



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**
Seréis mis testigos

ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS DE GRADO

TEMA:

COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA LAGARTO PARA OFRECER
SERVICIO NACIONAL Y PROMOCIONARLO INTERNACIONALMENTE.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO E INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

AUTOR: SANYI INTRIAGO VALENCIA

ASESOR: FRANCISCO MILA

2022

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de cumplir con todos los requisitos establecidos por el tribunal en el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales

Lector 1

Lector 2

Coordinador de Escuela

Mgt. Mario Armas Arias

Director de Tesis

Mgt. Francisco Mila

Junio, 2022

Autoría

Yo, Intriago Valencia Sanyi Nallely, declaro que la presente tesis está enmarcada en un proyecto de investigación que es absolutamente original, auténtico y personal.

En integridad que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

.....

Intriago Valencia Sanyi Nallely

C.I. 0803767565

Agradecimiento

Agradezco a Dios por todas las oportunidades que siempre me ha dado, por darme la fuerza y valentía de poder llegar hasta el día de hoy a pesar de todos los problemas que se presentaron a lo largo de la carrera.

Agradezco a mis padres y a mi familia por el sacrificio, dedicación, esfuerzo, apoyo y amor brindado

Agradezco a los profesores en especial a mi asesor por la paciencia y ayuda durante todo este proceso.

Agradezco a mis compañeros porque gracias a ellos se lo que es tener un equipo de trabajo unido que se apoya.

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a la memoria de mi papi Gonzalo Flavio Antonio Intriago Cedeño el mejor abuelo que la vida y Dios me puedo dar, gracias a él todavía lucho y hago todo lo posible por cumplir cada una de mis metas y sueños, espero que desde el cielo me pueda ver y se sienta orgulloso de mi porque estoy dando todo mi esfuerzo para salir adelante.

RESUMEN

El actual proyecto de investigación tuvo como objetivo analizar la factibilidad de la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofrecer servicio nacional y promocionarlo internacionalmente, para conocer los diferentes aspectos de estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero necesarios para la construcción de este espacio de recreación.

La metodología aplicada fue de tipo mixto combinando lo cuantitativo con lo cualitativo obteniendo los datos numéricos de las encuestas, el comportamiento y percepción de las personas ante la idea de la creación de un complejo en la parroquia Lagarto, con alcance exploratorio y con el método inductivo y deductivo que permito partir desde las opiniones hasta llegar a los resultados, utilizando como base a las teorías relacionadas al comercio internacional de servicio.

Se determinó la viabilidad de la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofrecer nacional y promocionar internacionalmente sus servicios tomando como dato los resultados obtenidos de los diferentes estudios, en primer lugar el estudio de mercado en donde la demanda hacia este tipo de emprendimiento es alta, el estudio técnico permitió conocer la infraestructura, ubicación, planos y mano de obra, el estudio organizacional posibilitó establecer la misión, visión jerarquía, procesos, cadena de valor y FODA y por último en el estudio financiero permitió establecer todos los gastos necesarios junto con el financiamiento y los indicadores que respaldan que si es factible invertir.

ABSTRACT

The current research project aimed to analyze the feasibility of creating a tourist complex in the Lagarto parish to offer national services and promote it internationally, to know the different aspects of market, technical, organizational and financial study necessary for the construction of this recreation space.

The applied methodology was of a mixed type, combining the quantitative with the qualitative, obtaining the numerical data of the surveys, the behavior and perception of the people before the idea of the creation of a complex in the Lagarto parish, with an exploratory scope and with the inductive method. and deductive that I allow to start from the opinions to arrive at the results, using as a base the theories related to the international service trade.

The feasibility of creating a tourist complex in the Lagarto parish was determined to offer its services nationally and internationally, taking as data the results obtained from the different studies, first of all the market study where the demand for this type of enterprise is high, .the technical study allowed to know the infrastructure, location, plans and workforce, the organizational study made it possible to establish the mission, hierarchy vision, processes, value chain and SWOT and finally in the financial study allowed to establish all the necessary expenses together with the financing and the indicators that support that it is feasible to invest.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
Presentación del tema	12
Planteamiento del problema.....	13
Justificación	14
Delimitación de objetivos	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos.....	15
CAPÍTULO I. Marco teórico	16
1.1. Bases conceptuales	16
1.2. Antecedentes	19
1.3. Fundamentación legal	20
CAPÍTULO II. Metodología.....	22
2.1. Tipo de investigación.....	22
2.2. Alcance	22
2.3. Método de investigación.....	22
2.4. Población y muestra.....	23
2.4.1. Población:.....	23
2.4.2. Muestra:.....	23
2.5. Operacionalización de variables	24
2.6. Instrumentos de recolección de datos	25
2.7. Proceso de validación de instrumentos	26
2.8. Técnica de procesamiento de datos	26
CAPÍTULO III.....	27
Análisis e interpretación de resultados.....	27
3.1. Oferta y demanda para la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto de manera nacional e internacional.....	27

3.2. Aspectos técnicos necesarios respecto al complejo turístico para la comercialización nacional e internacional.	36
3.3. Estudio organizacional del complejo turístico para ofrecer sus servicios nacional e internacionalmente.	46
3.4. Estudio financiero del complejo turístico para ofrecer sus servicios nacional e internacionalmente.	66
CAPITULO 4. Conclusiones y recomendaciones	75
4.1. Conclusiones	75
4.2. Recomendaciones	76

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Frecuencia de visita a complejos turísticos	27
Tabla 2. Motivo por el cual visita complejo turístico.....	28
Tabla 3. Importancia de la buena atención, instalaciones y servicio de calidad	30
Tabla 4. Promedio del valor diario que invertiría en los servicios de un complejo turístico	31
Tabla 5. Zona de la Parroquia Lagarto apropiada para el complejo turístico.....	32
Tabla 6. La creación de un Complejo Turístico aportará con el desarrollo sostenible de la Parroquia.....	32
Tabla 7. Ofertar turísticamente las riquezas naturales de la parroquia Lagarto llamara la atención de personas que deseen pasar un momento ameno	33
Tabla 8. Metas de la visión.....	48
Tabla 9. Requerimiento de materiales, herramientas, equipo y edificio	67
Tabla 10. Requerimiento de materiales, herramientas, equipo y edificio	68
Tabla 11. Gasto personal administrativo primer año.....	69
Tabla 12. Gasto personal operativo primer año.....	69
Tabla 13. Gasto personal administrativo segundo año	69
Tabla 14. Gastos operativos segundo año	70
Tabla 15. Resumen de inversión fija	70
Tabla 16. Resumen inversión total inicial	71

Tabla 17. Depreciaciones	71
Tabla 18. Fuentes de financiamiento	72
Tabla 19. Pronostico de venta	72
Tabla 20. Pronostico de compras y ventas	73
Tabla 21. Indicadores de evaluación de proyectos	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Después de visitar un lugar turístico qué toma en cuenta para querer regresar	28
Figura 2. Personas con las que disfrutas más visitar lugares turísticos	29
Figura 3. Servicio que prefiere al visitar un complejo turístico	29
Figura 4. Miembro de su entorno que influye en la decisión de visitar un complejo turístico	30
Figura 5. Medio de pago.....	31
.Figura 6.Lugar que visita para ir a un complejo turístico.....	34
Figura 7. Servicio que ofrece el complejo que visita	34
Figura 8. Frecuencia visita.....	35
Figura 9. Cuánto ha pagado por este servicio.....	35
Figura 10. Proceso de atención.....	45
Figura 11. Filosofía	47
Figura 12. Cadena de valor.....	48
Figura 13. Procesos	49
Figura 14. Macroproceso graficado.....	50
Figura 15. Análisis PEST	51
Figura 16. Fuerzas de Porter.....	52
Figura 17. Matriz de factores externos	53
Figura 18. Matriz de factores internos.....	54
Figura 19. Matriz de perfil competitivo.....	55
Figura 20. Análisis FODA.....	56
Figura 21. Matriz de la Planeación Estratégica Cuantitativa.....	57
Figura 22. Mapa Estratégico.....	58

Figura 23. Cuadro de mando integral	59
Figura 24. Cuadro de mando integral 2	60
Figura 25. Cuadro de mando integral 3	61
Figura 26. Cuadro de mando integral 4	62
Figura 27. KPI	63
Figura 28. Ficha indicadores	64
Figura 29. Balanced score card.....	65
Figura 30. Organigrama estructural y funcional.....	66

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Vista aérea del terreno	36
Ilustración 2. Plano complejo turístico	38
Ilustración 3. Fachada principal del complejo turístico.....	39
Ilustración 4. Área de comedor.....	40
Ilustración 5. Cabañas simples	41
Ilustración 6. Cabañas dobles	42
Ilustración 7. Parqueadero	43
Ilustración 8. Logo.....	46

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema

Ecuador es un país turístico por la belleza de sus recursos naturales, sin embargo, este tipo de recursos no siempre se utilizan de la mejor manera posible. Ecuador cuenta con una multitud de atractivos turísticos, no desarrollados como productos y servicios competitivos internacionalmente, estos tampoco han sido adaptados a estrategias para que tengan un impacto significativo en las áreas de desarrollo de recursos humanos, mejoramiento de la calidad e innovación de productos turísticos (L. L. Bravo et al., 2018).

Gracias a su posición geográfica Esmeraldas está rodeada de bosques, ríos y mares, también está cubierto de esteros, manglares y bosques tropicales, cuenta con la gastronomía más atractiva del Ecuador esto ayuda a atraer visitantes. Esmeraldas cuenta con importantes emprendimientos turísticos y la provincia es una de las más populares entre los turistas nacionales y extranjeros, tiene muchos atractivos y actividades diversas, con excelente infraestructura e instalaciones para disfrutar de ella y satisfacer las necesidades de los visitantes.

Atacames es el balneario más visitado de la provincia de Esmeraldas, brinda a los visitantes una playa divertida y un ambiente confortable para practicar deportes acuáticos y en la arena, las tranquilas aguas, las suaves pendientes de la playa y el sol son un lugar ideal para descansar y disfrutar de las bendiciones de la naturaleza y, sobre todo, del vuelo de las gaviotas.

Rioverde, conocido como la cuna de la independencia, está orientado al turismo comunitario, gracias a las múltiples oportunidades de desarrollo que encuentran los residentes a través de esta actividad. Uno de ellos es un proyecto llamado Cevicangre, que recibe muchos turistas y visitantes los fines de semana.

La parroquia Lagarto no cuenta con un lugar en donde las personas puedan ir a distraerse y pasar un buen momento, esta no tiene un complejo turístico al cual puedan ir los visitantes y residentes.

La parroquia cuenta con recursos naturales y humanos para desarrollar actividades turísticas, algunos de estos recursos como las playas de La Bocana de Lagarto pueden ser atractivos

turísticos y podrían posicionar a la parroquia como una alternativa al turismo en Esmeraldas (GADPR, s.f.).

El servicio con el que contará el Complejo turístico en la parroquia Lagarto está relacionado con la hostería, comida, bebida, alojamiento, áreas recreativas para el ocio y el deporte como piscina y cancha de vóley y fútbol.

Conforme a lo redactado anteriormente en la presente investigación se analiza la factibilidad que tendrá la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto, cantón Rioverde, provincia Esmeraldas para atraer y ofrecer sus servicios a turistas nacionales e internacionales.

Planteamiento del problema

El turismo es una fuente de desarrollo económico para los diferentes lugares, en este caso, se centra en la parroquia Lagarto y en su desarrollo, el problema entonces es la inexistencia de un complejo turístico en el cantón Rio verde parroquia Lagarto, este problema, aparece debido a la falta de un lugar en donde las personas puedan realizar sus actividades recreativas y además puedan disfrutar al aire libre con sus amigos o familiares.

La zona no ha sido explotada de manera adecuada, por esa razón, los residentes de la parroquia tienen que irse a otros lugares a buscar un espacio en donde puedan distraerse y disfrutar, lo que genera que el dinero de estas personas se vaya a otros lugares en donde exista un complejo como lo es Atacames, cuando con la creación de este lugar el dinero podría fácilmente quedarse en la misma parroquia y beneficiar a sus residentes.

Existe poca oferta turística para los residentes de la parroquia y sus alrededores, no cuentan con un lugar de entretenimiento en donde puedan ir a disfrutar, relajarse y pasar un buen momento tanto en familia como con amistades.

Un problema existente es la falta de apoyo por parte de las autoridades porque no invierten y no financian en los posibles atractivos turísticos que podrían ayudar a hacer más reconocida la parroquia y a explotar en la zona para atraer turistas.

Por último, se puede evidenciar la falta de apoyo por parte de la comunidad, porque no cuidan los espacios que podrían aportar a que la parroquia sea un atractivo turístico para lo demás y

no colaboran a que esta tenga un desarrollo económico que los beneficie porque en este caso esos turistas traerían su dinero para gastarlo en la parroquia y eso ayudaría a mejorar la calidad de vida.

Tomando como referencia los párrafos precedentes se plantean la siguiente interrogante: ¿Es factible un complejo turístico en la parroquia Lagarto del cantón Rioverde para ofrecer sus servicios de manera nacional y promocionarlo internacionalmente?, con esta pregunta se trabajará la presente investigación.

Justificación

La presente investigación se enfocará en identificar las diferentes formas para resolver el problema previamente planteado, la idea de la falta de un complejo turístico en la parroquia Lagarto surge de varias necesidades que faltan por cubrir.

Primero, la necesidad económica que tienen los residentes de la parroquia. En este caso, el complejo ayuda debido a que el turismo es una fuente de ingresos, por ende, este generará una mejora en la economía. Así mismo con esta se brindará plazas de trabajo para estos residentes generando de igual manera ingresos para estos lo que influirá en la mejora de la calidad de vida de las personas.

La zona tiene mucho potencial para esta actividad turística, pero esta no ha sido reconocida de manera apropiada, es por esa razón que se está realizando dicho estudio porque es necesario un trabajo en equipo por parte de los emprendedores del negocio y de los residentes para aportar a que la parroquia sea más reconocida y las personas quieran visitarla.

Otro beneficio es que este ayudara a promover el turismo, mediante la creación de un espacio en donde las personas puedan distraerse, con esto también, se busca mejorar la experiencia que tienen los residentes y visitantes que llegan a la parroquia por algún motivo. Esto, además, hará que la parroquia se vea más llamativa porque le agregara un toque diferente.

Con la creación de dicho espacio también se busca atraer turistas para que estos generen más ingresos para la parroquia mejorando la calidad de vida de los residentes, además, esto ayudaría a que esta sea más reconocida en otros lugares nacionales e internacionales.

Una ventaja presente es que no existe competencia en este mercado, puesto que, no hay otro lugar como este complejo turístico en la parroquia Lagarto, ni en las diferentes parroquias que rodean Lagarto como lo son Montalvo, Rocafuerte, Rio verde, Palestina, Peñas blancas, Cabuyal, La bocana, Vainilla, Las Peñas, por esa parte, se tiene una ventaja significativa porque puede llegar a posicionarse más fácil en el mercado para esto se está haciendo el debido estudio.

Delimitación de objetivos

Objetivo general

Analizar la factibilidad de la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofrecer su servicio nacional y promocionarlo internacionalmente.

Objetivos específicos

- Identificar la oferta y demanda para la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto de manera nacional y promocionarlo internacional.
- Determinar los aspectos técnicos necesarios respecto al complejo turístico para la comercialización nacional y promocionarlo internacional.
- Determinar el estudio organizacional del complejo turístico para ofrecer su servicio nacional y promocionarlo internacionalmente.
- Determinar la factibilidad financiera del complejo turístico para ofrecer su servicio nacional y promocionarlo internacionalmente.

CAPÍTULO I. Marco teórico

1.1. Bases conceptuales

Las teorías y conceptos con los que se realizara el presente proyecto son los relacionados al turismo, complejo turístico y las teorías del comercio internacional de servicios y turismo.

El turismo es muy antiguo, y estudiando los orígenes de esta raza desde las escuelas primarias, hablamos de personas nómadas y personas sedentarias. En este contexto, inadvertidamente hemos hablado de turistas. Esto significa que el turismo ha crecido lenta y espontáneamente a lo largo de la historia, pero hay muchas razones por las que el turismo es tan importante en todo el mundo, incluso en Europa y Estados Unidos. Con la implantación del ferrocarril como medio de transporte se han incrementado miles de personas y esta irrupción del siglo XX también prueba la llegada real del turismo de masas (Ruiz y Perez, 2013).

El turismo es un factor importante en el desarrollo de muchos países. Cualquier actividad relacionada con las personas y sus motivos. Se presenta como una oportunidad comunitaria, que generalmente incluye descanso, ocio, intereses y deseos de encontrar nuevos lugares (Loor et al., 2021).

Según su plan y desarrollo, el turismo puede ayudar a las personas a salir de la pobreza y construir una vida mejor. El turismo tiene el potencial de impulsar el crecimiento económico y la inversión a nivel local, promoviendo así oportunidades de empleo, distribución de ingresos y otras actividades como la agricultura, la pesca y el manual de turismo en la zona receptora (Moreno y Coromoto, 2011).

En resumen, el turismo es una herramienta limitada y debe adaptarse inevitablemente a políticas de desarrollo más amplias a nivel local y nacional, mejorar su impacto y reinvertir sus ganancias en las actividades de la economía local (Riveras y Rodríguez, 2012).

El turismo es un medio de desarrollo sostenible en el Ecuador y, como fenómeno social, tiene un impacto significativo en el desarrollo cultural y social tanto de los exportadores de turismo como de sus beneficiarios.

Actualmente la parroquia Lagarto no cuenta con espacio suficiente para desarrollar diversas actividades como baloncesto y natación, y no hay áreas de juego para niños, por lo que el objetivo es analizar la viabilidad del complejo turístico. Hacer crecer el establecimiento para generar más fama y reconocimiento a nivel nacional (Arevalo y Fuentes, 2012).

La prestación de servicios turísticos debe estar vinculada a los servicios de alimentos y bebidas para complementar lo que ofrece el destino. Esto aumenta la cantidad de actividades que pueden realizar los turistas.

La actividad turística "debe caracterizarse por la consideración del medio ambiente, la naturaleza y la sociedad, en particular a partir de los recursos naturales y culturales existentes en la región" (García, 2011). Estas actividades deben contribuir a la conservación del medio ambiente en el que los turistas practican y al beneficio mutuo en todos los espacios que componen el destino (Morales, 2019).

Hoy en día, cada vez más personas hablan de desarrollo regional basado en el turismo, y son muchas las regiones que están impulsando la recuperación y la expansión económica gracias al desarrollo de este sector (Toselli, 2019).

El turismo consiste en un visitante, "residente habitual o persona que visita un país distinto de aquel en el que se encuentra la residencia habitual", según la duración de la estancia (Castaneda et al., 2008).

Porto P y Gardey A, (2008) confirman que es posible distinguir diferentes tipos de turismo, según los gustos del turista y las actividades que puede realizar durante su estancia.

- **Turismo rural:** Designar actividades turísticas ubicadas en entornos rurales cercanos a la naturaleza y áreas costeras y permitir actividades relacionadas con el trabajo en áreas rurales. Este es el tipo de turismo opuesto que se encuentra comúnmente en las ciudades costeras y requiere un entorno endógeno apoyado por los seres humanos y el medio ambiente.
- **Turismo formativo:** Su objetivo es brindar al turista conocimientos sobre un tema en particular, el propósito de su viaje.
- **Turismo gastronómico:** El objetivo es que los visitantes conozcan la gastronomía local de la zona y participen en catas y actividades relacionadas con la comida.

- **Agroturismo:** Se trata de actividades en zonas rurales donde los turistas pueden alojarse, participar en actividades locales y cooperar en la reestructuración de granjas y ranchos.
- **Turismo de aventura:** Tiene lugar en un entorno rural e incluye una serie de actividades destinadas a proporcionar una sensación de descubrimiento para poner a prueba los límites de la existencia turística. Opera en un área que rara vez se utiliza para el turismo (Yucato, 2018).

Este complejo turístico destaca el turismo rural, actividad con carácter territorial, de este siglo, cuya importancia se aborda con el agotamiento de los servicios turísticos tradicionales, el surgimiento de una conciencia y reflexión ambiental, y la necesidad de creación innovadora es cada vez mayor. Una forma de vida para una comunidad que vive en la pobreza y tiene derecho a exigir (Parra et al., 2019).

En resumen, por sus condiciones artísticas, el turismo rural genera empleo para los agricultores de la comunidad, diversifica los servicios turísticos y ayuda a proteger el patrimonio cultural y natural de zonas económicamente desfavorecidas, áreas basadas en ingresos por actividades productivas (Garduño et al., 2009).

