



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar

Licenciatura en Turismo

"Propuesta de Creación de un Centro de Facilitación
Turística en la cabecera cantonal de
Milagro - provincia del Guayas"

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título de

LICENCIATURA EN TURISMO

Presentada por:

María Fernanda Carranza Fajardo

Andrea Espinoza Sánchez

Erika Naranjo Miranda

Guayaquil - Ecuador

2008



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

“Propuesta de creación de un Centro de Facilitación Turística en la cabecera cantonal de Milagro - provincia del Guayas”.

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIATURA EN TURISMO

Presentada por:

María Fernanda Carranza Fajardo

Andrea Espinoza Sánchez

Erika Naranjo Miranda

Guayaquil – Ecuador

2008

AL 153000



DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada en especial a Dios, a Rochel a mis papás Telmo Naranjo y Zoila Miranda que por su lucha y empuje en la vida soy lo que soy y a mi hermana por brindarme su apoyo incondicional.

Erika Naranjo

Dedico la tesis a mi Dios Todo Poderoso que me ha guiado en el camino de la vida. A mi mamá quien ha sido mi apoyo incondicional en cada momento, sin olvidar a mis maestros quienes me han enseñado las herramientas necesarias para realizarme como una profesional.

Andrea Espinoza

Dedico la tesis principalmente a Dios por haberme dado la fortaleza y la ayuda para culminar mis estudios, a mis padres por su lucha continua y su amor incondicional y a mi esposo por su paciencia, amor y confianza y por último a mi abuelita que desde el cielo ilumina mis pasos.

Ma. Fernanda Carranza

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros profesores que supieron impartirnos sus conocimientos para poder culminar nuestra carrera universitaria. A nuestra Directora de tesis Cecilia Banderas por su guía y ayuda durante la elaboración de la misma. A nuestros compañeros por su apoyo y amistad incondicional.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



Ing. Héctor Ayón Jo
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Lcda. Cecilia Banderas.
DIRECTOR DE TESIS



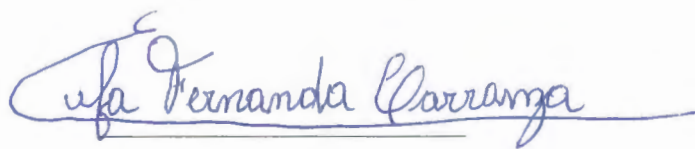
Ing. Vanessa León
MIEMBROS PRINCIPAL



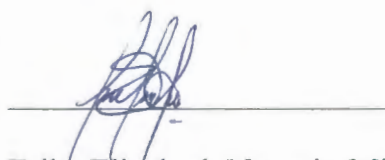
Msc. Dianna Pauta
MIEMBRO PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

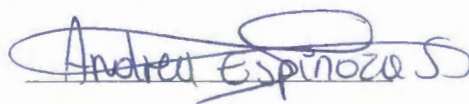
“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a sus autores, y el patrimonio intelectual de la tesis de grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.



María Fernanda Carranza Fajardo



Erika Elizabeth Naranjo Miranda



Andrea Vanessa Espinoza Sánchez

RESUMEN

El cantón Milagro se encuentra ubicado en la provincia del Guayas; teniendo una población total de 140,103 habitantes, tomando en cuenta la parte urbana y rural de la población. Sus pobladores se dedican a actividades económicas relacionadas con el comercio, la industria, agricultura y ganadería.

El cantón Milagro cuenta con diferentes atractivos turísticos entre ellos tenemos la Cataratas, el Ingenio Valdez, Ruta de los viveros, entre otros. Así mismo se debe mencionar la adecuada planta turística e infraestructura con la que cuenta el cantón.

Se plantea el proyecto para desarrollar el Centro de Facilitación Turística, el mismo que será construido y operado en el Parque Ecológico de Milagro (proyecto que llevará a cabo el Municipio del cantón de Milagro). De la misma forma el Centro de Facilitación Turística brindará diferentes servicios y actividades a los turistas que visiten el lugar.

El presente documento esta dividido en cinco capítulos, los mismos que se obtuvieron de la información sobre el cantón, la descripción del mismo y su estado actual; se reconoce la oferta y la demanda dominante del área. Además se plantea y se describe la propuesta del proyecto, sustentándola en criterios ambientales, sociales y económicos. De la misma manera se toma en cuenta la manera en como se va a promocionar la propuesta del proyecto, la cual se dará a conocer al Municipio y a los inversionistas, los mismos que llevaran a cabo la operación de la propuesta del proyecto.

El capítulo uno describe datos de la información general del cantón, tomando en cuenta las características principales del área de estudio, tales como ubicación geográfica, demografía, historia, etc. De esta forma se permitirá tener un criterio real del entorno en el que se asienta el área de estudio efectuada.

El capítulo dos contiene información de la oferta y demanda turística del cantón Milagro, dentro de la oferta se menciona la planta turística, infraestructura y atractivos turísticos que posee la ciudad, los mismos que son utilizados para el estudio correspondiente. En cuanto a la demanda se ha realizado un estudio por medio de encuestas, para medir el target del grupo al cual va ser dirigido el proyecto. Sin olvidar el FODA, tanto del destino como la propuesta del proyecto, así también el análisis del entorno competitivo, donde se determinan los competidores entrantes, productos sustitutos, poder de decisión de los turistas, poder de negociación de los proveedores y rivalidad en el sector.

El capítulo tres detalla como se va a realizar la propuesta del proyecto, es decir toda la parte estructural, arquitectónica y operacional. De la misma manera se debe tomar en cuenta el estudio ambiental para deducir los impactos negativos y positivos que se obtengan durante y después de la construcción del proyecto.

El capítulo cuatro detalla la comercialización de la propuesta, así también la manera en como se va hacer la publicidad y promoción, para vender los servicios que se van a ofrecer en el Centro de Facilitación Turística.

El capítulo cinco demuestra el respectivo análisis financiero con el debido crédito bancario (tomando en cuenta el ejemplo de la tasa referencial dada por el Banco Nacional del Fomento para esta clase de proyectos) y así también el aporte de los inversionistas. Se toma en cuenta la inversión del proyecto, los costos, el correspondiente capital de trabajo o requerido para el funcionamiento y durante el período de cinco años, de esta manera se logra establecer el flujo de caja que permite ver la rentabilidad del proyecto y el tiempo de recuperación de la inversión, para finalmente presentar el balance de pérdidas y ganancia. En el segmento final del documento, se establecen las conclusiones y recomendaciones que se plantean en caso

de efectuarse la propuesta del proyecto de un Centro de Facilitación Turístico en la parroquia Milagro del cantón Milagro.

