTO QUE MIDE	UNIDAD DE MEDIDA	PROCESO DE MEDICIÓN	VERIFICADOR	FUENTE	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
El diseño de un centro recreacional turístico en la Parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena fortalecerá e impulsará el desarrollo turístico como actividad complementaria y alternativa diversificando la matriz productiva actual de la población.	desarrollo Turístico	un centro recreacional turístico que se define como el conjunto de áreas equipadas para realizar actividades recreativas, deportivas, de aprendizaje y descanso con opción de quedarse realizando camping; alcanzando el objetivo de mejorar las condiciones de vida de la localidad y todo este sistema parte desde un estudio previo de la situación actual del área de estudio con la finalidad de ofrecer al turista nuevas opciones de distracción que a la vez causa que los recursos sean bien administrados, manejados, preservados y con los construidos se complementen y con la debida administración y organización beneficiar a la comunidad.	Planificación	elaboración de planes de trabajo	programaciones	buen uso de los recursos	sondeos, conservación	autoridades locales- investigador	G.A.D Atahualpa- investigador	considera ud. que el centro recreacional turístico aportara al desarrollo de la localidad?	cuestionarios
			organización	determinar funciones	buen uso del tiempo	metas alcanzadas	evaluaciones periodicas	resultados porcentuales de avance	Cronograma establecido G.A.D Atahualpa- investigador	como considera que la parroquia se debería organizar?	encuestas, informes
			procesos	determinar líneas de acción	actividades realizadas con puntualidad	funciones bien cumplidas	avances, equivocaciones	reducción y desarrollo de estrategias	documentos- investigador	que proceso considera adecuados para desarrollar el proyecto?	firma de asistencia, cuestionarios, entrevistas
			turismo recreacional	cantidad de actividades a realizar y espacios para descansar	oferta turística	cantidad de actividades	nivel de aceptación	autoridades locales- investigador	Informes preliminares	considera que la oferta turística de la localidad es suficiente para provocar un desarrollo?	cantidad de opciones, informes, documentos, encuestas
			objetivos	tiempo de alcance	valides,	nivel de alcance	evaluaciones periodicas - replanteamientos	autoridades locales- investigador	G.A.D Atahualpa- investigador	considera que los objetivos planteados son los idoneos o es necesario una modificación?	Cronogramas, actas de resplado



### ANEXO # 9 Variable Dependiente

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE											
HIPÓTESIS	VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ATRIBUTO QUE MIDE	UNIDAD DE MEDIDA	PROCESO DE MEDICIÓN	VERIFICADOR	FUENTE	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
El diseño de un centro recreacional turístico en la Parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena fortalecerá e impulsará el desarrollo turístico como actividad complementaria y alternativa diversificando la matriz productiva actual de la población.	Diversificación de la matriz productiva	Es la capacidad de un lugar para desarrollarse por medio de actividades de ocio, en donde se aprovechen todos los recursos con el fin de mejorar o ampliar la matriz productiva que tenga el sector.	Ventaja comparativa	Inventarios	Recursos turísticos	atractivos	sondeos, actualización de datos	autoridades locales-investigador	G.A.D Atahualpa-investigador	¿Qué otra actividad considera Usted, que generaría crecimiento socio-económico a la parroquia Atahualpa?	cuestionarios
			Ventaja de promoción	Determinar líneas de acción	actividades realizadas con puntualidad y responsabilidad	funciones bien cumplidas	avances, equivocaciones	estrategias bien desarrolladas	documentos - investigador	¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el centro recreacional turístico?	nivel de ventas
			Productos	Cantidad de actividades a realizar y espacios para	Oferta turística	Cantidad de actividades	Nivel de aceptación	Autoridades locales-investigador	Informes preliminares	Considera que la oferta turística de la localidad es	cantidad de opciones, informes, documentos,



**ANEXO # 10 Fotografía encuesta turistas**



**Anexo # 11 Fotografía encuestas en la ciudad de Libertad (Playa)**



Anexo # 12 Foto de entrevista gerente de EMOTURISMO- Douglas Dillon



Anexo # 13 Foto de entrevista Jefe de Turismo, Cultura y Patrimonio con Departamento en la Prefectura de Santa Elena



Anexo # 14 Foto de entrevista la analista de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos del Ministerio de Turismo



Anexo # 15 Foto entrevista Sr. Celso Soriano Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Atahualpa



Anexo # 16 Foto 1 encuesta habitantes de la parroquia Atahualpa