Los servicios que brindan empresas turísticas se prestan a diversos consumidores del mercado y también se producen en instalaciones turísticas, las cuales están estructuradas para que los destinos turísticos puedan ser disfrutados (García, 2020).

Complejo turístico con instalaciones que ofrecen alojamiento en cuartos privados con baños y aseos privados, cuya finalidad principal es brindar actividades recreativas, deportivas y / o de descanso en un entorno natural. Tiene muchas instalaciones adicionales y diversos servicios y ocupa toda el área del edificio. Brindar servicios de catering en varios lugares basados en la eficiencia (D. A. Bravo, 2019).

La comercialización de servicios es una disciplina que busca estudiar los fenómenos y hechos que ocurren en la venta de un servicio, "entendido como un servicio", un bien que se puede comprar y vender individualmente, es decir, que un producto invisible no se toca, no se sostiene, no se siente, generalmente no se experimenta antes de la compra de él, pero permite

la satisfacción de compensar el dinero invertido en la implementación presenta los deseos y necesidades de los clientes de el"

El objeto de la investigación de mercados en su constante evolución es el cliente, porque se enfoca en la satisfacción de sus necesidades o en las relaciones de intercambio de valor con sus clientes, enfatizando fuertemente que una organización si quiere valorar sus valores debe identificar las necesidades de sus clientes y gestionar esas relaciones de una manera que cree y comunique propuestas de valor que atraigan a todas las partes (Corea Cortez y Gomez Hernandez, 2014).

El comercio internacional de servicios incluye no solo el intercambio transfronterizo de servicios, como en el caso de bienes, sino también otras formas de transacciones, como el consumo en el extranjero (por ejemplo, el turismo), la presencia comercial en el mercado o la presencia temporal de un proveedor de servicios (por ejemplo, un viajero de negocios).

El comercio internacional de servicios tiene lugar entre residentes y no residentes de una economía. Este concepto es similar al utilizado para los bienes y es la base sobre la cual calcula el componente "Servicios" de la Balanza de Pagos (ALADI, 2020).

La teoría de comercio tradicional, que incluye modelo causal de comercio dependiendo de las diferencias entre países: diferencias en activos y elementos tecnológicos, es una fuerte ventaja comparativa en un entorno competitivo perfecto.

La nueva teoría del comercio internacional, en el marco de la competencia imperfecta, apunta a causas y beneficios alternativos del comercio ajenos a las diferencias entre países. Por lo tanto, los países comercian para obtener economías de escala en la producción o para tener acceso a una gama más amplia de bienes, así como para estimular una mayor competencia (González, 2011).

1.2. Antecedentes

Se realizó un estudio de factibilidad sobre la creación de un complejo turístico en la parroquia de Borbón en el cantón Eloy Alfaro, Esmeraldas, con especial atención a la práctica de actividades recreativas y la mejora de las actividades turísticas. El calendario parroquial muestra los mercados potenciales de presencia insatisfecha que se pueden adquirir a través

de los esfuerzos de marketing adecuados. Esto significa que a través de la investigación técnica, puede determinar el tamaño del proyecto y la infraestructura necesaria para operarlo y satisfacer las necesidades del cliente (Sacón, 2014).

Otro estudio describe la identificación del potencial de generación de propiedades turísticas en la provincia de Esmeraldas, Quinindé, en particular en la parroquia de Rosa Zarate. Para determinar el propósito del estudio, se realizó un análisis de factores ambientales externos como económicos, sociodemográficos, geográficos, políticos, legales, culturales y turísticos con el fin de identificar la oportunidad de diagnóstico del proyecto (Montaño y Troya, 2020).

Otro estudio de factibilidad demuestra que las opciones de ocio y diversión familiar son escasas, ya que la ciudad del Oro no cuenta con destinos turísticos, parques de atracciones, espacios verdes o lugares para realizar actividades deportivas, principalmente por el derroche de recursos naturales industriales. La falta de instalaciones de entretenimiento significa que los viajeros de la ciudad pasan menos tiempo en la ciudad. Otro problema que surge de esta oportunidad desperdiciada es que es costoso para las familias urbanas ir a otro lugar para divertirse y mudarse para desarrollar este tipo de negocio. La situación creada por las necesidades insatisfechas de la familia dio lugar a la idea de crear un desarrollo turístico mediante el establecimiento de un centro turístico y de esparcimiento que brinde servicios de entretenimiento turístico de alta calidad. (Caraguay, 2016).

1.3. Fundamentación legal

La actual constitución ecuatoriana garantiza la obligación de asegurar el desarrollo nacional y la justa redistribución de recursos y riquezas para la consecución de una buena vida. Asimismo, el Estado también garantiza el goce de los derechos de cada persona en el territorio de Ecuador con el fin de buscar un turismo sostenible en el Ecuador (Plua Parrales, 2020).

Tomando como referencia la Ley de turismo, en esta investigación se da cumplimiento en lo establecido en los siguientes artículos, en primer lugar el artículo 25 en donde se hace mención a la Constitución Política del Ecuador el cual se refiere a la garantía de la inversión en las actividades turística y en especial se menciona que tanto personas nacionales como extranjeras podrán gozar de los mismo derechos y obligaciones, luego en el artículo 2 en este

se detalla sobre el turismo y todas las actividades asociadas a este, después el artículo 15 este se refiera al Ministerio de turismo el cual es el encargado de toda actividad turística en el territorio ecuatoriano, el artículo 42 menciona la defensa de estos derechos por parte del Ministerio de turismo así como lo pide la Constitución Política y otras entidades, y por último el artículo 43 puesto que aquí se prohíbe que se discrimine a personas extranjeras de realizar actividades turísticas en el país.

CAPÍTULO II. Metodología

2.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es mixto implica combinar cuantitativos y cualitativos en la misma etapa o etapas de la investigación. En este proyecto se utiliza estos tipos de investigación debido a que permiten analizar y comprender de mejor manera la realidad que se está estudiando porque se lo puede observar desde diferentes enfoques.

La investigación cualitativa se la utiliza para poder conocer el comportamiento y la percepción que tendrán las personas sobre la creación de un complejo en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicios nacional e internacionalmente. La investigación cuantitativa se la utiliza para recolectar los datos numéricos de la encuesta, deduciendo con estos los datos si es factible la creación del complejo turístico.

2.2. Alcance

Alcance exploratorio, el propósito de los hallazgos de este estudio se aplica a fenómenos que nunca han sido estudiados y está relacionado con la investigación de sus propiedades (Ramos, 2020).

En este proyecto se utiliza este alcance porque se busca conocer nueva información para realizar este proyecto puesto que es desconocido.

2.3. Método de investigación

En este proyecto se usa el método deductivo porque se parte desde lo general que son las teorías del comercio internacional y turismo que están planteadas previamente para luego analizar la factibilidad de un complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofrecer servicio nacional e internacionalmente obteniendo resultados y conclusiones respecto a la factibilidad.

Se usa el método inductivo partiendo desde las opiniones de las personas sobre la factibilidad de la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicios nacional e internacionalmente a hasta llegar a los resultados y conclusión generales de la viabilidad de la creación de este complejo.

2.4. Población y muestra

2.4.1. Población:

Residentes de la parroquia Lagarto.

La parroquia Lagarto cuenta con 5.674 habitantes, está ubicada en el cantón Rio Verde, Provincia Esmeraldas y constituye el 21.11% de la población del cantón (GADPR, n.d.)

2.4.2. Muestra:

Muestreo aleatorio simple este es un tipo de muestreo probabilístico, se utilizará este debido a que es el más apropiado para el proyecto aquí la muestra seleccionada será de 193 personas.

La muestra en la investigación cualitativa es la población de lagarto, municipio de Rioverde, ingeniero civil y contador.

En la muestra de la investigación cuantitativa se utilizó la siguiente formula:

$$N = 5674$$

Nivel de confianza del 95% ($Z = 1,96$)

Margen de error $e = 7\%$ (0,07)

Proporción de cumplimiento del 50% (0,5).

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times (1 - p)}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times p \times (1 - p)}$$
$$n = \frac{5674 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(5674 - 1) \times 0,07^2 + 1,96 \times 0,5 \times (1 - 0,5)} = 193$$

Se debe de encuestar a 193 personas.

2.5. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Fuentes de información
Factibilidad para la creación de un complejo turístico para ofrecer sus servicios de manera nacional e internacionalmente.	Un lugar especialmente diseñado para satisfacer las necesidades humanas, el turismo se refiere al proceso de desarrollo urbano con el propósito básico de producir bienes y servicios que brinden satisfacción turística a la sociedad (Gómez & Gordon, 2013).	-Necesidades del mercado. -Destino turístico -Tipos de turismo -Atractivos Turísticos. -Comercio internacional de servicio.	Estudio de mercado.	-Oferta. -Demanda. -Estudio de la competencia.	Encuesta	Población parroquia Lagarto
			Aspectos técnicos.	-Localización. -Determinar el tamaño óptimo de la infraestructura Mano de obra.	-Entrevista	-Municipio Rioverde -Ingeniero civil
			Estudio organizacion al.	-Planificación estratégica. -Herramientas de gestión empresarial.	-Revisión de documento.	Documento
			Viabilidad financiera	-VAN (Valor Actual Neto). -TIR (Tasa de retorno de la inversión). -PRC (Periodo de recuperación del capital). -RCB (Relación costo beneficio).	Entrevista.	Contador.

2.6. Instrumentos de recolección de datos

Se utilizaron tres instrumentos de recolección de datos, encuesta, entrevistas y revisión de documentos, se seleccionaron de acuerdo con cada dimensión que se tenía y porque eran los apropiados para recolectar la información que se necesitaba. En la primera dimensión, estudio de mercado, se hizo uso de una encuesta, en la segunda dimensión, aspectos técnicos, se utilizó una entrevista en la tercera dimensión, estudio organizacional, se hizo una revisión de documentos y por último en la dimensión de viabilidad financiera se realizó una entrevista con la cual se pudo realizar las diferentes tablas de financiamiento especificando los gastos y costos para conocer la rentabilidad.

La encuesta se les realizó a 201 personas, estas contaban con 24 preguntas divididas en secciones; las primeras 4 pertenecen a los datos de identificación, y los 20 restantes corresponden a la sección de la demanda, la oferta y competencia. Las preguntas que se realizaron están relacionadas con la creación de un complejo turístico en la parroquia de Lagarto, se preguntó sobre los servicios que más valoran, los precios, frecuencia en que se visitan estos lugares, con quien disfruta estar en estos lugares, quien influye en la elección, modalidad de pago, así mismo se colocó una pregunta filtro al final en donde solo dos personas llegaron hasta ella, estas preguntas están relacionadas con si las personas conocen un lugar con todas las características que debe tener un complejo cerca de la parroquia Lagarto.

En la entrevista de viabilidad financiera se realizó una serie de 10 preguntas al entrevistado, estas estaban relacionadas con el valor actual neto, tasa de retorno de la inversión, periodo de recuperación del capital y relación costo-beneficio, de acuerdo a lo que el entrevistado emitió como respuesta se pudo realizar un Excel con todas las tablas de financiamiento en donde se especifican todos los gastos de los diferentes activos, gasto de empleados, gastos de constitución, entre otros gastos que implica la creación del complejo.

En la entrevista de aspecto técnico se realizó una serie de 11 preguntas al entrevistado, relacionadas con el tamaño óptimo de la infraestructura, localización, mano de obra y conocer que el terreno en donde estará ubicado es el adecuado.

En la ficha de revisión de documentos del estudio organizacional se tomó como referencia otro estudio realizado del cual se obtuvo que es necesario la imagen corporativa, esta debe de ser llamativa, se debe establecer un organigrama estructural de los trabajadores, conocer y entender las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que se cuenta para gestionar la inversión, operación, mantenimiento y el área administrativa para el correcto funcionamiento del complejo turístico.

2.7. Proceso de validación de instrumentos

Para validar cada uno de los instrumentos cuantitativos y cualitativos se realizó fichas técnicas en donde profesionales en el tema pudieron evaluar la claridad de la redacción, coherencia interna, inducción a la respuesta (sesgo), lenguaje adecuado con el nivel del informante y mide lo que pretende de los diferentes instrumentos como lo son la encuesta para el estudio de mercado y las entrevista para el estudio técnico y financiero dando como resultado la validez de todos los instrumentos a aplicarse.

2.8. Técnica de procesamiento de datos

En las entrevistas se utilizó la técnica de codificación debido a que esta permite apreciar de manera detenida cada dato importante y potencial emitido por el entrevistado.

En la encuesta se utilizó la técnica de tabulación la cual permitió organizar todos los datos obtenidos de la encuesta realizada mediante la aplicación Microsoft form, la tabulación se la realizo en Excel.

CAPÍTULO III. Análisis e interpretación de resultados

3.1. Oferta y demanda para la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto de manera nacional e internacional

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se puede evidenciar que a los encuestados si les parece interesante la idea de negocio y están de acuerdo con la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicios nacional e internacionalmente, a continuación, las respuestas que evidencian lo dicho previamente:

DEMANDA

Con respecto a la primera pregunta se obtuvo que la mayor parte de los encuestados que representan un 97% si conocen los atractivos turísticos de la provincia de Esmeraldas, mientras que el 3% no conocen.

Un porcentaje significativo visitan complejos turísticos los fines de semanas y una vez a la semana.

Tabla 1. Frecuencia de visita a complejos turísticos

Frecuencia de visita	Encuestado	Porcentaje
Diario	0	0%
Una vez a la semana	81	40%
Fines de semana	85	42%
Feridos	21	10%
De vez en cuando	14	7%
Total	201	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

Más de la mitad visitan un complejo por placer y descanso.

Tabla 2. Motivo por el cual visita complejo turístico

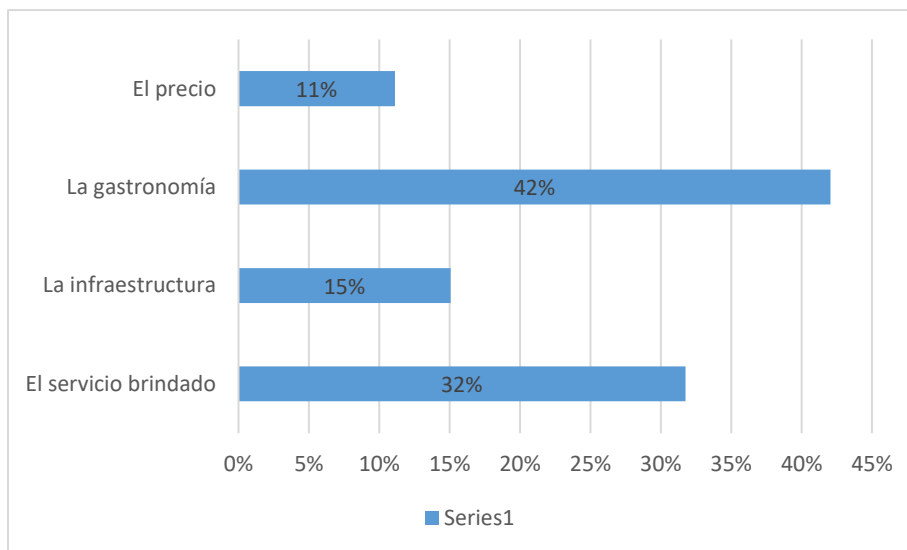
Motivo de visita	Encuestado	Porcentaje
Placer y descanso	118	59%
Trabajo y negocio	0	0%
Visitas con familiares o amigos	78	39%
Académico	0	0%
Cultural	5	2%
Total	201	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

Conforme a la figura 1 un porcentaje representativo considera la gastronomía que ofrecen en un complejo turístico para regresar al lugar.

Figura 1. Después de visitar un lugar turístico qué toma en cuenta para querer regresar

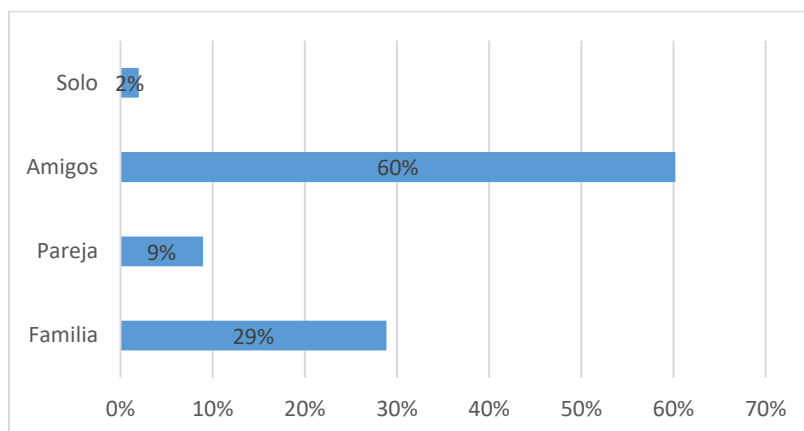


Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

La mayor parte disfruta visitar estos sitios turísticos con amigos, mientras que un pequeño porcentaje prefiere ir solo.

Figura 2. Personas con las que disfrutas más visitar lugares turísticos

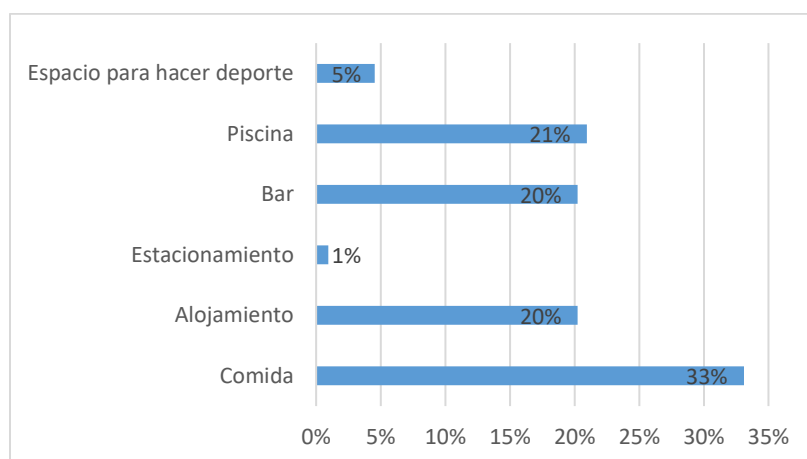


Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

Los servicios con un mayor porcentaje son comida, piscina y alojamiento.

Figura 3. Servicio que prefiere al visitar un complejo turístico



Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

En este apartado tanto los servicios de calidad, instalación y buena atención tienen un alto grado de importancia para los encuestados.

Tabla 3. Importancia de la buena atención, instalaciones y servicio de calidad

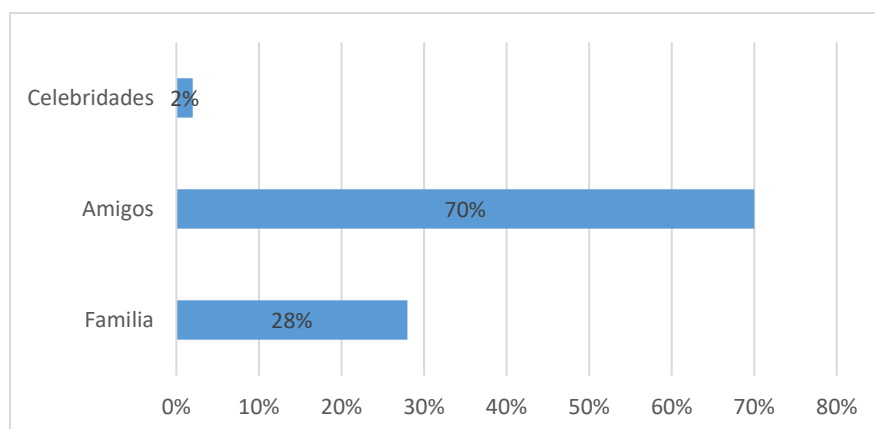
Servicios	Porcentajes			Total
	Muy importante	Poco importante	Sin importancia	
Buena atención	92.50%	7.50%		100%
Instalaciones	92%	8%		100%
Servicio de calidad	93%	7%		100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

En la figura 4 se puede observar que en la mayoría de los encuestado influye sus amigos al momento de decidir ir a un complejo turístico.

Figura 4. Miembro de su entorno que influye en la decisión de visitar un complejo turístico



Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

En promedio la mayoría invierte entre \$51 a \$61 dólares en servicios de un complejo turístico.