ÍNDICE GENERAL

Pág.

Resumen.....	I
Índice general.....	IV
Índice de fotos	VII
Índice de figuras	IX
Índice de tablas.....	X
Índice de cuadros.....	XV
Índice de anexos.....	XVI
Introducción.....	XVII

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Aspectos geográficos.....	1
1.1.1 Situación geográfica del cantón Milagro.....	3
1.1.2 Extensión y límites.....	4
1.1.3 División territorial política.....	5
1.1.4 Descripción geomorfológica.....	5
1.1.5 Altura y clima.....	5
1.1.6 Hidrografía.....	6
1.1.7 Vías de comunicación.....	6
1.1.8 Distancias.....	6
1.2 Aspectos históricos.....	7
1.2.1 Origen del nombre.....	8
1.3 Aspectos demográficos.....	10
1.3.1 Descripción poblacional.....	10
1.3.2 Descripción ocupacional.....	10
1.3.3 Descripción educacional.....	11
1.3.4 Descripción de viviendas.....	12
1.4 Aspectos culturales.....	12
1.5 Aspectos socioeconómicos.....	13

CAPÍTULO II

2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

2.1 Análisis de la oferta turística.....	14
2.1.1 Análisis de atractivos turísticos.....	15
2.1.1.1 Detalle de los atractivos turísticos de Milagro.....	20
2.1.2 Análisis de la infraestructura.....	32
2.1.2.1 Infraestructura física.....	33
2.1.2.2 Infraestructura comercial.....	38
2.1.2.3 Infraestructura de recursos humanos.....	39

2.1.3	Análisis de la planta turística.....	39
2.1.3.1	Centros de recreación.....	44
2.1.3.2	Bares.....	46
2.1.3.3	Discotecas.....	46
2.1.3.4	Salas de baile.....	47
2.1.3.5	Salas de juegos.....	47
2.1.3.6	Instalaciones deportivas.....	48
2.1.3.7	Agencias de viajes.....	48
2.1.3.8	Transporte.....	48
2.1.3.9	Servicios bancarios.....	49
2.1.4.0	Otros servicios.....	49
2.2	Análisis de la demanda turística.....	49
2.2.1	Perfil del consumidor.....	50
2.2.2	Encuesta piloto.....	51
2.2.3	Determinación de la muestra.....	52
2.2.4	Interpretación de resultados.....	55
2.2.5	Demanda que captará el proyecto.....	64
2.3	Análisis FODA del destino.....	65
2.4	Análisis estratégico del producto propuesto.....	68
2.4.1	Análisis del entorno competitivo	69
2.4.1.1	Competidores entrantes.....	69
2.4.1.2	Producto sustituto.....	72
2.4.1.3	Poder de decisión de los turistas.....	73
2.4.1.4	Poder de negociación con proveedores.....	74
2.4.1.5	Rivalidad en el sector.....	75
2.4.2	FODA.....	75

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1	Tamaño y localización.....	78
3.1.1	Descripción del Parque Ecológico Milagro.....	79
3.2	Determinación de actividades y servicios a desarrollar.....	81
3.2.1	Área de alimentación.....	82
3.2.2	Área de descanso.....	82
3.2.3	Área de información y servicio.....	82
3.2.4	Baños públicos.....	84
3.2.5	Área de administración.....	84
3.3	Características de las instalaciones turísticas.....	86
3.4	Descripción del equipamiento a requerir.....	88
3.4.1	Capacidad de carga turística del proyecto.....	92
3.5	Evaluación de impactos ambientales.....	93
3.5.1	Matriz Causa- Efecto.....	94
3.5.2	Matriz de Leopold.....	97

CAPÍTULO IV

4. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

4.1	Estructura organizacional.....	101
-----	--------------------------------	-----

4.1.1 Organigrama del Centro de Facilitación.....	103
4.1.1.1 Funciones del administrador.....	103
4.1.1.2 Funciones del encargado de sistemas.....	104
4.1.1.3 Funciones del encargado de limpieza.....	104
4.1.1.4 Funciones del encargado de ventas.....	105
4.1.1.5 Funciones del personal de cocina.....	105
4.2 Estrategias de comercialización.....	106
4.2.1 Visión.....	110
4.2.2 Posicionamiento.....	110
4.2.3 Marca y logotipo.....	110
4.3 Plan de promoción.....	114
4.3.1 Segmentación del mercado.....	114
4.3.1.1 Producto.....	114
4.3.1.2 Plaza o Distribución.....	116
4.3.1.3 Precio.....	117
4.3.1.4 Promoción.....	118

CAPÍTULO V

5. ASPECTOS FINANCIEROS

5.1 Costos.....	120
5.1.1 Costos directos o de operación.....	120
5.1.2 Costos indirectos.....	122
5.2 Inversión Inicial.....	124
5.2.1 Inversión fija.....	125
5.2.2 Inversión diferida.....	126
5.2.3 Capital de operación.....	127
5.3 Plan de financiamiento.....	128
5.3.1 Presupuesto de ingresos y gastos	130
5.3.1.1 Ingresos.....	130
5.3.1.2 Gastos.....	130
5.4 Proyección de estados de pérdidas y ganancias.....	132
5.4.1 Estado de pérdidas y ganancias proyectadas para 5 años.....	135
5.4.2 Flujo de caja.....	135
5.4.3 Valor actual neto.....	135
5.4.4 Tasa interna de retorno.....	139
5.4.5 Punto de equilibrio.....	140
5.4.6 Periodo de recuperación de la inversión.....	141

6. CONCLUSIONES.....	142
-----------------------------	------------

7. RECOMENDACIONES.....	143
--------------------------------	------------

8. ANEXOS.....	145
-----------------------	------------

9. BIBLIOGRAFÍA.....	165
-----------------------------	------------

ÍNDICE DE FOTOS

Fotos	Pág.
CAPÍTULO II	
Foto 2.1	
Tren Balwin.....	21
Foto 2.2	
Cultivo de Caña.....	21
Foto 2.3	
Ingenio Valdéz.....	21
Foto 2.4	
Industria Codana.....	22
Foto 2.5	
Vivero la Hiedra.....	24
Foto 2.6	
Vivero Jardín Álvarez.....	24
Foto 2.7	
Las Cataratas.....	25
Foto 2.8	
Las Cataratas.....	25
Foto 2.9	
Monumento a la Piña.....	25