Tabla 4. Promedio del valor diario que invertiría en los servicios de un complejo turístico

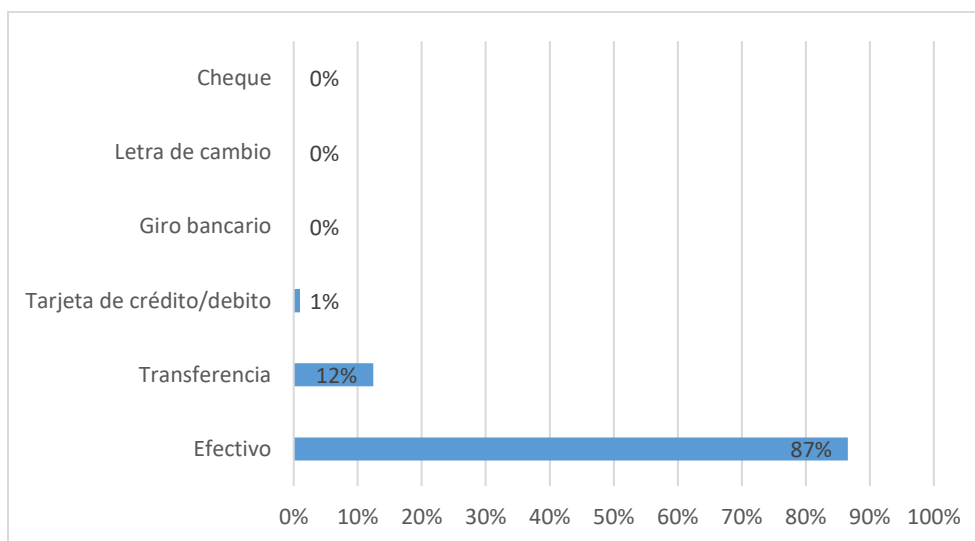
Valor diario	Encuestado	Porcentaje
\$25 - \$30	6	3%
\$31 - \$40	9	4%
\$41 - \$50	34	17%
\$51 - \$60	80	40%
\$61 o más	72	36%
Total	201	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

El medio de pago que prefieren los encuestados es efectivo representado por un alto porcentaje.

Figura 5. Medio de pago



Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

Al 100% de los encuestados les gustaría que existiera un complejo turístico con todas las características como lo son bar, piscina, comedor, alojamiento y áreas deportivas en la

parroquia Lagarto, esto nos da un resultado positivo para la factibilidad de la creación de un complejo turístico en Lagarto.

Los encuestados opinan que el lugar pertinente para realizar este complejo es el nuevo Lagarto esto es debido a que es el lugar más apropiado porque hay privacidad y se puede pasar un momento ameno.

Tabla 5. Zona de la Parroquia Lagarto apropiada para el complejo turístico

Zona de la Parroquia	Encuestados	Porcentaje
Lagarto		
Nuevo Lagarto	187	93%
Centro de Lagarto	6	3%
La cooperativa	8	4%
Total	201	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

Conforme a la tabla 6 la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo con que la creación de un complejo turístico aportará con el desarrollo sostenible de la Parroquia Lagarto, esto nos indica que hay apoyo por parte de la comunidad.

Tabla 6. La creación de un Complejo Turístico aportará con el desarrollo sostenible de la Parroquia

Desarrollo sostenible	Encuestados	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	160	80%
De Acuerdo	41	20%
En Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
Total	201	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

La mayoría de los encuestados considera que ofertar turísticamente las riquezas naturales de la parroquia Lagarto llamará la atención de personas que deseen pasar un momento ameno ya sea en familia o con sus amistades.

Tabla 7. Ofertar turísticamente las riquezas naturales de la parroquia Lagarto llamara la atención de personas que deseen pasar un momento ameno

Ofertar riquezas naturales	Encuestados	Porcentaje
Si	194	97%
No	0	0%
No opina	7	3%
Total	201	100%

Fuente: Estudio de campo

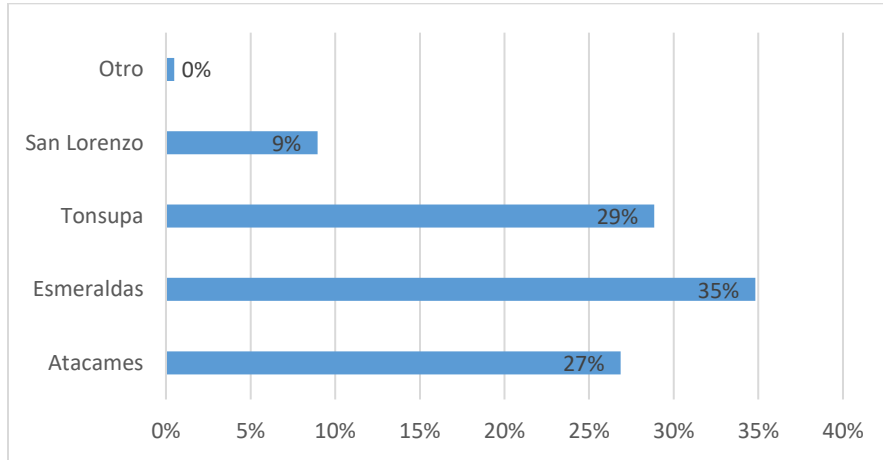
Elaborado por: El autor

La mayor parte representada con un 90% visitan un complejo turístico en su tiempo libre.

Oferta y competencia

Un porcentaje significativo de los encuestados visitan Esmeraldas para ir a un complejo turístico, seguido por los que prefieren ir a Tonsupa y luego los que visita Atacames, esto implica que las personas de la parroquia Lagarto, cantón Rioverde tienen que salir a buscar un lugar así a otras partes debido a la falta de estos.

.Figura 6.Lugar que visita para ir a un complejo turístico

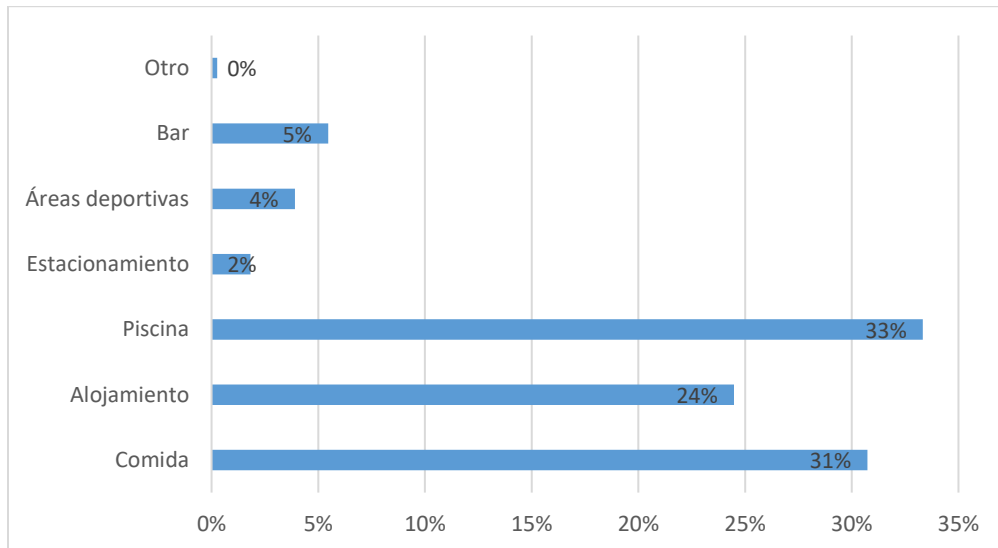


Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

El servicio que más ofrecen los complejos turísticos es el de piscina representado por un porcentaje representativo, luego con un está el servicio de comida y el de alojamiento, esto son los servicios básicos con los que debe de contar un complejo.

Figura 7. Servicio que ofrece el complejo que visita



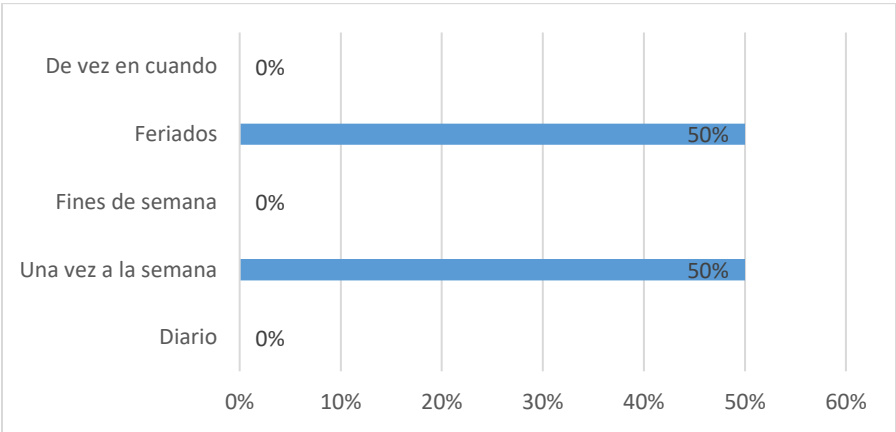
Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

La mayoría de los encuestados un 99% no conoce un complejo turístico con todas las características mencionadas cerca de la parroquia Lagarto, esta es una pregunta filtro para descartar a los que no tengan información sobre esto.

Preguntas filtro solo para aquellos encuestados que, si conocen un complejo turístico cerca de la parroquia Lagarto, en esta ocasión solo dos personas conocen y es Encuentro Nativo pero este lugar no cuenta con todos los servicios antes mencionados.

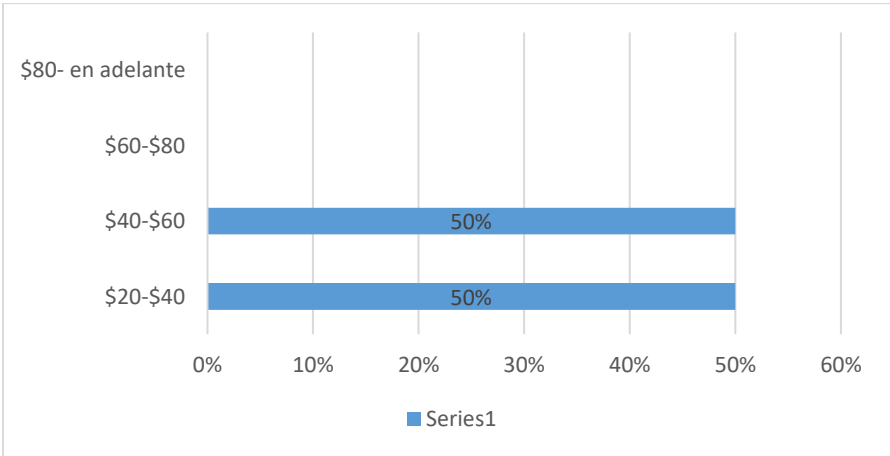
Figura 8. Frecuencia visita



Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: El autor

Figura 9. Cuánto ha pagado por este servicio



Fuente: Estudio de campo

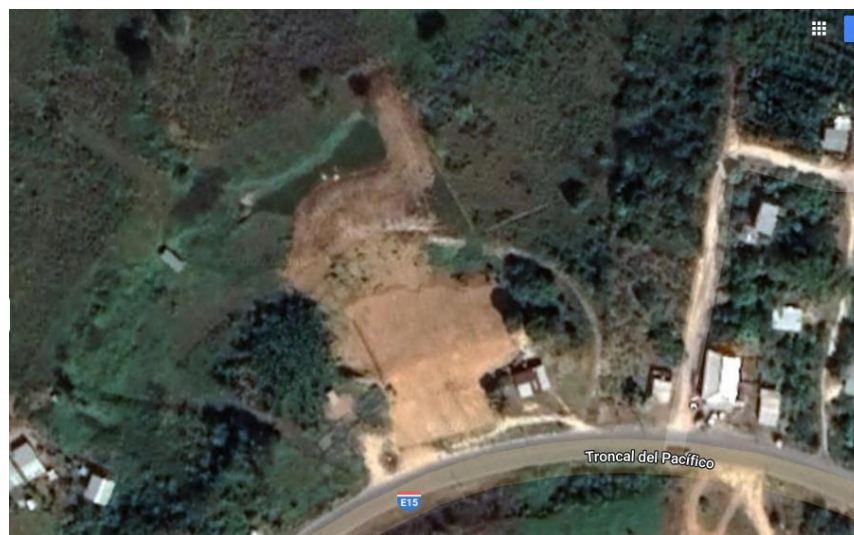
Elaborado por: El autor

3.2. Aspectos técnicos necesarios respecto al complejo turístico para la comercialización nacional e internacional.

Lagarto es la ubicación adecuada para este tipo de construcción porque cuenta con los recursos necesarios para ser explotados turísticamente, además, que es un lugar que no cuenta con competencia directa debido a la falta de establecimientos para la diversión y entretenimiento de las personas.

El terreno es de 5 hectáreas para la construcción de este establecimiento, es un tipo de terreno plano lo que facilita la construcción del establecimiento y un suelo resistente y duro para este tipo de infraestructura, el costo es de 35 000 mil dólares.

Ilustración 1. Vista aérea del terreno



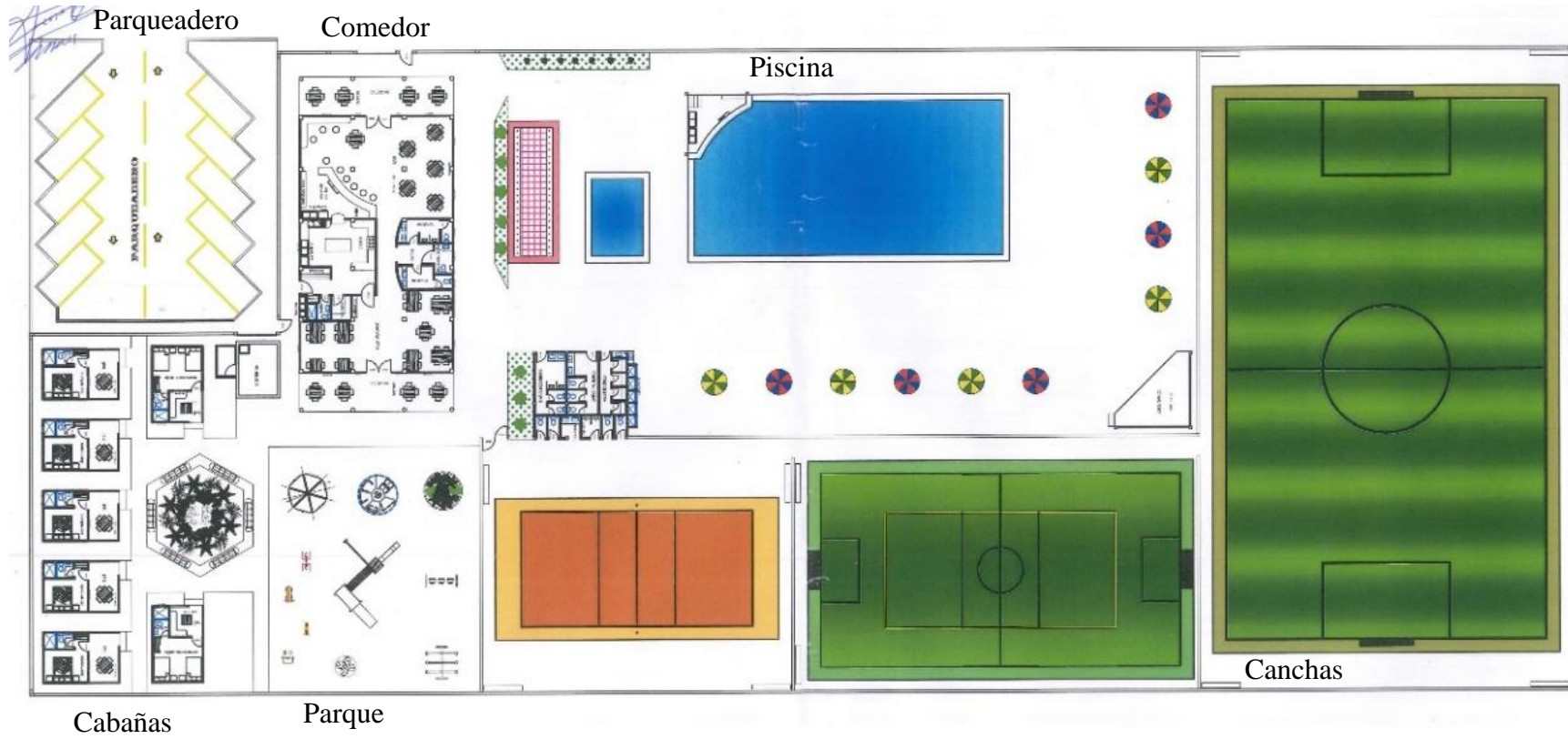
Obtenido por: Google maps

La infraestructura es tipo hostería, así mismo, los materiales que se deben usar en la construcción del complejo turístico es madera, bambú y hoja de palma africana porque estos aportan a la biodiversidad del lugar en donde estará ubicado el complejo, además, en este tipo de infraestructura siempre es más usual usar recursos naturales, pero para el área de piscina, bar y comedor se recomienda cemento y baldosa.

La infraestructura del complejo turístico está diseñada con tres canchas de vóley, basquetbol y futbol, dos piscinas una para niños y otra para adultos la cual cuenta con un bar dentro de esta, área de comedor, cabañas para alojamiento y un parqueadero.

En el plano se puede observar la distribución de las diferentes áreas con las que contara el completo turístico, como se puede observar, a continuación:

Ilustración 2. Plano complejo turístico



Elaborado por: Ing. Elvis Vásquez

La entrada principal del complejo es de vidrio en su mayoría esto es debido a que se busca llamar la atención de las personas que circulan por la zona.

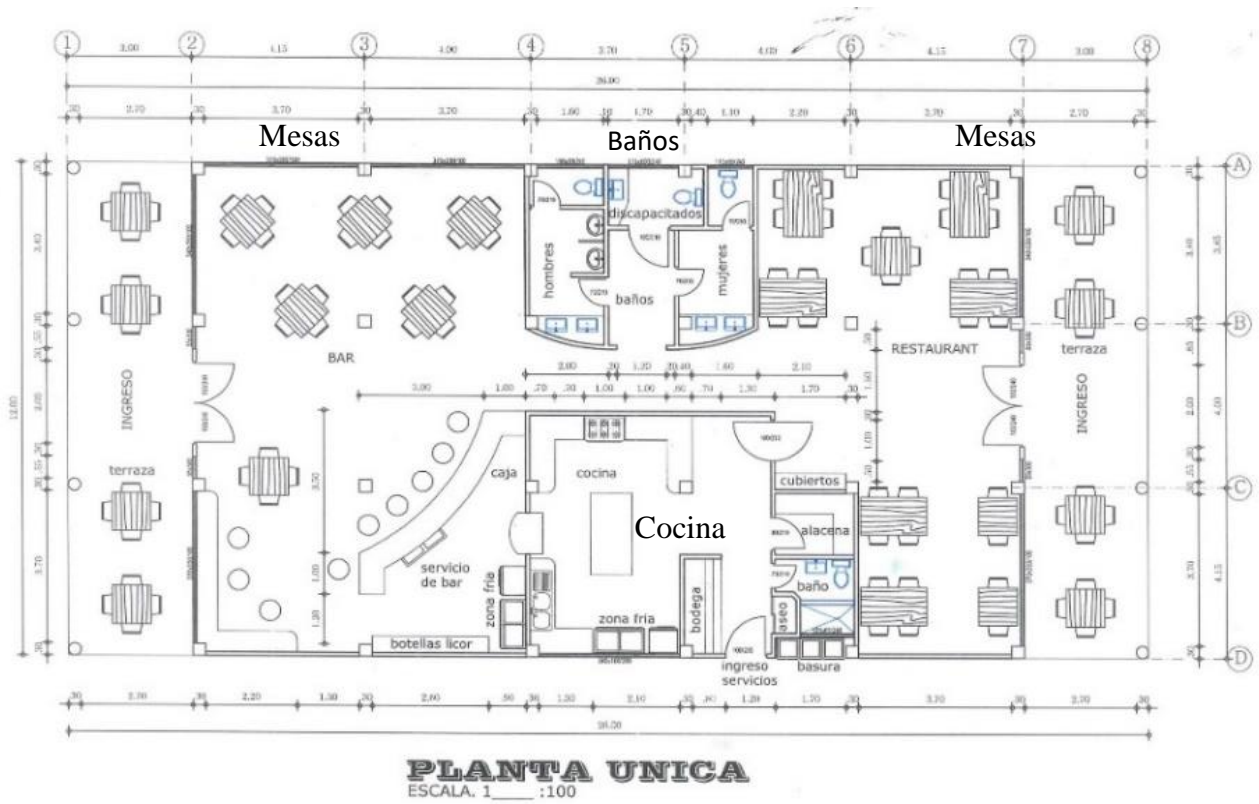
Ilustración 3. Fachada principal del complejo turístico



Elaborado por: Ing. Elvis Vásquez

El área del comedor está dividida y en el centro del lugar está ubicado un bar, las mesas están dentro y fuera del espacio designado, las que están fuera dan vista a la piscina y a las áreas deportivas.

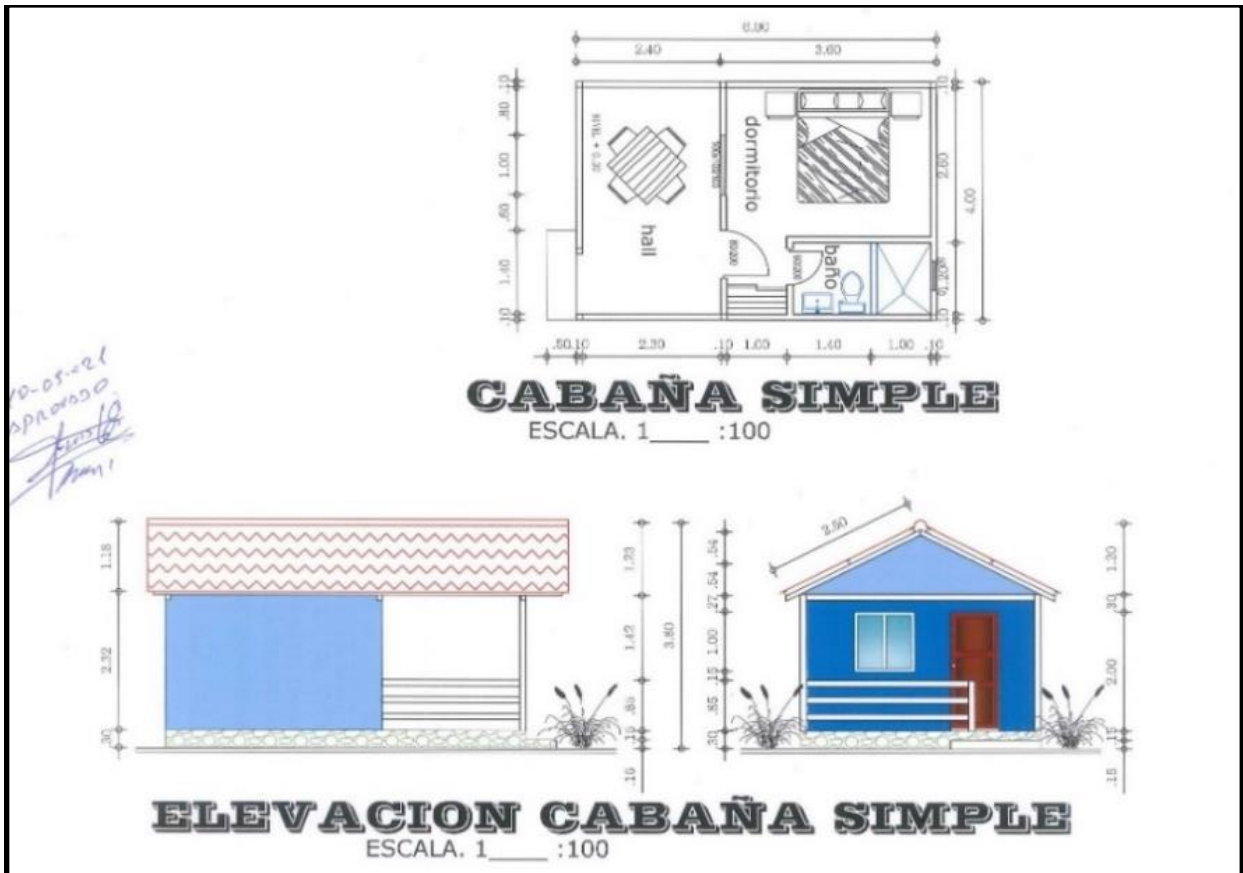
Ilustración 4. Área de comedor



Elaborado por: Ing. Elvis Vásquez

En el área de alojamiento se encuentran las cabañas simples que son para parejas o para una sola persona que quiera permanecer en las instalaciones por una noche o más.

Ilustración 5. Cabañas simples



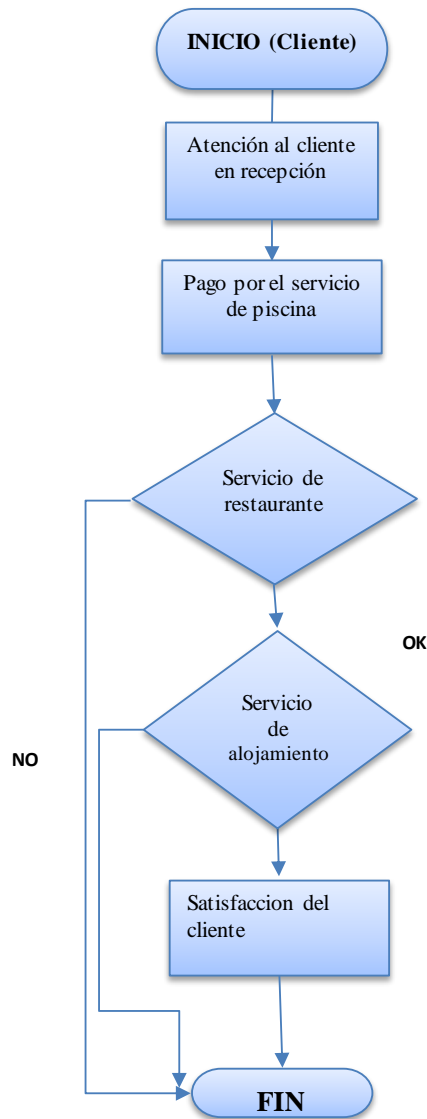
Elaborado por: Ing. Elvis Vásquez

De igual manera habrá cabañas dobles para familias o grupos de amigos más numerosos que quieran alojarse en el complejo.

capacitados y en constante preparación para realizar cualquier tipo de actividad, el valor aproximado para la construcción del complejo turístico en la parroquia Lagarto conforme a las características piscina, estacionamiento, cancha de vóley, basquetbol y futbol, alojamiento en un terreno de 5 hectáreas es de aproximadamente 350 mil dólares.

El proceso de atención del servicio, en primer lugar es con el administrador el cual tendrá el primer contacto con este y estará capacitado para que atienda a las personas de manera adecuada para que estas estén cómodas y les agrade el servicio brindado además este deberá de obtener toda la información correspondiente al cliente para que pueda hacerle llegar información nueva sobre el complejo turístico, esto es de vital importancia para que la persona quiera regresar al lugar y además le comunique a sus conocidos sobre la experiencia vivida en este lugar lo que hará que están personas de igual manera quieran visitar el lugar, luego en los demás servicios que se ofrecerán de igual manera se contara con personal capacitado para brindar un buen servicio.

Figura 10. Proceso de atención



Elaborado por: El autor

Los precios de los diferentes servicios son, en primer lugar, la entrada es de \$2 dólares para adultos y gratis para niños, el servicio de gastronomía va desde los \$5 hasta los \$35 dólares, en el bar los precios son desde los \$5 hasta \$20 dólares y el alojamiento en cabañas simples de \$15 y en cabañas dobles de \$20 dólares. El horario de atención es de lunes a domingos de 09:00 am hasta 19:00 pm

3.3. Estudio organizacional del complejo turístico para ofrecer sus servicios nacional e internacionalmente.

El nombre del complejo es ANSANTHAY, será una sociedad por acciones simplificada (SAS) los requisitos que se necesitan son: el lugar y fecha del contrato o acto unilateral; Nombre, nacionalidad, prueba de identidad, correo electrónico y domicilio del o de los accionistas; Razón social, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada" o las letras S.A.S; La sede de la empresa; Duración; actividades a desarrollar; monto del capital social; Designar, en la renuncia de las partes conforme a la Ley, lo que cada accionista registre y pagará en efectivo o en bienes muebles, inmuebles u otros bienes valiosos, y en estos últimos el valor que se les atribuya; formulario de administración; Formas de convocatoria y toma de decisiones en la reunión; Reglas de reparto de utilidades (LexPro Ecuador, n.d.).

Ilustración 8. Logo



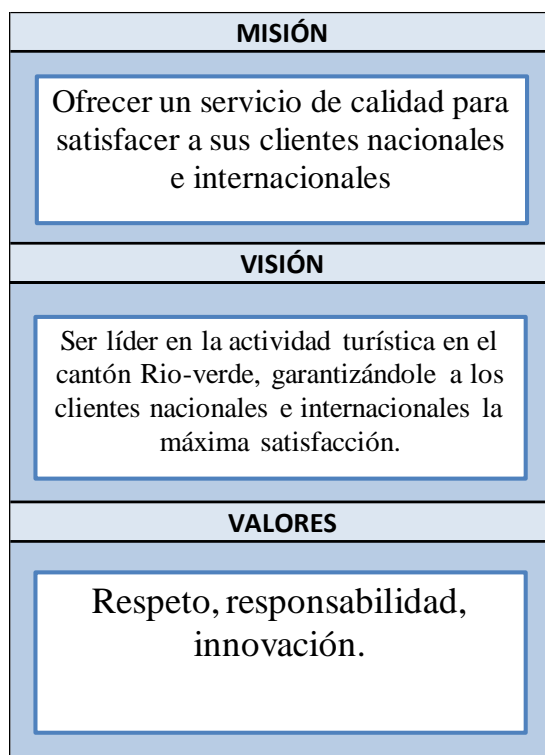
Elaborado por: El autor

El requisitos para permiso de cuerpo de bomberos son: Especie valorada (solicitud de servicios); Informe de inspección de facilitación; Copia de RUC o RISE; Copia de cédula de

ciudadanía; Certificado de derecho de uso de suelo expedido por la Dirección de Urbanismo del GADMCE (cuando lo requiera el inspector) en su caso; Copia de formulario de energía eléctrica; En caso de ser artesano o discapacitado: Copia del Carnet Vigente; En caso de ser discapacitado: Copia del Carnet Vigente; Autorización firmada y cédula (Gadmce et al., 1999).

Dentro de la planificación estrategia esta:

Figura 11. Filosofía



Elaborado por: El autor

Las metas de la visión se la obtuvieron de la visión establecida previamente, en esta se detallan los componentes, objetivos, indicadores y la fórmula de la visión en los próximos 5 años junto con lo que los datos que se esperan lograr.

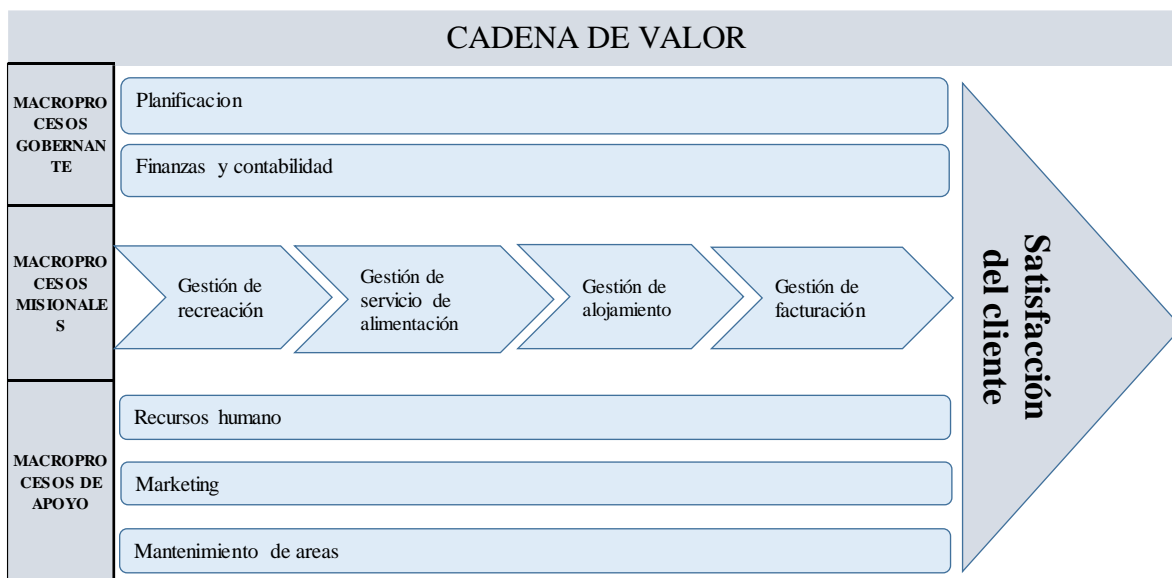
Tabla 8. Metas de la visión

Metas de la visión															
Ser líder en la actividad turística en el cantón Rio-verde, garantizándole a los clientes nacionales e internacionales la máxima satisfacción.															
Componentes de la visión	Objetivo de la visión	Indicador de la visión	Fórmula	Meta de la visión por año										Meta total visión	
				2023		2024		2025		2026		2027		Planif	V. Real
				Plani	V. real	Plani	V. real	Plani	V. real	Plani	V. real	Plani	V. real		
Líder del mercado	Conseguir clientes rentables	% de clientes	$\frac{\text{Clientes captados por la empresa}}{\text{total Clientes grandes en el mercado}} * 100$	100		150		200		250		300		1000	0
	Primer lugar del posicionamiento del emprendimiento.	% de posicionamiento del emprendimiento	$\frac{\text{N de personas que conocen la empresa}}{\text{Total personas del mercado}} * 100$	100		100		100		150		150		600	0
Satisfacción	Ganar nuevos clientes	% de nuevos clientes	$\frac{\text{N de nuevos clientes}}{\text{total de clientes}} * 100$	200		200		200		200		200		1000	0
	Fidelizar clientes	% clientes fidelizados	$\frac{\text{N clientes fidelizados}}{\text{total de clientes}} * 100$	150		150		150		150		150		750	0
				137.50		150.00		162.50		187.50		200.00		837.50	0.00

Elaborado por: El autor

En la cadena de valor se establecen los macroprocesos del emprendimiento en este están los gobernantes, misionales y de apoyo que ayudaran en conjunto a satisfacer al cliente.

Figura 12. Cadena de valor



Elaborado por: El autor

Es necesario establecer los macroprocesos misionales que son aquellos que brindan apoyo a las actividades que se deben de realizar dentro de la empresa para el funcionamiento de esta, aquí los macroprocesos establecidos son la gestión de recreación, gestión de servicio de alimentación, gestión de alojamiento y gestión de facturación, de esta se obtienen procesos como lo son disponer de áreas deportivas y acuáticas, brindar altos estándares de calidad en el proceso de alimentación, contar con instalaciones adecuadas, optimizar procesos de facturación y de estos se derivan subprocesos como contar con lugares de descanso e integración, almacenamiento adecuado de los alimentos, realizar planificación y gestionar pagos y cobros.

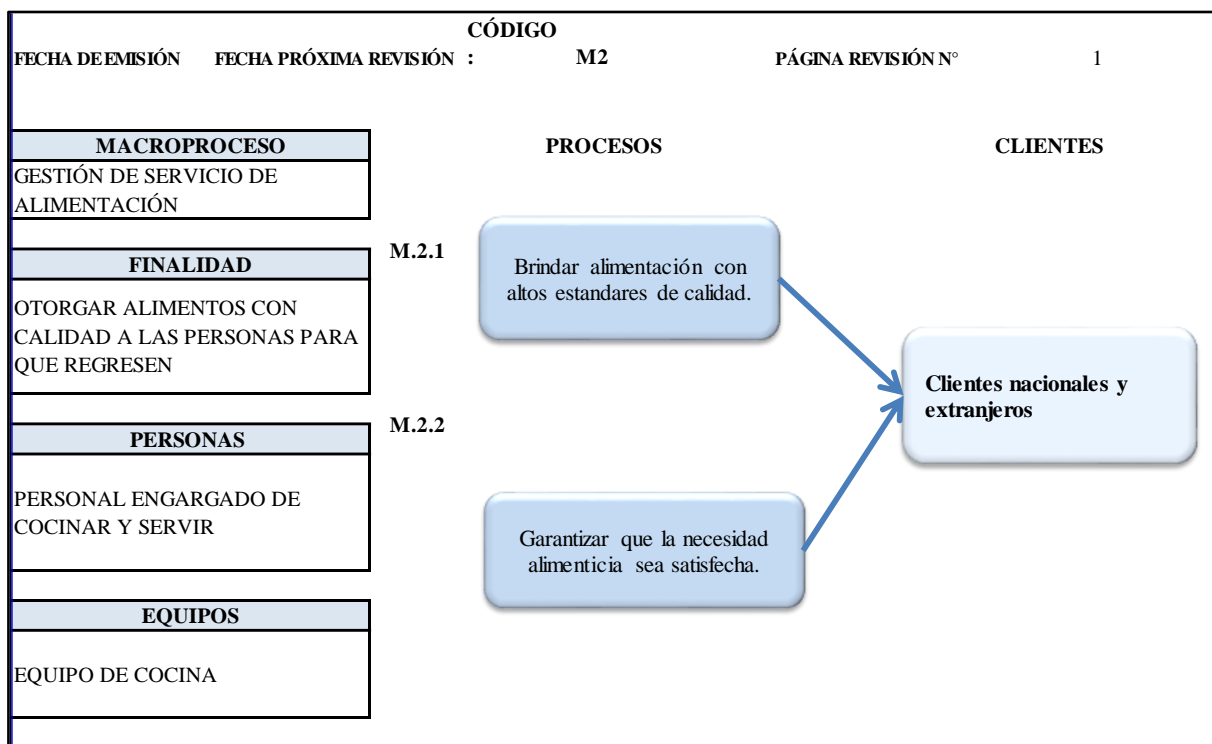
Figura 13. Procesos

PROCESOS				
MACRO	CODIGO	PROCESO	CÓDIGO	SUBPROCESO
Gestión de recreación	M.1.1	Disponer de áreas deportivas y acuáticas.		
	M.1.2	Mantener el area limpia y desinfectada.		
Gestión de servicio de alimentación	M.2.1	Brindar alimentación con altos estandares de calidad.	M.2.1.1	Almacenamiento adecuado de los alimentos
	M.2.2	Garantizar que la necesidad alimenticia sea satisfecha.	M.2.1.2	Estandar de limpieza
Gestión de alojamiento	M.3.1	Contar con instalaciones adecuadas para hospedaje.	M.3.2.1	Utilizar un marco de calidad en el equipo de trabajo
	M.3.2	Generar valor añadido y una experiencia diferente al cliente.	M.3.2.2	Especializar el servicio
Gestión de facturación	M.4.1	Optimizar proceso de facturación.	M.4.1.1	Realizar planificación
	M.4.2	Llevar registro de toda las entradas y salidas de dinero.	M.4.2.1	Gestionar pagos y cobros
			M.4.2.2	Registrar facturas del día a día

Elaborado por: El autor

Los diferentes macroprocesos misionales se deben de ser graficado en una ficha en donde se debe colocar la fecha en la que se está emitiendo, la fecha de revisión, la finalidad de dicho macroproceso, la persona encargada de realizarla, el equipo, los procesos que se derivan de este y los clientes.