Foto 2.10	
Puente 17 de Septiembre.....	26
Foto 2.11	
Museo Julio Viteri.....	27
Foto 2.12	
Iglesia Central de Milagro.....	27
Foto 2.13	
Parque Central Rafael Valdez.....	28
Foto 2.14	
Glorieta del Parque Central.....	28
Foto 2.15	
Club Virgen de Fátima.....	29
Foto 2.16	
Escuela Municipal de Arte.....	30
Foto 2.17	
Rio Milagro.....	32
Foto 2.18	
Trabajo de Red Vial.....	35
Foto 2.19	
Trabajo de alcantarillado.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras	Pág.
CAPÍTULO I	
1.1 Mapa de la provincia del Guayas.....	3
1.2 Mapa del Cantón Milagro.....	4
CAPÍTULO II	
2.1 Componentes de la oferta turística.....	15
2.2 Esquematación de productos turísticos.....	16
2.3 Principales áreas de servicios turísticos.....	40
2.4 Fuerzas competitivas del centro de facilitación turística Milagro....	68
CAPÍTULO IV	
4.1 El marketing en el proceso de desarrollo turístico.....	106
4.2 Logotipo del centro de facilitación turística Milagro.....	111
4.3 Señaletica con uso de la marca Descubre Milagro.....	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas Pág.

CAPÍTULO I

Tabla 1.1

Población cantonal Guayas-Milagro.....10

Tabla 1.2

Población distribuida por sexo y grupos ocupacionales.....11

Tabla 1.3

Tipo de actividad a la que se dedican.....13

CAPÍTULO II

Tabla 2.1

Patrimonio arqueológico.....17

Tabla 2.2

Patrimonio rural.....17

Tabla 2.3

Patrimonio urbano.....18

Tabla 2.4

Patrimonio cultural.....19

Tabla 2.5

Patrimonio natural.....19

Tabla 2.6	
Infraestructura de apoyo al sector turístico.....	33
Tabla 2.7	
Servicios de alojamiento.....	41
Tabla 2.8	
Servicios de alimentación.....	43
Tabla 2.9	
Resultado de la encuesta piloto.....	52
Tabla 2.10	
Análisis FODA del destino.....	67
Tabla 2.11	
Análisis FODA.....	76

CAPÍTULO III

Tabla 3.1	
Descripción del Parque Ecológico Milagro.....	79
Tabla 3.2	
Áreas del Centro de Facilitación Turística Milagro.....	81
Tabla 3.3	
Servicios y actividades del Centro de Facilitación Turística.....	85
Tabla 3.4	
Dimensiones de las áreas del Centro de Facilitación Turística.....	87
Tabla 3.5	
Área de alimentación.....	88

Tabla 3.6	
Área de descanso.....	89
Tabla 3.7	
Counter de información.....	89
Tabla 3.8	
Alquiler de internet y telefonía.....	90
Tabla 3.9	
Venta de artesanías.....	90
Tabla 3.10	
Baños públicos.....	90
Tabla 3.11	
Área de administración.....	91
Tabla 3.12	
Cuarto de enseres de limpieza.....	91
Tabla 3.13	
Capacidad de Carga Turística del Centro de Facilitación Turística Milagro.....	92

CAPÍTULO IV

Tabla 4.1	
Nómina de empleados.....	102
Tabla 4.2	
Funciones del Administrador.....	103

Tabla 4.3

Funciones del encargado de Sistemas.....104

Tabla 4.4

Funciones del encargado de Limpieza.....104

Tabla 4.5

Funciones del encargado de Ventas.....105

Tabla 4.6

Funciones del encargado de Cocina.....105

Tabla 4.7

Matriz Objetivos y Estrategias del Centro de Facilitación

Turística del Cantón Milagro.....108

CAPITULO V

Tabla 5.1

Mano de obra directa.....122

Tabla 5.2

Depreciación de activos fijos.....123

Tabla 5.3

Amortización de activos intangibles.....124

Tabla 5.4

Inversión fija.....126

Tabla 5.5

Inversión diferida.....126

Tabla 5.6

Capital de operación.....127

Tabla 5.7

Inversión inicial total.....128

Tabla 5.8

Financiamiento de la inversión.....129

Tabla 5.9

Proyección de ventas.....131

Tabla 5.10

Ingresos totales del proyecto.....132

Tabla 5.11

Gastos anuales en publicidad.....132

Tabla 5.12

Gastos de Administración.....133

Tabla 5.13

Financiamiento del préstamo.....134

Tabla 5.14

Flujo de fondos netos.....137

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Pág.
CAPÍTULO II	
2.1 Edad.....	56
2.2 División por género.....	56
2.3 Rango de salario.....	57
2.4 Residente o turista.....	58
2.5 Ciudad de procedencia.....	58
2.6 Motivo de visita a Milagro.....	59
2.7 En compañía de quien viaja.....	59
2.8 Servicios turísticos.....	60
2.9 Información y servicios.....	61
2.10 Centro de facilitación turística.....	61
2.11 Permanencia en Milagro.....	62
2.12 Lugar de hospedaje.....	63
2.13 Medio de transporte.....	63
2.14 Presupuesto de viaje.....	64

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS	Pág.
1.- Nivel de instrucción.....	145
2.- Tipos de vivienda.....	146
3.- Modelo de la encuesta.....	147
4.- Cantidad de turistas nacionales y extranjeros.....	150
5.- Proyecto Parque Ecológico Milagro.....	151
6.- Localización del Centro de Facilitación Turística.....	152
7.- Estructura de armazón metálico.....	153
8.- Técnica acabado tipo madera.....	154
9.- Instalaciones del Centro de Facilitación Turística.....	155
10.- Matriz Causa – Efecto.....	156
11.- Matriz de Leopold.....	157
12.- Suministros de Operación.....	158
13.- Remuneración de empleados.....	159
14.- Inversión Inicial de la obra civil.....	160
15.- Estado de Pérdidas y Ganancias.....	161
16.- Flujo de Caja.....	162
17.- Cálculo del VAN y TIR.....	163
18.- Cálculo del Punto de equilibrio.....	164

INTRODUCCIÓN

El cantón Milagro es la segunda ciudad en importancia dentro de la provincia del Guayas, cuenta con una topografía plana. Posee un clima húmedo que favorece a los distintos cultivos tales como: el arroz, cacao, maíz, piña, caña de azúcar, etc. De la misma manera se puede encontrar diversidad de flora ubicada en la Ruta de los viveros, cabe mencionar que Milagro se encuentra a pocos kilómetros de lugares importantes como Guayaquil, Naranjal y Naranjito en la vía que une Guayaquil-Milagro con una red vial estable.