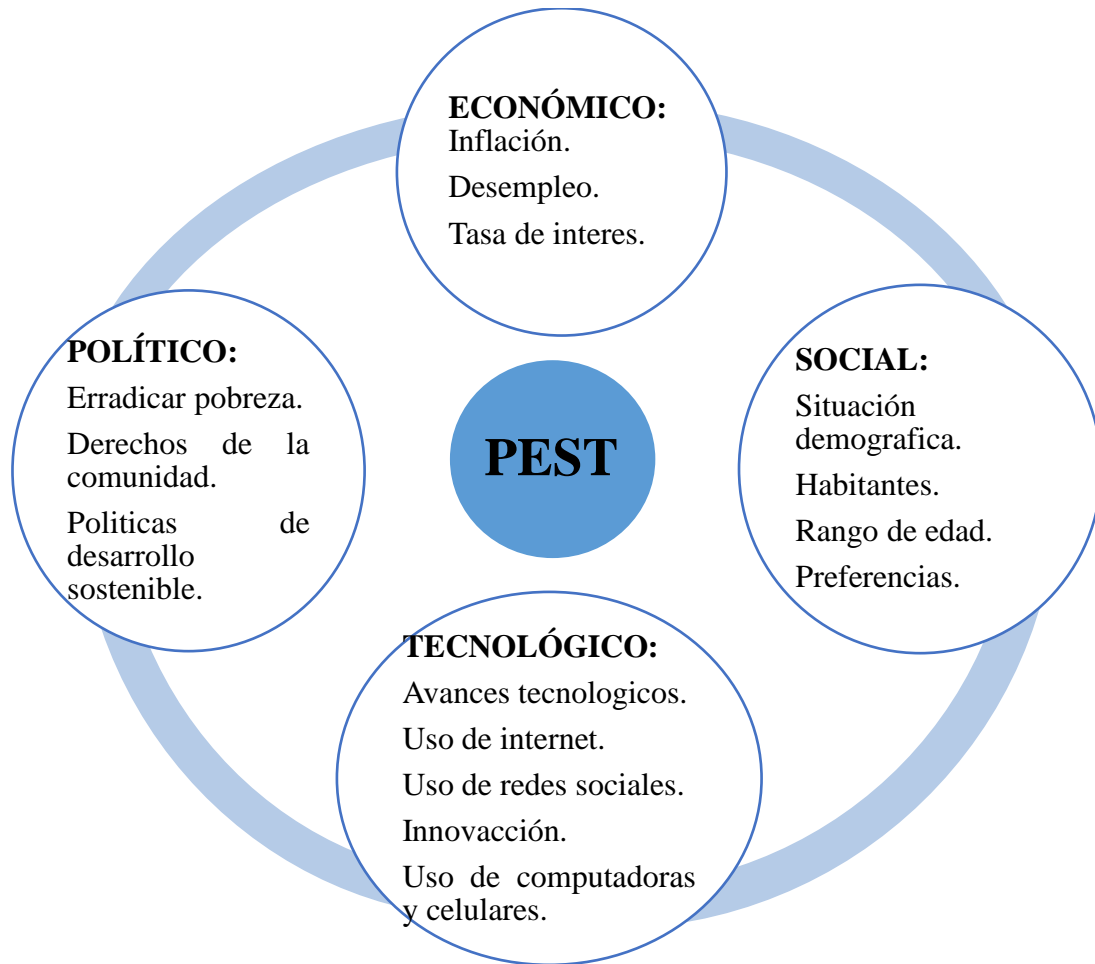
Figura 14. Macroproceso graficado



Elaborado por: El autor

El análisis PEST, permite conocer los factores político, económico, social y tecnológico que influyen en la empresa, en el caso político son todas las leyes de turismo que existen la actualidad en Ecuador y como estas afectan o apoyan al desarrollo de esta actividad turística, en el caso económico, está el desempleo de los habitantes de la comunidad, la inflación y la tasa de interés del mercado turístico, lo social permite conocer la situación demográfica, el rango de edad, nacionalidad de los clientes potenciales y en lo tecnológico el uso de las nuevas herramientas para poder incrementar la venta del servicio y cumplir con el objetivo.

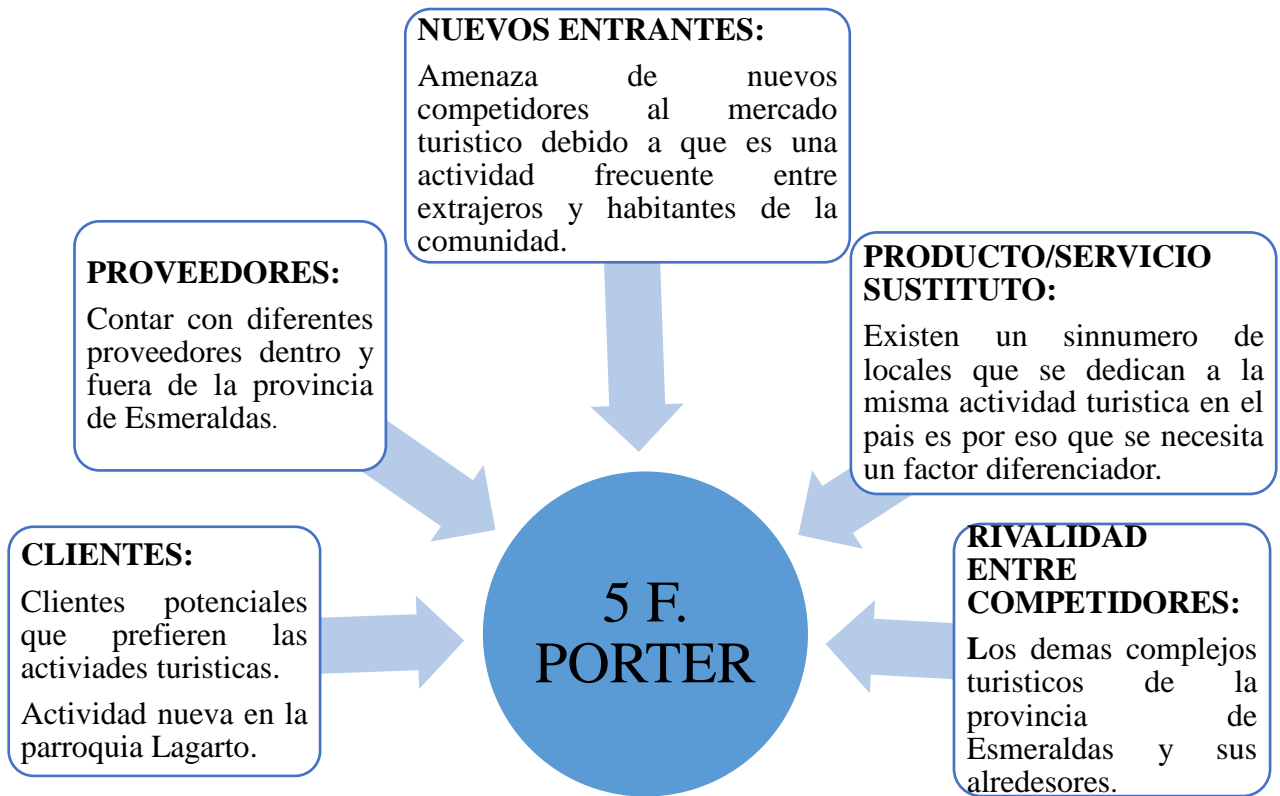
Figura 15. Análisis PEST



Elaborado por: El autor

Las fuerzas de Michael Porter por su parte ayudan a determinar la posición que se tiene dentro del mercado, en primer lugar se debe buscar proveedores tanto locales como de afuera de la comunidad esto es para tener mayor seguridad de que los productos necesarios para cumplir con el servicio estarán en la empresa, además, apoyar a los emprendimientos locales, después los clientes potenciales que se tienen son extranjeros y nacionales que están interesados en la actividad turística, tanto los competidores como los productos sustitutos son los demás complejos turísticos que hay en el país que representa una competencia debido a que ofrecen el mismo servicio es porque eso que se necesita tener factores diferenciadores e innovadores y por último los nuevos entrantes, existe la posibilidad de que muchos incursionen en este tipo de actividad puesto que es muy demandada.

Figura 16. Fuerzas de Porter



Elaborado por: El autor

De igual manera, es necesario realizar una matriz de factores externos que son las oportunidades y amenazas, dentro de las oportunidades se encuentran avances tecnológicos, clientes potenciales y apertura al turismo y dentro de las amenazas se encuentra cambios políticos, desastres naturales y nuevos competidores en este caso estos no los puede resolver de forma directa la empresa, pero se debe de establecer estrategias con el fin de poder contrarrestarlos en caso de que ocurran.

Figura 17. Matriz de factores externos

MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS														
Factores Externos Claves		Peso (0,1 a 1)	Clasif.	Peso total										
OPORTUNIDADES														
1	Via de acceso facil a la parroquia	0.89	4	3.56										
2	Avances tecnológicos	0.70	3	2.10										
3	Clientes potenciales	1.00	4	4.00										
4	Nuevas tendencias de demanda	1.00	4	4.00										
5	Apertura del turismo	1.00	4	4.00										
AMENAZAS														
1	Cambios politicos y economicos	0.50	2	1.00										
2	Ingreso de nuevo competidores	0.90	1	0.90										
3	Desastres naturales y lluvias	0.80	1	0.80										
4	Pandemia	0.50	2	1.00										
TOTAL		7.29		21.36										
<p>Los factores con mayor importancia como lo muestra la tabla son via de acceso facil a la parroquia, nuevas tendencias de demanda y apertura del turismo</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">EQUIVALENCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Amenaza importante</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Amenaza menor</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Oportunidad menor</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Oportunidad importante</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>					EQUIVALENCIA		Amenaza importante	1	Amenaza menor	2	Oportunidad menor	3	Oportunidad importante	4
EQUIVALENCIA														
Amenaza importante	1													
Amenaza menor	2													
Oportunidad menor	3													
Oportunidad importante	4													

Elaborado por: El autor

Luego se debe de realizar una matriz en donde se tiene que establecer los factores internos que son claves dentro de la empresa, en este caso son las fortalezas dentro de estas se encuentra la atención personalizada, personal calificado, infraestructura, variedad gastronómica y precios flexibles, también se encuentran las debilidades que son imagen corporativa, publicidad y recursos financieros junto con el peso de importancia que estas tienen dentro de la empresa con el fin de que sean tratadas.

Figura 18. Matriz de factores internos

MATRIZ DE FACTORES INTERNOS				
	Factores Internos Claves	Peso (0,1 a 1)	Clasif	Peso Ponderado
FORTALEZAS				
1	Atención personalizada	1	4	4
2	Personal Calificado	1	4	4
3	Ubicación natural	0.95	4	3.8
4	Infraestructura	0.98	4	3.92
5	Variedad de gastronomía	0.98	4	3.92
6	Precios Flexibles	0.89	4	3.56
7	Capacitación Constante	0.88	3	2.64
DEBILIDADES				
1	Imagen corporativa	0.78	1	0.78
2	Publicidad	0.9	1	0.9
3	Recursos económicos	0.9	1	0.9
4	Poca experiencia en el mercado	0.79	2	1.58
TOTAL		10.05		30.00

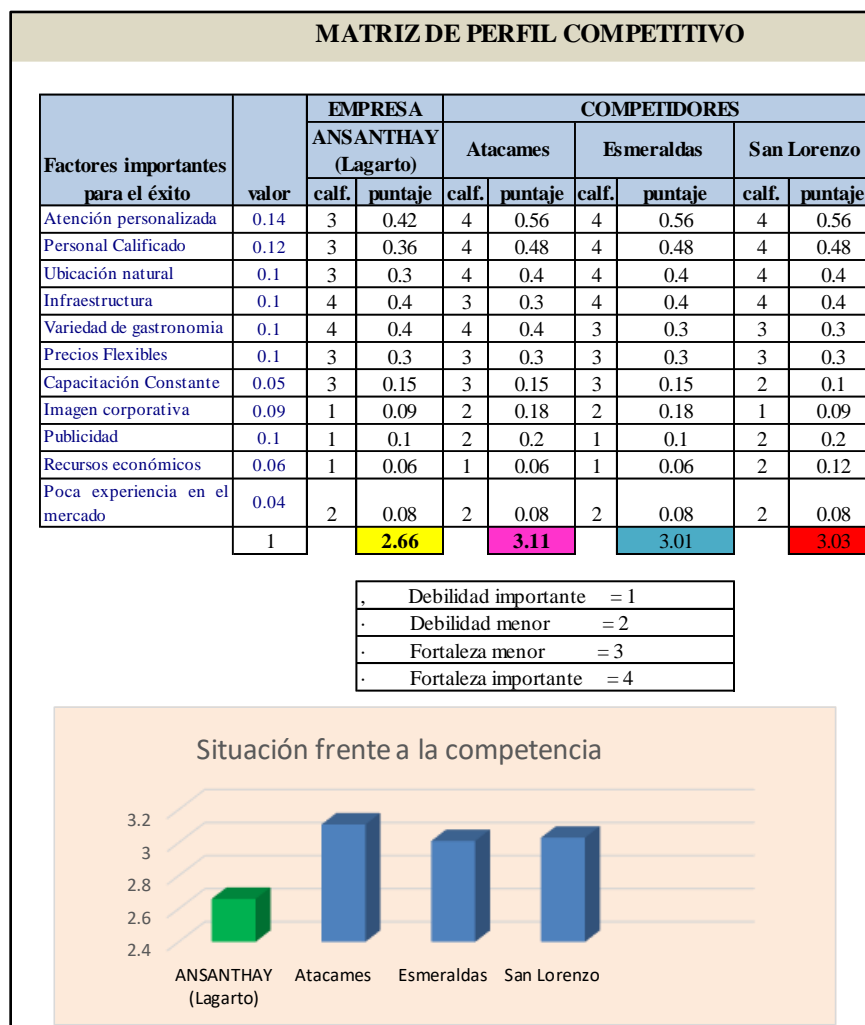
Los factores que representa una mayor ponderación son atención personalizada, personal calificado, infraestructura, entre otras

EQUIVALENCIA	
Debilidad importante	1
Debilidad menor	2
Fortaleza menor	3
Fortaleza importante	4

Elaborado por: El autor

Se debe de realizar una matriz de perfil competitivo debido a que esta ayuda a conocer a la competencia, así mismo, las fortalezas y debilidades de ellos y de la empresa, en este caso los lugares que cuentan con complejos turísticos y que representan competencia son cantón Esmeraldas, Atacames y San Lorenzo, una vez realizada la matriz se obtuvo como resultado que las fortalezas y debilidades del complejo turístico de Lagarto tiene una ventaja mayor en comparación con los demás.

Figura 19. Matriz de perfil competitivo



Elaborado por: El autor

El análisis FODA permite establecer los factores internos y externos que influyen en la empresa como lo son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con estas cuatro se establecieron estrategias combinadas para el desarrollo de las actividades que se realizaran, dentro de estas estrategias se encuentra la capacitación constante del personal, buscar financiamiento público, innovación constante de los servicios y uso de recursos tecnológicos para mejorar la publicidad.


Figura 20. Análisis FODA

FODA					
		FORTALEZAS: F		DEBILIDADES: D	
		F1	Atención personalizada	D1	Imagen corporativa
		F2	Personal Calificado	D2	Publicidad
		F3	Ubicación natural	D3	Recursos económicos
		F4	Infraestructura	D4	Poca experiencia en el mercado
		F5	Variedad de gastronomía		
		F6	Precios Flexibles		
		F7	Capacitación Constante		
OPORTUNIDADES: O		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
O1	Via de acceso facil a la parroquia	1	Capacitación constante al personal para mantener un servicio de calidad	1	Buscar financiamiento en la banca pública
O2	Avances tecnológicos				
O3	Clientes potenciales	2	Brindar experiencia de calidad a los clientes nacionales e internacionales potenciales con los recursos de la parroquia	2	Uso de recursos tecnologicos para aumentar la publicidad para poder llegar a mercado extranjeros
O4	Nuevas tendencias de demanda				
O5	Apertura del turismo				
AMENAZAS: A		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	Cambios políticos y economicos	1	Innovación constante del servicio	1	Promoción del nombre de la empresa para ganar mas participacion en el mercado nacional y extranjero
A2	Ingreso de nuevo competidores				
A3	Desastres naturales y lluvias	2	Posicionarse en el mercado con precios, infraestructura y servicio de calidad	2	Mejorar los procesos internos y externos de la empresa
A4	Pandemia				

Elaborado por: El autor

Por otro lado, la Matriz de la Planeación Estratégica Cuantitativa (MPEC) permite elegir la estrategia que se debe de emplear con mayor fuerza debido a que es la que tiene el puntaje más alto considerando las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades en este caso la estrategia es el uso de recursos tecnológicos para aumentar la publicidad para poder llegar a mercado extranjeros y nacionales

Figura 21. Matriz de la Planeación Estratégica Cuantitativa

Matriz de la Planeación Estratégica Cuantitativa (MPEC)																		
	Capacitación constante al personal para mantener un servicio de calidad	Brindar experiencia de calidad a los clientes nacionales e internacionales potenciales con los recursos de la parroquia	Buscar financiamiento en la banca pública	Uso de recursos tecnológicos para aumentar la publicidad para poder llegar a mercado extranjeros	Innovación constante del servicio	Posicionarse en el mercado con precios, infraestructura y servicio de calidad	Mejorar los procesos internos y externos de la empresa	Promoción del nombre de la empresa para ganar mas participación en el mercado nacional y extranjero	STRATEGIAS									
									OPORTUNIDADES	Peso	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA
1	Vía de acceso fácil a la parroquia	0.89	3.00	2.67	3.00	2.67	3.00	2.67	3.00	2.67	3.00	2.67	3.00	2.67	3.00	2.67	3.00	2.67
2	Avances tecnológicos	0.7	2.00	1.40	1.00	0.70	4.00	2.80	4.00	2.80	3.00	2.10	1.00	0.70	4.00	2.80	4.00	2.80
3	Cientes potenciales	1	3.00	3.00	1.00	1.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00
4	Nuevas tendencias de demanda	1	2.00	2.00	1.00	1.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00
5	Apertura del turismo	1	4.00	4.00	1.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
AMENAZAS		4.59																
1	Cambios políticos y economicos	0.5	1.00	0.50	2.00	1.00	1.00	0.50	1.00	0.50	1.00	0.50	1.00	0.50	1.00	0.50	1.00	0.50
2	Ingreso de nuevo competidores	0.9	1.00	0.90	2.00	1.80	2.00	1.80	2.00	1.80	1.00	0.90	1.00	0.90	1.00	0.90	1.00	0.90
3	Desastres naturales y lluvias	0.8	2.00	1.60	1.00	0.80	2.00	1.60	2.00	1.60	1.00	0.80	1.00	0.80	4.00	3.20	1.00	0.80
4	Pandemia	0.5	1.00	0.50	1.00	0.50	1.00	0.50	2.00	1.00	1.00	0.50	1.00	0.50	4.00	2.00	1.00	0.50
FORTALEZAS		2.70																
1	Atención personalizada	1	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
2	Personal Calificado	1	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
3	Ubicación natural	0.95	4.00	3.80	3.00	2.85	4.00	3.80	4.00	3.80	3.00	2.85	1.00	0.95	4.00	3.80	4.00	3.80
4	Infraestructura	0.98	4.00	3.92	3.00	2.94	4.00	3.92	4.00	3.92	3.00	2.94	1.00	0.98	4.00	3.92	4.00	3.92
5	Variedad de gastronomía	0.98	4.00	3.92	3.00	2.94	1.00	0.98	4.00	3.92	3.00	2.94	1.00	0.98	1.00	0.98	2.00	1.96
6	Precios Flexibles	0.89	3.00	2.67	3.00	2.67	4.00	3.56	3.00	2.67	3.00	2.67	1.00	0.89	4.00	3.56	4.00	3.56
7	Capacitación Constante	0.88	2.00	1.76	2.00	1.76	4.00	3.52	2.00	1.76	4.00	3.52	2.00	1.76	1.00	0.88	2.00	1.76
DEBILIDADES		6.68																
1	Imagen corporativa	0.5	2.00	1.00	3.00	1.50	4.00	2.00	4.00	2.00	1.00	0.50	3.00	1.50	1.00	0.50	3.00	1.50
2	Publicidad	0.5	3.00	1.50	3.00	1.50	3.00	1.50	4.00	2.00	1.00	0.50	3.00	1.50	2.00	1.00	3.00	1.50
3	Recursos económicos	0.4	2.00	0.80	2.00	0.80	4.00	1.60	4.00	1.60	1.00	0.40	2.00	0.80	4.00	1.60	4.00	1.60
4	Poca experiencia en el mercado	0.6	2.00	1.20	1.00	0.60	1.00	0.60	4.00	2.40	1.00	0.60	3.00	1.80	2.00	1.20	2.00	1.20
SUMA DEL PUNTAJE TOTAL DEL GRADO DE ATRACCIÓN		2.00		41.14		33.03		49.35		51.33		40.28		22.45		50.40		49.86

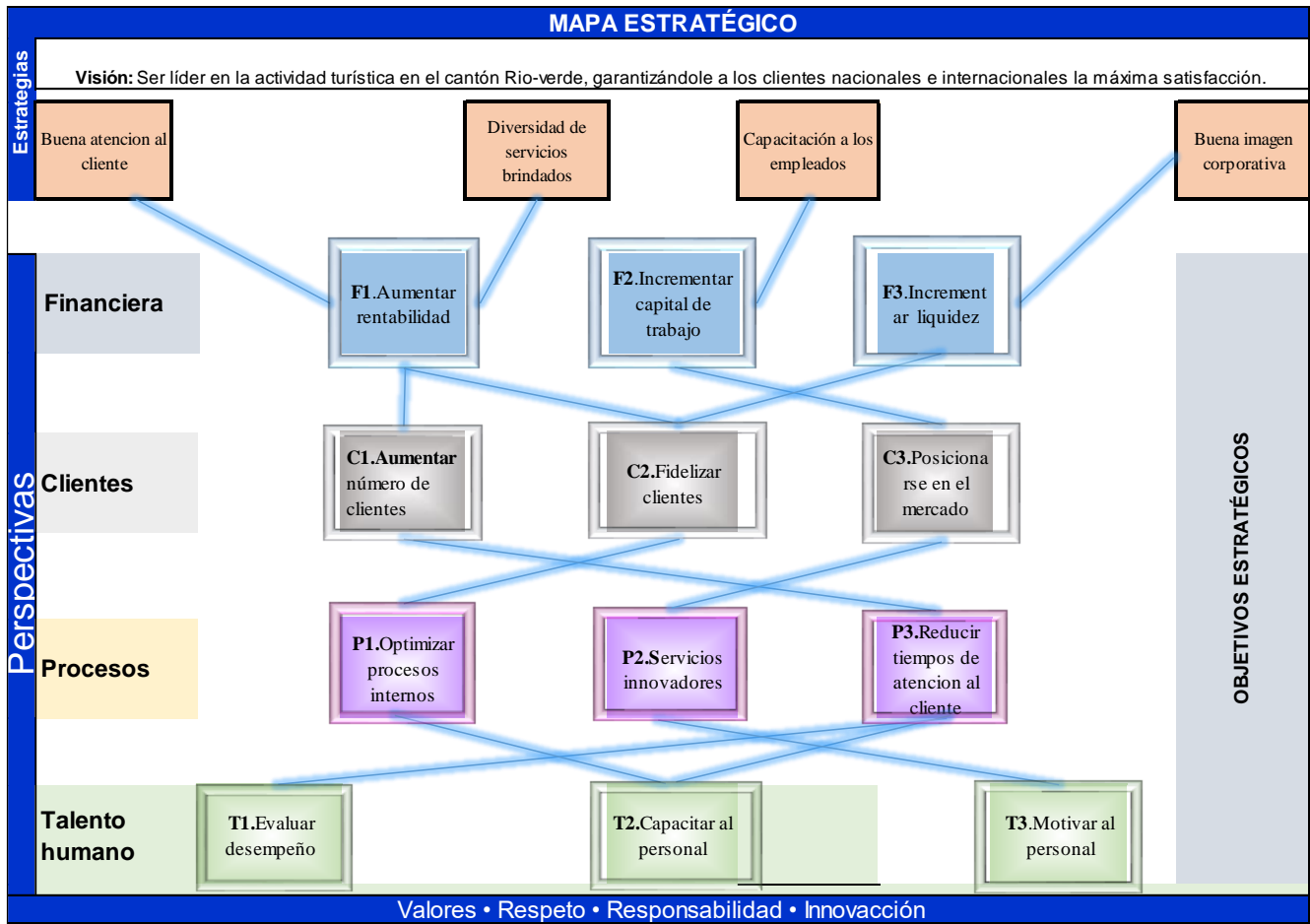
15.97

- 1 sin atractivo
- 2 algo atractivo
- 3 más o menos atractivo
- 4 muy atractivo

Elaborado por: El autor

El mapa estratégico ayuda a comprender de manera más clara los objetivos que están establecidos dentro de la empresa y permite conectar las diferentes estrategias que se deben de realizar con las diferentes perspectivas financieras, de clientes, de procesos y de talento humano y estas a la vez se conectan una con otra dando un orden para conseguir un mejor funcionamiento, dentro de las estrategias se encuentra buena atención al cliente, diversidad de servicios, capacitación a los empleados y buena imagen corporativa.