Puesto que el Municipio desea implementar un Parque Ecológico en la parroquia Milagro, el mismo que se convertirá en el principal recurso natural del cantón por contar con diferentes atracciones como: entretenimiento, senderos, paseos en botes, zoológico y demás, es por eso que se ha decidido proponer la creación de un Centro de Facilitación Turística que estará ubicado del Parque del Ecológico, donde la función principal será ofrecer información, actividades y servicios turísticos a los visitantes. De ésta manera fomentar a nuevas plazas de empleo y la comunidad receptora podrá mejorar su calidad de vida.

Para determinar la aceptación del proyecto se realizó una prueba piloto la cual la pregunta cajón fue ¿Si está interesado en que se construya en la ciudad de Milagro un centro de facilitación turística? donde se obtuvo 28 de 30 respuestas favorables para la realización del proyecto, lo que se procedió a formular las encuestas para determinar el perfil, las preferencias de los turistas y los servicios y actividades que se pueden ofrecer.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

La provincia del Guayas es una de las provincias más grandes del Ecuador, ubicada en las llanuras del litoral ecuatoriano, con una extensión de 20.902 Km², cuenta con una población de 3'421.051 habitantes y es una de las provincias más densamente pobladas del país; la capital de esta provincia es Guayaquil, ciudad a la que se le considera la capital económica del Ecuador.

La provincia del Guayas está dividida en 25 cantones que son Balao, Balzar, General Antonio Elizalde (Bucay), Colimes, Daule, Velazco Ibarra (El Empalme), Durán, El Triunfo, Guayaquil, Isidro Ayora, Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan), Lomas de

Sargentillo, Marcelino Maridueña, Milagro, Naranjal, Naranjito, Nobol, Palestina, Pedro Carbo, General Villamil (Playas), Samborondón, Santa Lucía, Simón Bolívar, Salitre y Yaguachi.

La provincia del Guayas cuenta con un clima cálido tropical que es el predominante y tropical húmedo. La temperatura promedio oscila entre 25 grados centígrados.

La provincia del Guayas posee varios recursos naturales como reservas de gas natural, grandes y extensas plantaciones, criaderos de ganado de toda índole, criaderos de camarones y peces; así como también bosques, montañas, cordilleras, playas, islas y reservas ecológicas. Se destaca asimismo por sus ríos, en especial el que lleva el mismo nombre, Guayas y sus afluentes que son el Daule y el Babahoyo.

El Daule tiene como afluentes a los ríos Peripa, Puca, Macul, Colimes, Pedro Carbo y Congo y el río Babahoyo recibe las aguas de los ríos Yaguachi, Vinces, Baba, Tintos y Jujan, además los afluentes del Guayas son: Taura y Naranjal.

Figura 1.2
Mapa del cantón Milagro



Fuente: <http://www.gobernacionguayas.com.ec/contenido/ppmilagro.htm>

Milagro está localizado a 79 grados, 36 minutos de longitud oeste es decir al occidente del meridiano de Greenwich y a 2 grados, 9 minutos latitud sur es decir debajo de la línea equinoccial.

1.1.2 EXTENSIÓN Y LÍMITES

Tiene una extensión aproximada de 403.60 kilómetros cuadrados, limitando:

Al norte con los cantones Yaguachi y Simón Bolívar,

Al sur con los cantones Yaguachi y Naranjito,

Al este con los cantones Simón Bolívar y Naranjito y,

Al oeste con el cantón Yaguachi.

1.1.3 DIVISIÓN TERRITORIAL Y POLÍTICA

Está constituido por 5 parroquias rurales, siendo Milagro la más extensa, Mariscal Sucre y Roberto Astudillo, al este; Chobo y 5 de Junio al Sur, (esta última aún no legalizada).

1.1.4 DESCRIPCIÓN GEOMORFOLÓGICA

El cantón Milagro está sobre la unidad morfológica conocida como “depresión del Guayas” su topografía es extremadamente plana, con pendientes muy pequeñas ninguna superior al 5%, los únicos accidentes topográficos lo componen los ríos que se desplazan en el cantón.

1.1.5 ALTURA Y CLIMA

El cantón Milagro se encuentra a 13 metros sobre el nivel del mar. Su clima es húmedo con una temperatura máxima de 36° C y mínima de 17° C.

1.1.6 HIGROGRAFÍA

Su principal río es el río Milagro recorre casi todo el cantón incluyendo la ciudad de Milagro el cual permite que se rieguen extensos cultivos de piña, caña de azúcar, banano, café, papaya y melón; el río Chimbo recorre de este a oeste, el río Chague o Amarillo nace en Bucay y los esteros Carrizal, Chirijos y de la Gorra recorren el sector oeste del cantón.

1.1.7 VÍAS DE COMUNICACIÓN

Este cantón se encuentra comunicado con los cantones: Jujan (vía Durán-Santo Domingo), Naranjito (vía Milagro-Naranjito), Marcelino Maridueña (vía Naranjito-Marcelino Maridueña), Yaguachi (vía Durán-Santo Domingo), Durán y Guayaquil (vía Guayaquil-Milagro) por una red vial estable y en buen estado que ha sido asfaltada y rehabilitada por el Honorable Consejo Provincial del Guayas.

1.1.8 DISTANCIAS

A continuación se detallan las principales distancias desde Milagro hacia:

LUGAR	DISTANCIA
Guayaquil	46 Km
Quito	372 Km
Yaguachi	12 Km
Salinas	217 Km
Babahoyo	35 Km

Para llegar al cantón Milagro se lo puede hacer desde el Terminal Terrestre de Guayaquil tomando las cooperativas Ejecutivo Milagro, Expreso Milagro, Rutas Milagreras, Mariscal Sucre y Milagro Ejecutivo CTM.

1.2 ASPECTOS HISTÓRICOS

Por investigaciones realizadas por Emilio Estrada y el arqueólogo Julio Viteri Gamboa, Milagro fue habitada desde hace miles de años por la cultura Cayapa – Colorado, la misma que se dedicaba a la agricultura y pesca¹.

En la zona de Milagro, esta cultura estaba integrada por los Chirijos, los Chobos, los Chilintomos, los Yaguachis y los Boliches.

¹ Milagro 2000, Libro de vida de la Ciudad más dulce del Ecuador, Keythel López Morán.

También en esta zona habitaron la cultura Milagro – Quevedo, perteneciente al periodo de Integración (500 – 1599 DC) se desarrollo al final de dicho periodo; lo más destacado de esta cultura son las tolas, en esta cultura se emplea las hachas monedas para el comercio; se evidencia armas ofensivas como las hachas de cobre y piedra, lanzas, hondas, espadas de madera y macanas, se especializaron en el control de inundaciones utilizaban una especie de barca para la transferencia del comercio. Habitaban en casas de madera y paja y se cubrían con pieles de animales o palma de coco.

En esta cultura la mujer tuvo mucha importancia ya que era la que se encargaba de la alimentación por lo que se originó el matriarcado.

En la metalúrgica las ofrendas funerarias eran muy ricas elaboradas en metales preciosos como el oro y el platino tales como coronas, aretes, anillos y prendedores. En las tumbas de la gente de la primera clase social contenían vajillas de oro y plata con incrustaciones de piedras preciosa.

1.2.1 ORIGEN DEL NOMBRE

Según la leyenda su nombre se debe a que un ex oidor de la Real Audiencia de Quito llamado Don Miguel de Salcedo y su esposa María se radicaron en un lugar denominado Chirijo pero a los pocos días su esposa cayo gravemente enferma con paludismo por lo que le pidió un milagro a San Francisco de Asís. El milagro se dio

ya que un indio herbolario le preparó una infusión de hierbas el cual al cabo de diez días de tratamiento doña María de Salcedo se repuso.

En gratitud a San Francisco de Asís solicitó al Gobernador de Guayaquil, el 15 de Diciembre de 1786, que se fundara una villa con el nombre de San Francisco del Milagro quedando así con este nombre en la historia y geografía del país.

El 8 de Noviembre de 1.820 pasó a ser recinto de la entonces parroquia Yaguachi la población logró un gran desarrollo y crecimiento por lo que el 24 de octubre de 1.841, sus habitantes reunidos en Asamblea Popular solicitaron al Municipio de Guayaquil su parroquialización, siendo en ese entonces el general Juan José Flores Presidente de la República quien firmó el decreto el 15 de Octubre de 1842 ascendiéndolo como parroquia. El 17 de Abril de 1884 el cantón Yaguachi lo designo parroquia rural del mismo.

Se logró la aprobación para que la parroquia Milagro sea elevada a cantón de la provincia del Guayas en la presidencia del General Leonidas Plaza el 17 de Septiembre de 1913. El 20 de diciembre de 1913, en la Sociedad de Protección Mutua se llevó a cabo la primera sesión de instalación del Primer Concejo Cantonal, siendo designado Ernesto Seminario Hans, Primer Presidente del Ayuntamiento².

1.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

1.3.1 DESCRIPCIÓN POBLACIONAL

El cantón Milagro cuenta con 140.103 habitantes distribuidos en 70.265 hombres divididos en urbana 56.269 y rural 13.996 y las mujeres 69.838 divididas en urbanas 57.171 y rural 12.667.

Tabla 1.1
Población Cantonal Guayas-Milagro
Censo 2001

ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Total	140.103	70.265	69.838
Urbana	113.440	56.269	57.171
Rural	26.663	13.996	12.667

Fuente: INEC 2000, VI Censo de Población y Censo de Vivienda

1.3.2 DESCRIPCIÓN OCUPACIONAL

De un total de 49.721 habitantes se ha podido determinar que mayoritariamente los hombres se desempeñan en puestos no calificados, seguido por operarios de maquinaria y una minoría en cargos públicos (servicios). En el caso de las mujeres se

² Página Web sobre origen del nombre y periódico la Verdad

puede observar que se desempeñan en cargos públicos, seguido de trabajos no calificados y una minoría en trabajos técnicos.

Tabla 1.2
Población distribuida por sexo y grupos ocupacionales
Censo 2001

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	49.721	37.793	11.928
MIEMBROS, PROFESIONALES TÉCNICOS	4.672	2.422	2.250
EMPLEADOS DE OFICINA	2.182	1.145	1.037
TRAB. DE LOS SERVICIOS	8.175	4.915	3.260
AGRICULTORES	4.676	4.362	314
OPERARIOS Y OPERADORES DE MAQUINARIAS	11.408	10.426	982
TRAB. NO CALIFICADOS	13.595	10.776	2.819
OTROS	5.013	3.747	1.266

Fuente: INEC 2000, VI Censo de Población y Censo de Vivienda

1.3.3 DESCRIPCIÓN EDUCACIONAL

De la población total del cantón Milagro 126.585 habitantes tienen niveles de instrucción en los que se desglosan principalmente 60.825 con estudios primarios, 34.359 con estudios secundarios y con una cantidad baja de 11.848 de nivel con estudios universitarios. (Ver Anexo 1)

1.3.4 DESCRIPCIÓN DE VIVIENDAS

Tomando como referencia sólo al cantón Milagro, se puede apreciar que el tipo de construcción más aceptable por parte de los habitantes es de tipo de casa o villa con un total de 24.634 viviendas de este tipo, seguido por cuartos alquilados con un total de 2.477, con una menor diferencia en departamentos de 2.147 y ya en menor proporción otro tipo de viviendas como mediagua y covachas (Ver Anexo 2).

1.4 ASPECTOS CULTURALES

El cantón Milagro tiene como fecha principal el día 17 de Septiembre de 1.913 donde se celebra su cantonización, la cual se realizan diferentes actividades en el parque Central como:

- Comparsas.
- Juegos tradicionales.
- Ferias.
- Desfiles.
- Degustación de variedad de platos tradicionales de la zona.

Otra fecha significativa es el 15 de Diciembre donde los milagrosos se reúnen para celebrar el Aniversario del Cantón y realizan una Feria llamada “Piña de mi Campiña”, en donde se venden diversos platos y dulces típicos de la zona.

El 4 de Octubre, otra fecha recordada por los milagreños realizan caminatas a lo largo de las avenidas principales para luego reunirse muy devotos a la iglesia Central a darle su agradecimiento y tributo a su santo “San Francisco de Asis”. Concluida la misa, el padre de la iglesia realiza como tradición la bendición de mascotas.

1.5 ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS

El cantón Milagro ha ido creciendo en su economía ya sea por la agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura así como se muestra en la tabla con un total de 12.548 habitantes, seguido por el comercio donde se puede mencionar el ingenio azucarero y CODANA S.A que generan una gran producción dentro y fuera del cantón. Así también en su minoría se encuentra un total de 5.081 habitantes, los mismo que laboran en empresas industriales.