Figura 22. Mapa Estratégico



Elaborado por: El autor

El cuadro de mando integral permite medir la situación de la empresa desde las diferentes perspectivas, primero se debe de establecer cada perspectiva financiera, de clientes, de procesos y de talento humano con sus diferentes objetivos los cuales deben de tener indicadores, formula, unidad de medida y la medición.

Figura 23. Cuadro de mando integral

CUADRO DE MANDO INTEGRAL						
Indicadores estratégicos						
Perspectiva	Objetivos estratégicos	Indicadores	Fórmula	Unidad de medida	Medición	Meta
Financiera	F1.Aumentar rentabilidad	Índice de rentabilidad	$\text{Rentabilidad obtenida/patrimonio} \times 100$	Porcentaje	Mensual	50.00
	F2.Incrementar capital de trabajo	Cantidad de capital de trabajo	$\text{Activo circulante} - \text{Pasivos circulante}$	Dólares	Mensual	\$ 2.000
	F3.Incrementar liquidez	Cantidad de liquidez	$\text{activo circulante} - \text{ctas x cobrar} / \text{Pasivos circulante}$	Dólares	Mensual	\$ 5
	CONTROL DE META					
Clientes	C1.Aumentar número de clientes	Cantidad de nuevos clientes	Promedio de nuevos clientes	Personas	Mensual	80
	C2.Fidelizar clientes	# de clientes fidelizados	Promedio de clientes fidelizados	Porcentaje	Mensual	80
	C3.Posicionarse en el mercado	% conocimiento de la marca	$\text{Número de personas que conocen la marca} / \text{Total personas del mercado} \times 100$	Porcentaje	Mensual	80
	CONTROL DE META					
Procesos	P1.Optimizar procesos internos	% de procesos con errores	$\text{Número de procesos con errores} / \text{Total procesos} \times 100$	Porcentaje	Mensual	20
	P2.Servicios innovadores	# proyectos innovadores	Nº de proyectos innovadores	Número	Semestral	5
	Reducir tiempos de atención al cliente	Número de días trámites realizados	Promedio de días en trámites realizados	Días	Mensual	10
	CONTROL DE META					
Talento humano	T1.Evaluar desempeño	% de desempeño laboral	$\text{Promedio de rendimiento} / 100 \times 100$	Porcentaje	Mensual	80
	T2.Capacitar al personal	% de capacitaciones	$\text{Total capacitaciones realizadas} / \text{número de capacitaciones planificadas} \times 100$	Porcentaje	Mensual	100.00
	T3.Motivar al personal	Número de talleres de motivación	Total talleres motivación	Número	Mensual	12
	CONTROL DE META					

Elaborado por: Sanyi Intriago

Luego en el cuadro de mando integral se debe de colocar el periodo de tiempo en meses junto con la meta que se espera lograr, esto debe de ir con una semaforización que permitirá conocer si el resultado es pasivo o negativo para la empresa.

Figura 24. Cuadro de mando integral 2

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	48	%	0		
Meta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
Valor Real																	
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	\$ 2,400				
Meta	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200				
Valor Real													\$ 0				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	\$ 3,600				
Meta	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300				
Valor Real													\$ 0				
TOTAL P FINANCIERA													0.00				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	1200			%	-
Meta	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100					
Valor Real													-				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	600				
Meta	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50					
Valor Real													-				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	600				
Meta	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50					
Valor Real													-				
TOTAL P CLIENTES													-				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	24	%	480		
Meta	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
Valor Real													0				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	30				
Meta	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2					
Valor Real													0				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	120				
Meta	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10					
Valor Real													0				
TOTAL P PROCESOS													120.0				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	960			%	0
Meta	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80					
Valor Real													0				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	24				
Meta	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
Valor Real													0.00				
Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	24				
Meta	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
Valor Real													-				
TOTAL P TALENTO HUMANO													-				

Elaborado por: El autor

También se debe de establecer el análisis de tiempo, responsable, presupuesta y las actividades que se deben de realizar conforme a cada uno.

Figura 25. Cuadro de mando integral 3

Análisis	Tipo	Responsable	Iniciativas /proyectos	Presupuesto iniciativas	Actividades
Mensual	Incremento	Contador	Optimizar gastos Administrarivo	\$ 1,500.00	
Trimestral	Incremento	Contador	Buscar nuevos socios	\$ 150.00	
Mensual	Incremento	Contador	Buscar nuevos socios	\$ 300.00	
Mensual	Incremento	Gerente	Implementar plan de búsqueda de clientes	\$ 150.00	
Trimestral	Incremento	Gerente	Desarrollar servicios complementarios	\$ 250.00	
Semestral	Incremento	Gerente	Implementar plan de marketing de guerrilla/social marketing	\$ 50.00	
Mensual	Disminución	Gerente	Diseñar un instrumento de medición de errores	\$ 100.00	
Semestral	Incremento	Gerente	Realizar un estudio de mercado	\$ 150.00	
Mensual	Disminución	Gerente	Diseñar un plan de entrenamiento interno	\$ 50.00	
Trimestral	Incremento	Gerente	Implementar una herramientas de evaluación	\$ 100.00	
Trimestral	Mantenimiento más es mejor	Gerente	Implementar un plan de capacitación trimestral	\$ 150.00	
Bimensual	Mantenimiento más es mejor	Gerente	Implementar un plan de motivación	\$ 100.00	

Elaborado por: El autor

Y por último se coloca un cronograma el cual se debe de ir marcado lo que se ha hecho de actividades en cada uno.

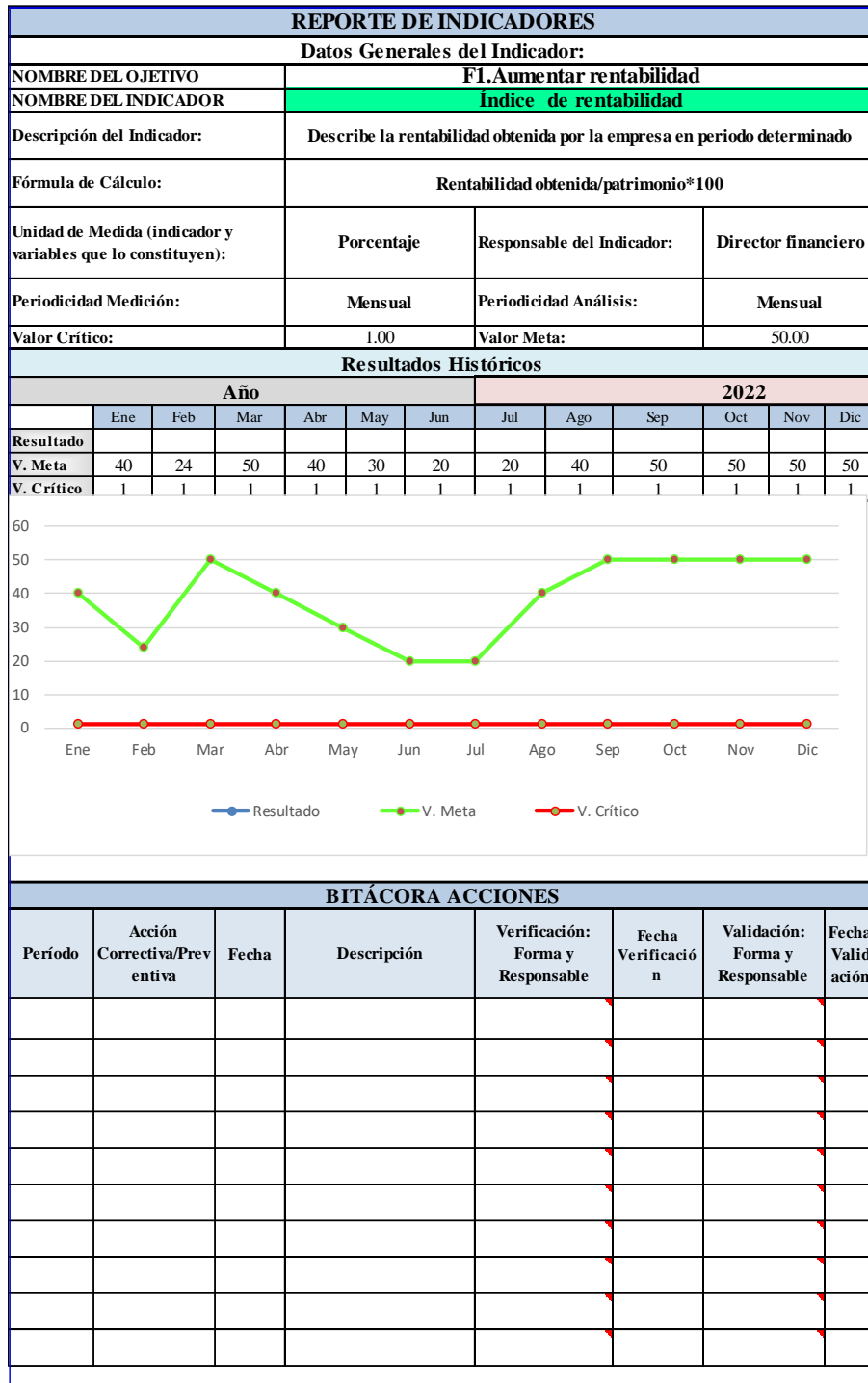
Figura 27. KPI

Perspectiva	Indicadores	Objetivos estratégicos
Financiera	Índice de rentabilidad	F1.Aumentar rentabilidad
	Cantidad de capital de trabajo	F2.Incrementar ventas
	Cantidad de liquidez	F3.Incrementar capital de trabajo
Procesos	%de procesos con errores	P1.Optimizar procesos internos
	# proyectos innovadores	P2.Servicios innovadores
	Número de días trámites realizados	P3.Reducir tiempos de atención al cliente
clientes	Cantidad de nuevos clientes	C1.Aumentar número de clientes
	# de clientes fidelizados	C2.Fidelizar clientes
	% conocimiento de la marca	C3.Posicionarse en el mercado
TH	% desempeño laboral	T1.Evaluar desempeño
	% de capacitaciones	T2.Capacitar al personal
	Número de talleres de motivación	T3.Motivar al personal

Elaborado por: El autor

Una vez realizado esto es necesario realizar una ficha de indicador por cada indicador que se tiene, esta ayuda a conocer de manera más detallada toda la información relacionada al indicador como lo es el objetivo, el valor meta, el valor crítico, unidad de medida, responsable y periodo.

Figura 28. Ficha indicadores

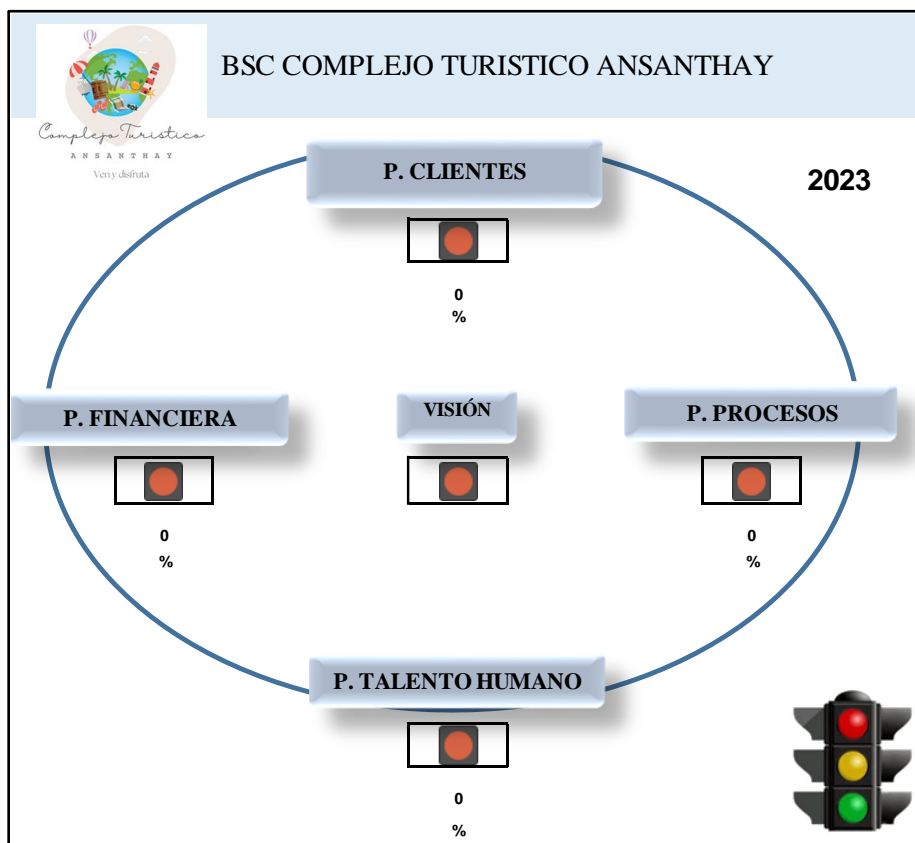


Elaborado por: El autor

Dentro de las unidades de negocios: servicio de gastronomía, servicio de alojamiento, servicio de descanso y óseo, servicio de deporte.

Con la información del BSC se pudo establecer las estrategias y perspectivas de acuerdo a los diferentes procesos que se deben de realizar dentro del emprendimiento con la finalidad de obtener resultados positivos, dentro de las estrategias se encuentra brindar buena atención al cliente, diversificar los servicios que se brindaran y capacitar a los empleado, así mismo se detalla la perspectivas financieras, de clientes, procesos internos y talento humano junto con las meta que se espera lograr y las actividades con esta información el Balanced score card no da un resultado los procesos que debemos de mejorar con el fin de lograr un equilibrio.

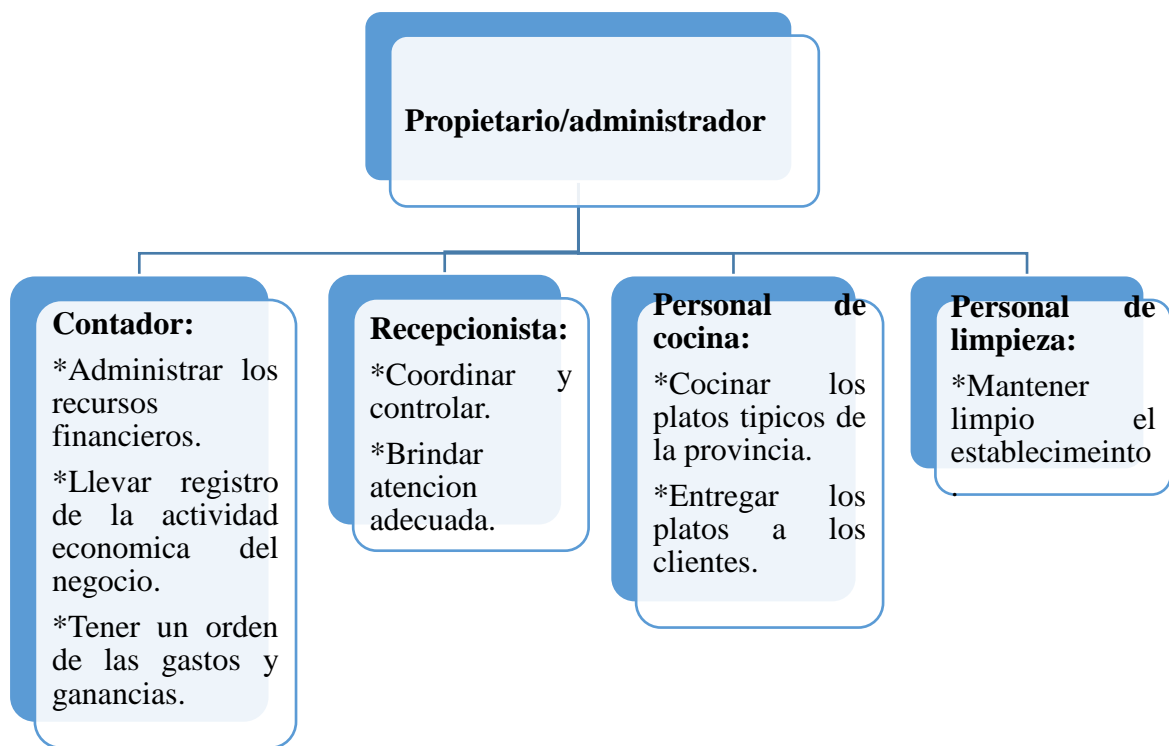
Figura 29. Balanced score card



Elaborado por: El autor

El organigrama estructural y funcional esta detallado todo el talento humano que se necesitara para el emprendimiento junto con las actividades que desarrollaran con el fin de cumplir los objetivos del negocio.

Figura 30. Organigrama estructural y funcional



Elaborado por: El autor

3.4. Estudio financiero del complejo turístico para ofrecer sus servicios nacional e internacionalmente.

Dentro del estudio financiero es necesario especificar los diferentes gastos que se realizarán dentro del establecimiento, entre los gastos se encuentran los gastos de maquinaria y equipo, inventarios del restaurante, equipos informáticos, muebles y enseres, equipos de oficina, suministro de oficina, suministro de limpieza, terreno, instalaciones, edificio, gastos de constitución, gastos de publicidad, servicios básicos, impuestos anuales de funcionamiento todos estos están detallados en una tabla que se presenta a continuación:

Tabla 9. Requerimiento de materiales, herramientas, equipo y edificio

EDIFICIO-MATERIALES-HERRAMIENTAS Y EQUIPOS				
RESUMEN DE REQUERIMIENTO DEL COMPLEJO TURISTICO ANSANTHAY				
DESCRIPCIÓN	CANTD	UNIDAD DE MEDIDA	P.U.	TOTAL
TERRENO				
TERRENO DE 5 HECTAREA	5000	METRO	\$ 7.00	\$ 35,000.00
EDIFICIO				
EDIFICIO	1	UNIDAD	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00
INSTALACIONES				
PISCINAS	2	UNIDAD	\$ 65,000.00	\$ 130,000.00
CANCHAS	3	UNIDAD	\$ 20,000.00	\$ 60,000.00
PARQUEADEROS	1	UNIDAD	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
CABAÑAS	7	UNIDAD	\$ 8,000.00	\$ 56,000.00
RESTAURANTE	1	UNIDAD	\$ 19,000.00	\$ 19,000.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
COCINA	4	UNIDAD	\$ 1,235.52	\$ 4,942.08
CONGELADORES	5	UNIDAD	\$ 1,000.00	\$ 5,000.00
ASPIRADORA DE PISCINA	4	UNIDAD	\$ 50.00	\$ 200.00
CAMAS PARA LAS CABAÑAS	11	UNIDAD	\$ 350.00	\$ 3,850.00
INODOROS	15	UNIDAD	\$ 196.00	\$ 2,940.00
DUCHAS	17	UNIDAD	\$ 11.00	\$ 187.00
INVENTARIOS DEL RESTAURANTE				
PLATOS	500	UNIDAD	\$ 3.00	\$ 1,500.00
EXTINTORES PARA FUEGO GRANDES	4	UNIDAD	38.57	\$ 154.28
TANQUES DE GAS	2	UNIDAD	55	\$ 110.00
CUBIERTOS	500	UNIDAD	\$ 2.00	\$ 1,000.00
CUCHARAS	500	UNIDAD	\$ 2.00	\$ 1,000.00
OLLAS	20	UNIDAD	\$ 8.00	\$ 160.00
SERVILLETAS	10	PAQUETE	\$ 1.50	\$ 15.00
CUCHILLO	15	UNIDAD	\$ 4.00	\$ 60.00
SABANAS	15	PAQUETES	\$ 25.00	\$ 375.00
CORTINAS	15	UNIDAD	\$ 9.00	\$ 135.00
JABON DE BAÑO	30	UNIDAD	\$ 1.00	\$ 30.00
BANDEJAS PLASTICAS	20	UNIDAD	\$ 7.00	\$ 140.00
EQUIPOS INFORMÁTICOS				
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	2	UNIDAD	\$ 600.00	\$ 1,200.00
IMPRESORA MULTIFUNCIONES	1	UNIDAD	\$ 170.00	\$ 170.00
EQUIPOS DE OFICINA				
TELEFONO INALAMBRICO	2	UNIDAD	\$ 130.00	\$ 260.00
AIRE ACONDICIONADO	1	UNIDAD	\$ 400.00	\$ 400.00
DISPENSADOR DE AGUA	4	UNIDAD	\$ 100.00	\$ 400.00
MUEBLES Y ENSERES				
MESAS	30	UNIDAD	\$ 80.00	\$ 2,400.00
SILLAS PARA COMEDOR	70	UNIDAD	\$ 7.50	\$ 525.00
SILLAS ERGONOMICAS	2	UNIDAD	\$ 70.00	\$ 140.00
SILLAS PARA PISCINA	40	UNIDAD	\$ 7.00	\$ 280.00
MESAS PARA PISCINA	10	UNIDAD	\$ 40.00	\$ 400.00

Elaborado por: El autor

Tabla 10. Requerimiento de materiales, herramientas, equipo y edificio

SUMINISTROS DE OFICINA				
NO FUNGIBLES				
PERFORADORA ESCRITORIO MEDIANA	1	UNIDAD	\$ 7.00	\$ 7.00
ENGRAPADORA ESCRITORIO	1	UNIDAD	\$ 10.00	\$ 10.00
LIBRETAS	1	UNIDAD	\$ 3.00	\$ 3.00
TIJERA ESCOLAR SENCILLA	2	UNIDAD	\$ 1.50	\$ 3.00
SACAGRAPAS TIPO TENAZA NEGRO CORMADO	1	UNIDAD	\$ 3.00	\$ 3.00
FUNGIBLES				
HOJAS A 4	1	RESMAS	\$ 6.00	\$ 6.00
ESFEROGRAFICOS	10	UNIDAD	\$ 0.25	\$ 2.50
LAPICES	10	UNIDAD	\$ 0.25	\$ 2.50
GRAPAS	1	CAJA	\$ 1.50	\$ 1.50
CLIPS	1	CAJ A	\$ 1.50	\$ 1.50
CARPETAS DE ARCHIVADOR	2	UNIDAD	\$ 7.00	\$ 14.00
LIQUID PAPER	1	UNIDAD	\$ 2.00	\$ 2.00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA				
NO FUNGIBLES				
ESCOBAS	15	UNIDAD	\$ 2.50	\$ 37.50
RECOJEDOR	9	UNIDAD	\$ 2.00	\$ 18.00
TRAPEADOR	20	UNIDAD	\$ 3.00	\$ 60.00
TACHOS DE BASURA	15	UNIDAD	\$ 5.00	\$ 75.00
FUNGIBLES				
FUNDAS DE BASURA	20	PAQUETE	\$ 2.00	\$ 40.00
DETERGENTE	4	PAQUETE	\$ 4.00	\$ 16.00
COLORO	6	CANECA	\$ 17.00	\$ 102.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN				
HONORARIOS AL ABOGADO	1	UNIDAD	\$ 300.00	\$ 300.00
REGISTRO EN EL SRI	1	UNIDAD	\$ 20.00	\$ 20.00
PERMISOS DE FUNCIONAMINETO MUNICIPAL	1	UNIDAD	\$ 125.00	\$ 125.00
PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS	1	UNIDAD	\$ 60.00	\$ 60.00
PERMISO AMBIETAL	1	UNIDAD	\$ 25.00	\$ 25.00
PERMISO DE SANIDAD	1	UNIDAD	\$ 120.00	\$ 120.00
IMPUESTOS ANUALES DE FUNCIONAMINETO				
CUERPO DE BOMBEROS	1	UNIDAD	\$ 50.00	\$ 50.00
MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	1	UNIDAD	\$ 70.00	\$ 70.00
MUNICIPALIDAD GAD RIOVERDE	1	UNIDAD	\$ 90.00	\$ 90.00
GASTO DE PUBLICIDAD				
ROTULOS LONAS	4	UNIDAD	\$ 100.00	\$ 400.00
REDES SOCIALES	1	UNIDAD	\$ 100.00	\$ 100.00
RADIOS (COMUNICADOS) ESPACIOS DE 2 MIN	10	UNIDAD	\$ 150.00	\$ 1,500.00
GASTO DE SERVICIOS BASICOS				
SERVICIO TELEFÓNICO	1	MINUTOS	\$ 20.00	\$ 20.00
SERVIO DE INTERNET LINEA DEDICADA XDSL BASICA	1	MES	\$ 28.00	\$ 28.00
ENERGIA ELECTRICA KW	2546	KW	\$ 0.09	\$ 229.14
AGUA POTABLE	450	M3	\$ 0.45	\$ 202.50

Elaborado por: El autor

Luego se debe de explicar los gastos de salarios de los diferentes empleados con los que se contarán dentro del establecimiento, esto se lo hace de los dos primeros años y se deben de separar al personal administrativo del personal operativo como se lo muestra en las siguientes tablas en las cuales se detallan todo lo que conlleva el salario como son las horas extras, 10° tercero, 10° cuarto, aporte patronal, vacaciones, entre otros.

Tabla 11. Gasto personal administrativo primer año

PERSONAL ADMINISTRATIVO													
NÓMINA LABORAL													
CANTIDAD	FUNCIÓN	REMUNERACIÓN UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	LIQUIDACIÓN	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIÓN MENSUAL	TOTAL REMUNERACIÓN ANUAL
1	RECEPCIONISTA	\$ 390.00		\$ 390.00	\$ 32.50	\$ 28.33	\$ 47.39	\$ 0.00	\$ 16.25	\$ 8.13	\$ 132.59	\$ 522.59	\$ 6,271.12
1	CONTADORA	\$ 418.00		\$ 418.00	\$ 34.83	\$ 28.33	\$ 50.79	\$ 0.00	\$ 17.42	\$ 8.71	\$ 140.08	\$ 558.08	\$ 6,696.94
2	TOTAL	\$ 808.00	\$ 0.00	\$ 808.00	\$ 67.33	\$ 56.67	\$ 98.17	\$ 0.00	\$ 33.67	\$ 16.83	\$ 272.67	\$ 1,080.67	\$ 12,968.06
		MENSUAL		ANUAL								TOTAL REMUNERACION ANUAL	
TOTAL IESS PATRONAL		\$ 98.17	\$ 1,178.06									\$ 12,968.06	

Elaborado por: El autor

Tabla 12. Gasto personal operativo primer año

PERSONAL OPERATIVO													
CANTIDAD													
CANTIDAD	FUNCIÓN	REMUNERACIÓN UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	LIQUIDACIÓN	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIÓN MENSUAL	TOTAL REMUNERACIÓN ANUAL
2	PERSONAL DE LIMPIEZA	\$ 200.00	\$ 0.00	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 56.67	\$ 48.60	\$ 0.00	\$ 16.67	\$ 8.33	\$ 163.60	\$ 563.60	\$ 6,763.20
6	PERSONAL DE COMEDOR	\$ 200.00	\$ 0.00	\$ 1,200.00	\$ 100.00	\$ 170.00	\$ 145.80	\$ 0.00	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 490.80	\$ 1,690.80	\$ 20,289.60
8	TOTAL	\$ 400.00	\$ 0.00	\$ 1,600.00	\$ 133.33	\$ 226.67	\$ 194.40	\$ 0.00	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 654.40	\$ 2,254.40	\$ 27,052.80
		MENSUAL		ANUAL								TOTAL REMUNERACION ANUAL	
TOTAL IESS PATRONAL		\$ 194.40	\$ 2,332.80									\$ 27,052.80	

Elaborado por: El autor

Luego se encuentran los gastos de personal administrativo y operativo del segundo año:

Tabla 13. Gasto personal administrativo segundo año

PERSONAL ADMINISTRATIVO													
NÓMINA LABORAL													
CANTIDAD	FUNCIÓN	REMUNERACIÓN UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	LIQUIDACIÓN	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIÓN MENSUAL	TOTAL REMUNERACIÓN ANUAL
1	RECEPCIONISTA	\$ 390.00		\$ 390.00	\$ 32.50	\$ 28.33	\$ 47.39	\$ 32.50	\$ 16.25	\$ 8.13	\$ 165.09	\$ 555.09	\$ 6,661.12
1	CONTADORA	\$ 418.00		\$ 418.00	\$ 34.83	\$ 28.33	\$ 50.79	\$ 34.83	\$ 17.42	\$ 8.71	\$ 174.91	\$ 592.91	\$ 7,114.94
2	TOTAL	\$ 808.00	\$ 0.00	\$ 808.00	\$ 67.33	\$ 85.00	\$ 98.17	\$ 67.33	\$ 33.67	\$ 16.83	\$ 340.01	\$ 1,148.01	\$ 13,776.06
		MENSUAL		ANUAL								TOTAL REMUNERACION ANUAL	
TOTAL IESS PATRONAL		\$ 98.17	\$ 1,178.06									\$ 13,776.06	

Elaborado por: El autor

Tabla 14. Gastos operativos segundo año

PERSONAL OPERATIVO														
NÓMINA LABORAL														
CANTIDAD	FUNCIÓN	REMUNERACION UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	LIQUIDACIÓN	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIÓN MENSUAL	TOTAL REMUNERACIÓN ANUAL	
2	PERSONAL DE LIMPIEZA	\$ 200.00		\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 56.67	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 8.33	\$ 196.93	\$ 596.93	\$ 7,163.20	
6	PERSONAL DE COMEDOR	\$ 200.00	\$ 0.00	\$ 1,200.00	\$ 100.00	\$ 170.00	\$ 145.80	\$ 100.00	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 590.80	\$ 1,790.80	\$ 21,489.60	
8	TOTAL	\$ 400.00	\$ 0.00	\$ 1,600.00	\$ 133.33	\$ 226.67	\$ 194.40	\$ 133.33	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 787.73	\$ 2,387.73	\$ 28,652.80	
		MENSUAL ANUAL												TOTAL REMUNERACIÓN ANUAL
TOTAL IESS PATRONAL		\$ 194.40	\$ 2,332.80											\$ 28,652.80

Elaborado por: El autor

Después se debe de realizar un resumen de inversión fija en donde se debe de colocar todos los valores de las diferentes cosas que se necesitan, con estos se obtiene la cantidad de dinero exacta de los activos que se necesita para la construcción del complejo turístico.

Tabla 15. Resumen de inversión fija

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
INVERSIÓN FIJA	
TERRENO	\$ 35,000.00
EDIFICIO	\$ 80,000.00
INSTALACIONES Y ADECUACIONES	\$ 270,000.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 17,119.08
EQUIPOS INFORMÁTICOS	\$ 1,370.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1,060.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3,745.00
INVENTARIOS DEL RESTAURANTE	\$ 4,415.00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 56.00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 348.50
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 413,113.58

Elaborado por: El autor

Se debe de realizar un resumen de inversión total de inversión en cual se debe de incluir la inversión fija más el capital de trabajo y los gastos de constitución con esto se obtiene la cantidad de dinero para iniciar el funcionamiento del complejo turístico.

Tabla 16. Resumen inversión total inicial

RESÚMEN INVERSIÓN TOTAL INICIAL	
INVERSIÓN FIJA	
TERRENO	35,000.00
EDIFICIO	80,000.00
INSTALACIONES Y ADECUACIONES	270,000.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	17,119.08
EQUIPOS INFORMÁTICOS	1,370.00
EQUIPOS DE OFICINA	1,060.00
MUEBLES Y ENSERES	3,745.00
INVENTARIOS DEL RESTAURANTE	4,415.00
SUMINISTROS DE OFICINA	56.00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	348.50
TOTAL INVERSIÓN FIJA	413,113.58
CAPITAL DE TRABAJO	20,540.20
Subtotal Inversión Fija y Capital de Trab.	433,653.78
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	650.00
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	434,303.78

Elaborado por: El autor

Es necesaria realizar las depreciaciones de todos los activos que se tendrán dentro del establecimiento para conocer el desgaste de la vida útil de cada uno.

Tabla 17. Depreciaciones

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE RESCATE
MUEBLES Y ENSERES	10	3,745.00	28.09	337.05	374.50
EDIFICIO	20	80,000.00	300.00	3,600.00	8,000.00
EQUIPOS DE OFICINA	10	1,060.00	7.95	95.40	106.00
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	1,370.00	34.25	411.00	137.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	17,119.08	128.39	1,540.72	1,711.91
TOTAL		103,294.08	498.68	5,984.17	10,329.41

Elaborado por: El autor

Luego se coloca las fuentes de financiamiento con las que se realizara la construcción del complejo turístico, en este caso el 60% es con aporte propio y el 40% de préstamo bancario, de igual manera se debe de colocar la tasa del sistema financiero actual.

Tabla 18. Fuentes de financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	434,303.78	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
TOTAL APORTE	260,582.27	60%	Tasa Pasiva	4.28	0.0428	0.02568
PRÉSTAMO BANCO	173,721.51	40%	TASA ACTIVA	11.30	0.113	0.04520
TOTAL INVERSION	434,303.78	100%	TASA DE RENTABILIDAD			0.070880
					CCP	7.09%

Elaborado por: El autor

Se realiza un pronóstico de compras y venta para conocer los posibles ingresos que se tendrá y por ende la utilidad que se obtendrá con la creación de este espacio, en este caso se lo presenta desde un escenario pesimista con la finalidad de llevar todo a una realidad más acertada.

Tomando en cuenta todos los servicios que se brindaran junto con el valor individual de cada uno para llegar a un ingreso mensual de \$36.660 dólares aproximadamente, el pronóstico permite obtener los valores de dinero anual que se esperan recibir de acuerdo con los ingresos mensuales junto con la inflación.

Tabla 19. Pronóstico de venta

SERVICIO	NÚMERO DE PERSONAS	ESCENARIO PESIMISTA			
		VALOR SEMANAL	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
SERVICIO DE PISCINA	214	\$ 2.00	\$ 428.95	\$ 1,715.82	\$ 20,589.81
RESTAURANTE	541	\$ 10.00	\$ 5,413.00	\$ 21,651.98	\$ 259,823.81
ALOJAMIENTO	204	\$ 15.00	\$ 3,063.96	\$ 12,255.84	\$ 147,070.08
CLIENTES INTERNACIONALES	10	\$ 27.00	\$ 259.21	\$ 1,036.84	\$ 12,442.13
				TOTAL INGRESOS MENSUALES	\$ 36,660.49

Elaborado por: El autor

Tabla 20. Pronóstico de compras y ventas

PRONOSTICO DE COMPRAS Y VENTAS					
VENTAS MENSUALES PROMEDIO		INCREM. COSTOS Y GASTOS		INCREMENTO DE LAS VENTAS	
36,660.49		0.13%		0.18%	
AÑOS	VENTAS VALOR	COSTOS VALOR	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	GASTOS OPERACIONALES	UTILIDAD NETA OPERACIONAL
1	439,925.83	19,200.00	420,725.83	66,018.79	354,707.04
2	455,323.23	19,224.96	436,098.27	66,104.62	369,993.66
3	471,259.55	19,249.95	452,009.59	66,190.55	385,819.04
4	487,753.63	19,274.98	468,478.65	66,276.60	402,202.05
5	504,825.01	19,300.03	485,524.97	66,362.76	419,162.21
6	522,493.88	19,325.12	503,168.76	66,449.03	436,719.73
7	540,781.17	19,350.25	521,430.92	66,535.41	454,895.51
8	559,708.51	19,375.40	540,333.11	66,621.91	473,711.19
9	579,298.31	19,400.59	559,897.71	66,708.52	493,189.20
10	599,573.75	19,425.81	580,147.93	66,795.24	513,352.70
TOTAL	5,160,942.85	193,127.10	4,967,815.75	-4,774,688.64	4,303,752.32

Elaborado por: El autor

Por ultimo con todo los datos realizados se obtiene los diferentes indicadores que muestra la viabilidad de la creación del complejo turístico en la parroquia Lagarto desde el aspecto financiero, primero el resultado del VAN (Valor actual neto) es de \$1.286.307,33 un valor positivo lo cual indica que si podría haber ganancias y por ende es viable la creación, segundo el valor del PRC (Periodo de recuperación del capital) es de 5.27 que indica que el tiempo en el que se recuperara lo que se está invirtiendo es el adecuado porque es la mitad de los 10 años que se llevara a cabo la inversión, después el valor de TIR (Tasa de retorno de la inversión) es de 27.30% que indica que la tasa es mayor a lo que se espera así que el proyecto puede costear, por último el valor de RCB es de 4.89 lo que significa que la relación costo beneficio es alta y por cada dólar invertido se obtiene un beneficio dando como respuesta que es rentable el proyecto desde el aspecto financiero.

Tabla 21. Indicadores de evaluación de proyectos

INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS							
INVERSION INICIAL		\$ 434,303.78		TASA MENOR DEL PROYECTO		TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	
TASA PASIVA REFERENCIAL		4.28%		0.0709		0.1709	
TASA ACTIVA REFERENCIAL		11.30%					
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS				0.1	
VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MENOR				VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MAYOR			
AÑO 1	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO 7.09%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL	FLUJO PRESENTE NETO 17.09%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL
0	-\$ 434,303.78						
1	\$ 187,122.09	\$ 174,736.75	\$ 174,736.75	-\$ 259,567.03	\$ 159,813.21	\$ 159,813.21	-\$ 274,490.57
2	\$ 193,244.49	\$ 168,509.94	\$ 343,246.69	-\$ 91,057.09	\$ 140,955.61	\$ 300,768.82	-\$ 133,534.96
3	\$ 199,510.10	\$ 162,458.51	\$ 505,705.20	\$ 71,401.42	\$ 124,287.58	\$ 425,056.40	-\$ 9,247.38
4	\$ 205,785.20	\$ 156,477.14	\$ 662,182.34	\$ 227,878.56	\$ 109,487.51	\$ 534,543.91	\$ 100,240.13
5	\$ 267,728.31	\$ 190,103.57	\$ 852,285.90	\$ 417,982.13	\$ 121,655.67	\$ 656,199.58	\$ 221,895.80
6	\$ 277,465.19	\$ 183,977.06	\$ 1,036,262.96	\$ 601,959.18	\$ 107,679.79	\$ 763,879.36	\$ 329,575.59
7	\$ 287,546.67	\$ 178,042.09	\$ 1,214,305.05	\$ 780,001.27	\$ 95,306.30	\$ 859,185.67	\$ 424,881.89
8	\$ 297,984.88	\$ 172,293.05	\$ 1,386,598.10	\$ 952,294.32	\$ 84,351.95	\$ 943,537.61	\$ 509,233.84
9	\$ 308,792.40	\$ 166,724.46	\$ 1,553,322.56	\$ 1,119,018.79	\$ 74,654.35	\$ 1,018,191.96	\$ 583,888.19
10	\$ 331,798.39	\$ 167,288.54	\$ 1,720,611.11	\$ 1,286,307.33	\$ 68,509.44	\$ 1,086,701.40	\$ 652,397.62
TOTAL	\$ 2,122,673.94	\$ 1,720,611.11			\$ 1,086,701.40		
VAN				1,286,307.33			
PRC				5.27			
TIR				27.38%			
R.C.B.				4.89			
RENTABILIDAD SIMPLE				48.88%			

Elaborado por: El autor

CAPITULO 4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

Esta investigación tuvo como objetivo conocer la factibilidad de la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicios nacional e internacionalmente, en base a la metodología utilizada tanto cuantitativa como cualitativa se pudo obtener un resultado favorable para la creación de dicho complejo con todas las características necesarias con las que debe contar como lo son piscina, gastronomía, alojamiento, áreas verdes y deportivas, de esta manera se puede concluir afirmando que si es factible este proyecto de investigación.