Tabla 1.3
Tipo de actividad a la que se dedican

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	49.721	37.793	11.928
AGRICULTURA, GANADERÍA CAZA, PESCA, SILVICULTURA	12.548	11.725	823
MANUFACTURA	5.081	4.251	830
CONSTRUCCIÓN	3.063	3.023	40
COMERCIO	9.948	7.043	2.905
ENSEÑANZA	2.406	792	1.614
OTRAS ACTIVIDADES	16.675	10.959	5.716

Fuente: INEC 2000, VI Censo de Población y Censo de Vivienda

CAPÍTULO II

2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

2.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

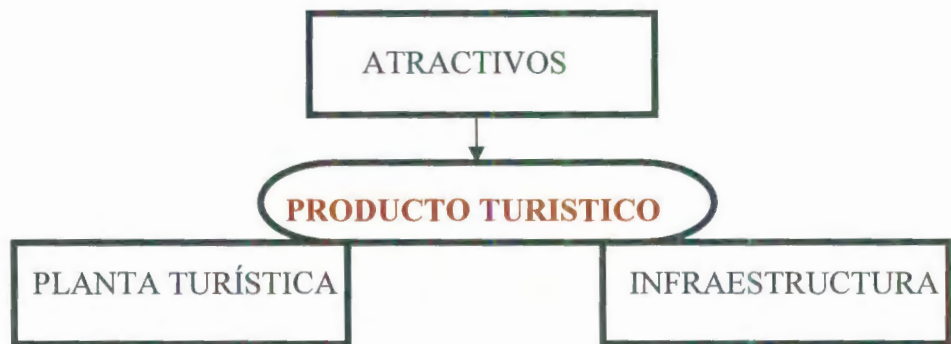
Oferta turística

Está integrada por los bienes y servicios turísticos colocados en el mercado, no se pueden almacenar y requieren inversión y mantenimiento. Así también se entiende por oferta al conjunto de productos y servicios turísticos que tiene un núcleo turístico basado en sus recursos e infraestructuras. Esta expresión no solo refleja los servicios

de naturaleza turística dispuestos para la venta, sino que también abarca el conjunto de actividades vinculadas a la prestación de estos servicios.³

Para realizar la oferta turística del cantón Milagro, se ha efectuado un análisis de los atractivos turísticos, la infraestructura y la planta turística, que se encuentran funcionando en el cantón.

Figura 2.1
Componentes de la oferta turística



Fuente y elaboración: Las Autoras

2.1.1 ANÁLISIS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Se entiende como atractivos turísticos al conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.³

³ Diccionario turístico/ Editorial Alertes

Figura 2.2
Esquematización de Productos Turísticos



Fuente y elaboración: Las Autoras

Metodología del Inventario

La metodología utilizada para el análisis de los atractivos turísticos es un diseño de investigación cualitativo, debido a que se ha realizado un estudio de cada uno de los atractivos turísticos que existen en Milagro. De la misma manera se ha determinado la valoración e importancia, así como también se han establecido diferentes tablas donde se detallan los atractivos con las actividades susceptibles a realizar en cada uno de ellos.

Patrimonio Arqueológico

Sitios de asentamientos aborígenes, en donde existen vestigios como arte, pinturas rupestres, pirámides y construcciones antiguas.

Tabla 2.1
Patrimonio Arqueológico

RECURSOS	ACTIVIDADES SUSCEPTIBLES
Hacienda Jerusalén	Recorrer la hacienda Jerusalén para conocer las múltiples tolas de la cultura Milagro-Quevedo

Fuente y elaboración: Las Autoras

Patrimonio Rural

Regiones donde se conservar tradiciones y costumbres de culturas pasadas, o en donde se desarrollan actividades y productos primarios bajo métodos tradicionales como cultivos, ganadería, gastronomía, pesca, etc.

Tabla 2.2
Patrimonio Rural

RECURSOS	ACTIVIDADES SUSCEPTIBLES
Industria azucarera Ingenio Váldez	Visita a las plantaciones de caña de azúcar. Observación y explicación del proceso de la caña de azúcar. Observación y explicación de las primeras máquina Balwin, la que se utilizaba para el transporte de la caña de azúcar.
Industria de alcohol CODANA S.A.	Visita a la planta industrial, para observar el proceso de la producción de alcohol etílico.
Ruta de los Vivéros	Visita a los vivéros ubicados en la ruta Milagro-Naranjito. Los turistas podrán tener la opción de comprar diferentes tipos de plantas que existen en el lugar.

Fuente y elaboración: Las Autoras

Patrimonio Urbano

Sitios con oferta de parques de diversión, centros nocturnos, museos, restaurantes, sitios y construcciones históricos, vestigios arquitectónicos y plazas.

Tabla 2.3
Patrimonio Urbano

Cataratas	ACTIVIDADES SUSCEPTIBLES
Balneario Las Cataratas	Es un tipo de balneario, donde las personas pueden disfrutar un momento de relajación. Degustar de los diferentes platos típicos que ofrece la localidad.
Monumento a la Piña	Visita al Monumento la Piña. Explicación de la historia, acerca del homenaje a la piña.
Puente 17 de Septiembre	Paseo por el puente 17 de septiembre. Explicación de su estilo arquitectónico.
Museo Julio Viteri	Visita al museo para conocer las culturas Milagro-Quevedo, etc.
Iglesia Central	Visita a la Iglesia Central y explicación de la historia de la misma
Parque Central Rafael Váldez	Recorrido por el parque, explicar la historia de su construcción. Explicación de su estilo arquitectónico.
Club Motociclista Virgen del Carmen	Concursos de Motocross. Actividades deportivas para turistas amantes de los deportes extremos

Fuente y elaboración: Las Autoras

Patrimonio Cultural

Sitios en donde prevalecen etnias y costumbres típicas del país o región generalmente dedicadas a la elaboración de artesanías y conservación de la tradición.

Tabla 2.4
Patrimonio Cultural

RECURSOS	ACTIVIDADES SUSCEPTIBLES
La Escuela Municipal de Arte	El turista podrá apreciar diferentes disciplinas tales como: arte plásticas, modelaje, danza y arte dramático.
Fiestas de Cantonización de Milagro	Se realizara un cronograma de actividades para la celebración de las fiesta del 17 de septiembre.
Fiesta Patronal de la Virgen del Carmen	Se realizará un cronograma de actividades religiosas en honor a la Virgen de Camen

Fuente y elaboración: Las Autoras

Patrimonio Natural

Recursos naturales que no han sido modificados por la expansión urbana, tales como bosques, selvas, desiertos, ríos, cascadas, en donde se pueden practicar actividades de ecoturismo, turismo deportivo, de aventura y turismo de salud.