Se demostró que es factible la creación del complejo turístico como se lo puede observar en todos los instrumentos aplicados para la recolección de datos de manera cualitativa y cuantitativa, aplicando los diferentes instrumentos como encuesta, entrevista y revisión de documento.

El estudio de mercado dio un resultado positivo y demuestra que, si es factible la creación del complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicio nacional e internacional, debido a que el 100% de los encuestados opinan que si les gustaría que existiera un complejo turístico con todas las características como lo son bar, piscina, comedor, alojamiento y áreas deportivas en la parroquia Lagarto.

En los aspectos técnicos se puedo observar de igual manera que si es factible la creación del complejo debido a que la zona en donde se espera esté ubicada si cuenta con las condiciones apropiadas para crearlo, además se pudo conocer la infraestructura adecuada para este tipo de construcción, el terreno, planos del complejo con todas las áreas que se encontraran, mano de obra y proceso de atención.

El estudio organizacional que se realizó de acuerdo con la revisión de documentos permitió realizar el logo, misión, visión, valores, permisos necesarios, metas de la visión, cadena de valor, análisis PEST, 5 fuerzas de Porter, factores internos y externos, perfil competitivo, FODA, mapa estratégico, cuadro de mando integral, KPI, procesos, Balanced score card y el organigrama estructural.

Del estudio de viabilidad financiera se pudo conocer que de acuerdo con los indicadores VAN con un resultado de \$1.286.307,33, TIR con un porcentaje de 27.30%, RCB con un valor de 4.89 y PRC con un valor de 5.27 años si es viable la creación de un complejo turístico en la parroquia debido a que todos los diferentes gastos presentados si pueden ser costeados al realizar el emprendimiento.

Esta propuesta de la creación de un complejo turístico en la parroquia Lagarto no solo influirá como fuente para generar ingresos y de plazas de trabajo, también aportará atraer turistas y hacer más conocida la zona.

4.2. Recomendaciones

Ejecutar el proyecto que está planteado debido a que se obtuvieron resultados favorables en donde se indica que si es factible.

El estudio financiero se lo puede realizar desde diferentes escenarios optimista, moderado y pesimista.

Presentar esta propuesta a las debidas instituciones financieras con el fin de poder obtener financiamiento para la creación del complejo turístico en la parroquia Lagarto.

Ampliar el estudio de mercado para obtener mayor información sobre las opiniones de las personas respecto al tema.

Impulsar el desarrollo del turismo en la parroquia Lagarto debido a que cuenta con las características técnicas y organizacionales necesarias para aportar al turismo, a la economía, a la sociedad y al medio ambiente.

REFERENCIAS

- ALADI. (2020). *El comercio internacional*. 166.
- Arevalo, L., & Fuentes, R. (2012). *Unidad académica de ciencias administrativas y comerciales diseño de proyecto previo a la obtención del título de ingeniero comercial, mención finanzas rural de Barcelona*.
- Bravo, D. A. (2019). *Informe de trabajo de titulación previa la obtención del título de médico veterinario*.
- Bravo, L. L., Alonso, A., & Pérez, M. (2018). *LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL?* 5(September), 188–194.
- Caraguay, R. K. P. (2016). *"Proyecto De Factibilidad Para La Producción Y*.
- Castaneda, M. M., Estrada, A., & Segovia, I. E. (2008). *“ Anteproyecto Arquitectónico Para El Complejo*.
- Corea Cortez, L. M., & Gomez Hernandez, S. J. (2014). *Subtema: Marketing De Servicio*. 1–71.
- Gadme, O. N., Concejo, E. L., Gobierno, D. E. L., Descentralizado, A., & Del, M. (1999). *Ordenanza n°013 gadme el concejo del gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón esmeraldas*.
- GADPR. (n.d.). *No Title*. <http://lagarto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-17/ct-menu-item-21>
- García, J. A. (2020). *Universidad técnica de Babahoyo*.
- Garduño, M., Guzmán, C., & Zizumbo, L. (2009). Turismo rural Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable*, unknown(17), 5–30. <https://doi.org/10.21854/eps.v0i17.916>
- Gómez, S. Y. S., & Gordon, R. R. L. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Simón Bolívar*.
- González, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 858, 103–118. http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3637993&orden=293061&info=link%5Cnhttp://www.revistasice.com/cache/pdf/ice_858_103-118__9f7a85dc90a777675e3e806341418974.pdf
- LexPro Ecuador. (n.d.). *Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) en Ecuador*.

- <https://www.unilegeg.com/como-crear-una-sas-en-ecuador.html>
- Loor, L., Plaza, N., & Medina, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 1–14. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i1.35312>
- Montaño, C., & Troya, A. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Quinindé provincia de Esmeraldas*. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10191>
- Morales, J. P. (2019). *La oferta de actividades turísticas y el desarrollo del turismo rural en la parroquia de Tufiño*.
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 0(1), 135-158–158.
- Parra, A., Cisneros, L., & Velasteguí, E. (2019). *El turismo rural y aportaciones al desarrollo de comunidades en territorios locales*. 3. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/912>
- Plua Parrales, N. V. (2020). *El turismo sostenible en Ecuador . Un análisis desde la jurisdicción ecuatoriana Sustainable tourism in Ecuador . An analysis from the Ecuadorian jurisdiction Turismo sustentável no Equador . Uma análise da jurisdição equatoriana*. 5(09), 1103–1117. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i9.1773>
- Ramos, C. (2020). *Los Alcances de una investigación*. 9(3), 1. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Riveras, M., & Rodríguez, L. (2012). Un turismo desigual en un mundo globalizado: Lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable. In *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*.
- Ruiz, S., & Perez, M. (2013). Universidad estatal de milagro. In *Universidad Estatal de Milagro* (Issue 10). file:///C:/Users/Asus/Downloads/ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE LA MERMELADA DE MUCILAGO DE CACAO (2).pdf
- Sacón, Y. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la parroquia de Borbón, cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas*. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/3573>

Toselli, C. (2019). *Turismo, patrimonio cultural e desarrollo local*. 17, 343–361.

Yucato, R. (2018). *Proyecto de examen complejo previo a la obtención del título de ingeniero en dirección y administración de empresas turísticas y hoteleras*. 1(1), 1–8.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org>

ANEXOS

Reporte de originalidad

COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA LAGARTO PARA OFRECER SERVICIOS NACIONAL E INTERNACIONALMENTE			
INFORME DE ORIGINALIDAD			
2%	2%	1%	1%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
FUENTES PRIMARIAS			
1	repositorio.unemi.edu.ec Fuente de Internet		1%
2	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet		1%
3	www.dpe.gob.ec Fuente de Internet		1%

INSTRUMENTOS VALIDADOS ESTUDIO DE MERCADO

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X	X	
7	X		X			X	X		X	X	
8	X		X			X	X		X	X	
9	X		X			X	X		X	X	
10	X		X			X	X		X	X	
11	X		X			X	X		X	X	
12	X		X			X	X		X	X	
13	X		X			X	X		X	X	
14	X		X			X	X		X	X	
15	X		X			X	X		X	X	
16	X		X			X	X		X	X	
17	X		X			X	X		X	X	
18	X		X			X	X		X	X	
19	X		X			X	X		X	X	
20											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						NO APLICABLE:					
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						X					
Validado por:		ELÍAS SALAZAR DONOSO									
C.I.:		080177227-8									
Firma:											

Fecha:		14-12-2021									
ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9	X		X			X	X		X		
10	X		X			X	X		X		
11	X		X			X	X		X		
12	X		X			X	X		X		
13	X		X			X	X		X		
14	X		X			X	X		X		
15	X		X			X	X		X		
16	X		X			X	X		X		
17	X		X			X	X		X		
18	X		X			X	X		X		
19	X		X			X	X		X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						X		NO APLICABLE:			
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:		JOSE LUIS VERGARA TORRES									
C.I.:		0801738709									
Firma:											
Fecha:		5/01/2022									

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	x		x			x	x		x			
2	x		x			x	x		x			
3	x		x			x	x		x			
4	x		x			x	x		x			
5	x		x			x	x		x			
6	x		x			x	x		x			
7	x		x			x	x		x			
8	x		x			x	x		x			
9	x		x			x	x		x			
10	x		x			x	x		x			
11	x		x			x	x		x			
12	x		x			x	x		x			
13	x		x			x	x		x			
14	x		x			x	x		x			
15		x	x			x	x		x		No se entiende con claridad la pregunta	
16			x			x	x		x			
17	x		x			x	x		x			
18	x		x			x	x		x			
19	x		x			x	x		x			
20	x		x			x	x		x			
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										X		¿Qué miembro de su entorno familiar influye en la decisión de visitar un destino turístico? ¿Cuánto dinero aproximadamente destina para la visita a un complejo turístico?

El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir		X		
VALIDEZ				
APLICABLE:			NO APLICABLE:	
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:			Si	
Validado por:	Isabel Chila Godoy			
C.I:	0803556513			
Firma:	Isabel Chila			
Fecha:	11/01/2022			

INSTRUMENTOS VALIDADOS ESTUDIO FINANCIERO

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9	X		X			X	X		X		
10	X		X			X	X		X		
11	X		X			X	X		X		
12	X		X			X	X		X		
13	X		X			X	X		X		
14	X		X			X	X		X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						X	NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:			JOSE LUIS VERGARA TORRES								
C.I:			0801738709								
Firma:											
Fecha:			5/01/2022								

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1		X		X		X	X			X	Esta pregunta es muy ambigua la viabilidad de un proyecto hace referencia a un sin número de indicadores.
2	X		X			X			X		
3		X		X		X	X			X	La respuesta de esta pregunta estaría implícita en la pregunta anterior
4		X		X		X	X			X	La fórmula de cálculo debería ser consultada y ubicada en el marco teórico no me parece pertinente como pregunta de una entrevista
5	X		X			X			X		
6	X		X			X			X		
7		X		X		X	X			X	La fórmula de cálculo debería ser consultada y ubicada en el marco teórico no me parece pertinente como pregunta de una entrevista
8	X		X			X			X		
9		X		X		X	X			X	La respuesta de esta pregunta estaría implícita en la pregunta anterior
10		X		X		X	X			X	La fórmula de cálculo debería ser consultada y ubicada en el marco teórico no me parece pertinente como pregunta de una entrevista
11	X		X			X			X		
12		X		X		X	X			X	La respuesta de esta pregunta estaría implícita en la pregunta anterior
13		X		X		X	X			X	La fórmula de cálculo debería ser consultada y ubicada en el marco teórico no me parece pertinente como pregunta de una entrevista

14	X		X			X			X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						NO APLICABLE:					
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						X					
Validado por:			ELÍAS SALAZAR DONOSO								
C.I:			080177227-8								
Firma:											
Fecha:			14-12-2022								

INSTRUMENTOS VALIDADOS ESTUDIO TECNICO

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9	X		X			X	X		X		
10	X		X			X	X		X		
11	X		X			X	X		X		
12	X		X			X	X		X		
13	X		X			X	X		X		
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						X		NO APLICABLE:			
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											

Validado por:	JOSE LUIS VERGARA TORRES
C.I:	0801738709
Firma:	
Fecha:	5/01/2022

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3		X		X		X		X		X	A mi criterio es muy ambigua la pregunta, no está claro lo que pretende medir	
4	X		X			X	X		X			
5		X		X		X		X		X	Es más, de carácter administrativo	
6	X		X			X	X		X			
7		X		X		X		X		X	A mi criterio es muy ambigua la pregunta, no está claro lo que pretende medir	
8	X		X			X	X		X			
9		X		X		X		X		X	A mi criterio es muy ambigua la pregunta, no está claro lo que pretende medir	
10	X		X			X	X		X			
11		X		X		X		X		X	No me parece pertinente la pregunta el salario para el sector de la construcción está normado por el Código del Trabajo	
12	X		X			X	X		X			
13	X		X			X	X		X			
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										X		

VALIDEZ

APLICABLE:		NO APLICABLE:	APLICABLE:
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:		X	
Validado por:	ELÍAS SALAZAR DONOSO		
C.I:	080177227-8		
Firma:			
Fecha:	14-12-2022		

ENCUESTA

Buenos días/tardes mi nombre es Sanyi Intriago estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, de la carrera de Negocios Internacionales y estoy realizando esta encuesta con el objetivo de conocer acerca de los instrumentos para el estudio de mercado necesario para el complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicios nacional e internacionalmente.

A continuación, se le realizara una serie de preguntas, gracias por su colaboración.

Marque con una x la respuesta conforme a su referencia resumir

Datos de identificación

1) Género:

- Masculino
- Femenino

2) Edad:

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61 en adelante

3) Nacionalidad

- Ecuatoriano(a)
- Venezolano(a)
- Colombiano(a)
- Cubano(a)
- Otro _____

4) Dirección

- Lagarto
- Montalvo
- Vainilla
- Rocafuerte
- Palestina
- Rioverde
- Otro _____

Demanda

5) ¿Conoce usted los atractivos turísticos de la provincia de Esmeraldas?

- Si
- No

6) ¿Cuán a menudo visita complejos turísticos?

- Diario
- Una vez a la semana
- Fines de semana

- Feriados
- De vez en cuando
- 7) ¿Cuál es el motivo principal por el cual usted visita un sitio turístico?**
- Placer y descanso
- Trabajo y negocio
- Visitas con familiares o amigos
- Académico
- Cultural
- 8) ¿Después de visitar un lugar turístico qué toma en cuenta usted para querer regresar?**
- El servicio brindado
- La infraestructura
- La gastronomía
- El precio
- 9) ¿Con que personas disfrutas más visitar lugares turísticos?**
- Familia
- Pareja
- Amigos
- Solo
- 10) ¿Qué servicio usted prefiere al visitar un complejo turístico?**
- Comida
- Alojamiento
- Estacionamiento
- Bar
- Piscina
- Espacio para hacer deporte
- 11) ¿Cuándo usted visita un complejo turístico que tan importantes es para su gusto la buena atención, instalaciones y servicio de calidad?**

Factores	Muy importante	Poco importante	Sin importancia
Buena atención			
Instalaciones			
Servicio de calidad			

- 12) ¿En promedio cuál es el valor diario que usted invertiría en los servicios de un complejo turístico?**
- \$25 - \$30
- \$31 - \$40
- \$41 - \$50
- \$51 - \$60
- \$61 o más
- 13) ¿Qué medio de pago usted prefiere?**
- Efectivo
- Transferencia
- Tarjeta de crédito/debito
- Giro bancario
- Letra de cambio
- Cheque
- 14) Le gustaría que existiera un complejo turísticos con estas característica alojamiento, comida, piscina, cancha de vóley y futbol, estacionamiento en el nuevo Lagarto**
- Si

No

15) En qué zona de la Parroquia Lagarto le gustaría que este ubicado el complejo turístico

Nuevo Lagarto

Centro de Lagarto

La cooperativa

16) ¿Cree usted que la creación de un Complejo Turístico aportará con el desarrollo sostenible de la Parroquia?

Totalmente De Acuerdo

De Acuerdo

En Desacuerdo

Totalmente en Desacuerdo

17) ¿Cree usted que ofertar turísticamente las riquezas naturales de la parroquia Lagarto llamara la atención de personas que deseen pasar un momento ameno?

Si

No

No opina

Oferta y competencia

18) Normalmente usted visita un complejo turístico en su tiempo libre

Si

No

19) ¿Cuál es el lugar que usted visita para ir a un complejo turístico?

Atacames

Esmeraldas

Tonsupa

San Lorenzo

Otro ¿Cuál? _____

20) ¿Qué servicio ofrece el complejo que usted visita?

Comida

Alojamiento

Piscina

Estacionamiento

Áreas deportivas

Bar

Otro ¿Cuál? _____

21) Conoce usted algún complejo turístico cerca de la parroquia lagarto

Si ¿Cuál? _____ (Si marca esta diríjase a la pregunta 18 y 19)

No (Fin de la encuesta)

22) ¿Con que frecuencia visita el complejo?

Diario

Una vez a la semana

Fines de semana

Feriados

De vez en cuando

23) ¿Cuánto usted ha pagado por este servicio?

- \$20-\$40
- \$40-\$60
- \$60-\$80
- \$80- en adelante

ENTREVISTA ESTUDIO FINANCIERO

Fecha: / /

Hora de inicio:

Hora fin:

Nombre del entrevistado:

Dirección:

Teléfono:

Nombre de entrevistador: Sanyi Intriago Valencia

Objetivo de la entrevista: Conocer acerca de los instrumentos de viabilidad financiera necesario para el complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicios nacional e internacionalmente.

Buenos días/tardes mi nombre es Sanyi Intriago estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, de la carrera de Negocios Internacionales.

A continuación, se le realizara una serie de preguntas, gracias por su colaboración.

VAN (Valor Actual Neto)

1. ¿Cómo se sabe que el proyecto es viable?

2. ¿Cómo se interpreta el VAN en un proyecto de inversión?

3. ¿Qué sucede si el VAN da un valor negativo?

TIR (Tasa de retorno de la inversión)

4. ¿Cómo se interpreta la TIR en un proyecto de inversión?

5. ¿Cómo optimizar la tasa de retorno de la inversión?

PRC (Periodo de recuperación del capital)

6. ¿Cómo se interpreta el PRC en un proyecto de inversión?

7. ¿Cuáles son los plazos adecuado de PRC para que un proyecto se considere factible?

RCB (Relación costo beneficio)

8. ¿Cómo se interpreta la RCB en un proyecto de inversión?

9. ¿Qué se necesita para obtener la relación costo-beneficio?

10. ¿Qué otros indicadores financieros se pueden considerar para determinar si un proyecto es viable?

ENTREVISTA ASPECTO TÉCNICO

Fecha: / /

Hora de inicio:

Hora fin:

Nombre del entrevistado:

Dirección:

Teléfono:

Nombre del entrevistador: Sanyi Intriago Valencia

Objetivo de la entrevista: Conocer acerca de los instrumentos de aspectos técnicos necesario para el complejo turístico en la parroquia Lagarto para ofertar sus servicios nacional e internacionalmente.

Buenos días/tardes mi nombre es Sanyi Intriago estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, de la carrera de Negocios Internacionales.

A continuación, se le realizara una serie de preguntas, gracias por su colaboración.

Tamaño óptimo de la infraestructura

1) ¿Qué tipo de infraestructura es la adecuada para un complejo turístico?

2) ¿Qué materiales se debe usar en la construcción del complejo turístico?

3) ¿Qué características se deben de tomar en cuenta para la construcción de un complejo turístico acorde a las necesidades de la parroquia Lagarto?

4) **¿Qué tipo de diseño arquitectónico es adecuado para este complejo turístico?**

5) **¿Cuál es el costo de la construcción de un complejo turístico acorde a las características de la parroquia Lagarto?**

Localización

6) **¿Considera usted que Lagarto tiene ventaja en la construcción de un complejo turístico al ser una parroquia rural?**

7) **¿En qué sector de la parroquia Lagarto sería adecuada la construcción de un complejo turístico?**

8) **¿Cree usted que Lagarto es la ubicación adecuada para este tipo de construcción?**

Mano de obra

9) ¿Cuánta mano de obra se necesita para la construcción de este complejo turístico?

10) ¿Cree usted que el cantón Rio verde cuenta con la mano de obra calificada para esta área?

11) ¿Cuál es el valor aproximado para la construcción del complejo turístico en la parroquia Lagarto conforme a las siguientes características piscina, estacionamiento, cancha de vóley y futbol, alojamiento en un terreno de 5 hectáreas?