Tabla 2.5
Patrimonio Natural

RECURSOS	ACTIVIDADES SUSCEPTIBLES
Río Milagro	Paseo por canoas Pesca deportiva

Fuente y elaboración: Las Autoras

2.1.1.1 DETALLE DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Milagro cuenta con varios atractivos turísticos, los mismos que pueden ser explotados correctamente para mejorar el desarrollo turístico del cantón. A continuación se detalla los atractivos turísticos del cantón Milagro.

Hacienda Jerusalén

En la hacienda Jerusalén, se encuentran múltiples tolas de la cultura Milagro Quevedo, la cuales se encuentran situadas en la parte baja del río Chimbo. De la misma manera se ha determinado que se pueden hacer recorridos por el lugar, para dar a conocer acerca de la cultura autónoma de la misma.

Industria Azucarera Ingenio Valdez

El Ingenio Valdez, es la industria más grande de producción de caña de azúcar que existe en el Ecuador, dentro de sus instalaciones se puede apreciar el proceso y elaboración de la caña de azúcar. Así como también se puede encontrar verdaderas reliquias industriales, como una de las cuatro primeras máquinas Baldwin conocida como “Dolores” las mismas que se utilizaban para transportar la caña de azúcar en el año 1922. Existen también antiguos trapiches, entre otros objetos.⁴

El Ingenio Valdez es un atractivo turístico importante para el planteamiento de nuestro proyecto puesto que se ha planificado proponer al Ingenio Valdez un acuerdo

⁴ Página Web, <http://www.milagro.gov.ec>

para que los turistas puedan visitar el lugar, visualizar la elaboración de la caña de azúcar, y las máquinas antiguas que existen en el lugar.

Foto 2.1
Tren Balwin



Fuente: <http://www.visitaecuador.com>

Foto 2.2
Cultivo de caña



Cultivo de caña en Ingenio Valdez

Fuente: <http://www.visitaecuador.com>

Foto 2.3
Ingenio Valdez



Fuente y elaboración: Las Autoras

Industria CODANA S.A.

La industria CODANA S.A. inició sus operaciones en 1985, siendo una compañía de economía mixta y en 1991 se transformó en sociedad anónima siendo sus accionistas los dos principales ingenios azucareros del Ecuador: Compañía Azucarera Valdez S.A. y Sociedad Agrícola e Industrial San Carlos S.A.

La planta industrial está ubicada en Milagro, provincia del Guayas, a 45 kilómetros de Guayaquil, junto a las instalaciones del Ingenio Valdez donde a partir de la melaza de caña de azúcar, se produce el mejor alcohol etílico extra neutro de 96° G.L.

En Agosto 3 del 2001, la industria CODANA S.A. marcó inmediatamente la certificación, para la producción y comercialización del alcohol bajo la norma ISO 9001: 2000 siendo la primera industria en su género de latinoamérica en obtener este certificado. CODANA junto con SODERAL , constituyen el grupo productor de alcohol con más experiencia y el más importante del Ecuador.⁵

Uno de nuestros propósitos para nuestro proyecto, es utilizar esta planta industrial para que los turistas puedan apreciar el proceso para la producción del alcohol.

Foto 2.4
Industria CODANA S.A.



Fuente y elaboración: Las Autoras

Ruta de los viveros

La ruta de los viveros, se encuentra ubicada en la vía Naranjito en el Km 6 1/2, donde encontramos una gran cantidad de viveros. Entre las plantas que podemos apreciar son las siguientes: La isora, camarón, cordillin, helechos, bonsái, entres otras.

⁵ Página Web, <http://www.milagro.gov.ec>

Se ha realizado un inventario de todos los viveros que se encuentran en la ruta, de la misma manera el objetivo es fomentar el turismo del cantón Milagro, con la ayuda de los viveros, para que el turista pueda apreciar la diversa flora y fauna que se encuentra en el lugar.

Entre los viveros que se pueden nombrar son los siguientes:

- Viveros Delirios
- Jardín Chavelita
- Jardín Karencita
- Restaurant y vivero el Jardín.
- Jardín Clarita
- Vivero y Diseño Pacosa
- Jardín Álvarez
- Jardín Flor del Rocío
- Vivero ServiPlantas
- Vivero La Hiedra
- Vivero Horwil
- Vivero Juanito
- Jardín Árbol de la vida
- La casa del Bonsái
- Vivero El Flaco
- Vivero Blanquita

Foto 2.5
Vivero la Hiedra



Fuente y elaboración: Las Autoras

Foto 2.6
Vivero Jardín Álvarez



Fuente y elaboración: Las Autoras

Balneario las Cataratas

Las Cataratas es un sitio que se encuentra ubicado en el sector Las Maravillas del Km. 3 ½ de la vía Milagro – Mariscal Sucre. Su nombre se debe a la construcción de la represa del sistema de riego María Mercedes, que baña los cultivos de los agricultores del sector, el cual se asemeja a una catarata. Los turistas visitan este balneario donde se relajan y se alejan de la bulla de la ciudad.

Además existe una pequeña comunidad la cuál se dedica a la cría de animales de corral como son gallinas, chanchos, etc. Así también se dedican a la siembra de cultivos tales como: plátanos, mangos, etc.

Existen cuatro comedores, los mismos que pertenecen a la comunidad, donde ofrecen comidas típicas dentro de sus mismas casas. Entre los platos que ofrecen se encuentran: el seco de pollo, arroz con menestra y carne, tortillas de camarón, maduro asado, seco de chivo y su especialidad el bollo. El lugar es visitado por turistas del

cantón y de ciudades cercanas al mismo. Este atractivo forma parte del proyecto para fomentar el desarrollo turístico del cantón Milagro.

Foto 2.7
Las Cataratas



Fuente: <http://www.visitaecuador.com>

Foto 2.8
Las Cataratas



Fuente y elaboración: Las Autoras

Monumento a la Piña

El moderno monumento a la Piña fue construido en acero inoxidable con una estructura tridimensional a base de tubos iluminados distribuidos, en los 8 metros de alto y cuatro de ancho.⁶ Se encuentra ubicado en la intersección de las avenidas 17 de Septiembre y Chirijos, el monumento a la piña es el símbolo representativo del cantón, debido a la gran producción de esta fruta en el sector.

Foto 2.9
Monumento a la Piña



Fuente: <http://www.milagro.gov.ec>

⁶ Página Web, <http://www.milagro.gov.ec>

Puente 17 de Septiembre

El puente ubicado en la Av. 17 de Septiembre es uno de los trabajos de la regeneración urbana, el cual se complementa con las construcciones de la plazoleta, baterías sanitarias, nuevas aceras, jardinería, los mismos que forman parte del diseño arquitectónico del parque central.⁷ De la misma manera cuenta con carriles laterales para bicicletas y peatones, de esa manera da una mejor seguridad a los chóferes y transeúntes que se movilizan por este sector.

Foto 2.10
Puente 17 de Septiembre



Fuente: <http://www.milagro.gov.ec>

Museo Julio Viteri

El museo Julio Viteri Gamboa, se encuentra ubicado en el complejo Visaltur, donde existen vestigios arqueológicos de las Culturas Milagro-Quevedo, Bahía, Manteña, Chorrera, Valdivia (la cultura más antigua que La Tolita, que es producto de los

⁷ Periódico Milagro esta cambiando, Tema Milagro en regeneración

trabajos realizados por los arqueólogos Clifford Evans, Betty J. Megger, Emilio Estrada Ycaza y Julio Viteri Gamboa.⁸

Foto 2.11
Museo Julio Viteri



Fuente: <http://www.visitaecuador.com>

Iglesia Central de Milagro

La iglesia Central de Milagro San Francisco, es una de las más importantes del cantón, se encuentra frente al parque Rafael Valdez Cervantes. Además de ser la más visitada por la comunidad, es también sitio para el inicio de las fiestas patronales de la Virgen del Carmen.

Foto 2.12
Iglesia Central de Milagro



Fuente: <http://www.milagro.gov.ec>

⁸ Periódico Milagro esta cambiando, Tema Milagro en regeneración

Parque Central Rafael Valdez Cervantes

El parque Central tiene un área de 2700 m² y se encuentra ubicado entre las calles Juan Montalvo, 9 de octubre, Olmedo y Pedro Carbo. El parque está compuesto por tres zonas: La primera, ubicada frente a la iglesia San Francisco, conformada por una plaza en la que se incorpora una pileta rodeada de cuatro pérgolas de hormigón armada y revestida con cerámica recortada color blanco. En la segunda zona se encuentra una glorieta tipo veneciana de 9 mts de diámetro, la misma que está asentada sobre una base de 1.20 mts sobre el nivel general del parque y tiene una forma circular, donde puede acceder a cuatro escaleras tipo imperiales. La glorieta representa el elemento más significativo del parque, está rodeada por asientos de hormigón y adornada con una vegetación numerosa. La tercera zona, rica en plasticidad por la forma de sus jardineras y por la diversidad de especies ornamentales.⁹ El parque Rafael Valdez es un lugar muy concurrido por la comunidad de Milagro y además por personas que viven en cercanía del cantón.

Fotos 2.13

Parque Central Rafael Valdez Cervantes



Fuente y elaboración: Las Autoras

Fotos 2.14

Glorieta Rafael Valdez Cervantes



Fuente y elaboración: Las Autoras

⁹ Página Web, <http://www.milagro.gov.ec>

Club Motociclista Virgen de Fátima

Este tipo de eventos es un deporte extremo, el concurso de MotoCross promueve la participación de varios competidores tanto nacionales como extranjeros. Así como también los amantes de esta práctica, lo que hace al lugar muy concurrido por visitantes, para apreciar la audacia y piruetas de los participantes, el club se encuentra ubicado en la vía 26.

Foto 2.15
Club Virgen de Fátima



Fuente y elaboración: Las Autoras

La Escuela Municipal de Arte

La escuela Municipal de Arte tiene como objetivo fomentar el arte y la cultura, en el cantón Milagro, así también descubrir el potencial artístico y proteger a los niños y adolescentes. Se utiliza el tiempo libre para que ellos puedan practicar diferentes disciplinas tales como:

- Artes plásticas
- Modelaje y Danza
- Arte dramático

Foto 2.16
Escuela Municipal de Arte



Fuente: <http://www.milagro.gov.ec>

Fiestas de Cantonización

Las fiestas de cantonización de Milagro se celebran el 17 de septiembre, días antes el municipio y un grupo de personas de la comunidad, realizan un cronograma de actividades para la celebración de estas fiestas.

Entre las actividades que se realizan son las siguientes:

- Concursos de oratorias, declaración y Poesía.
- Concursos del periódico mural.
- Concursos de la elección de la reina de Milagro.
- Exposición de pinturas.
- Inauguración de Obras.
- Juegos deportivos.
- pregón cívico.
- Baile de alegría donde participan estudiantes realizando bailes folklóricos.

- Desfiles cívicos donde participan las escuelas y colegios con sus bandas de guerra.
- Decreta musical.
- Sección solemne.
- Gran baile y show artístico.
- Quema de castillo y juegos pirotécnicos.

Fiesta Patronal de la Virgen del Carmen

La fiesta patronal se celebra el 16 de julio en honor a la Virgen del Carmen, esta fiesta atrae gran cantidad de turistas. La celebración comienza con varios días de anticipación.

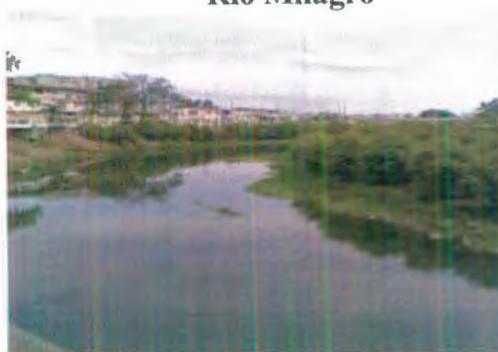
Entre las actividades que se realizan tenemos las siguientes:

- Novena en honor a la patrona.
- Pregón de las fiestas patronales.
- Actos religiosos.
- Peregrinación con la imagen de la Virgen del Carmen por las principales calles de la ciudad.
- Misa solemne en honor a la patrona.
- Gran baile popular y presentación de shows artísticos.
- Quema de castillo.
- Juegos pirotécnicos.

Río Milagro

El río Milagro, permite el riego de los extensos cultivos de caña de azúcar, banano, café, papaya, melón y su fruta principal la piña. Los ríos Milagro y Chimbo recorren de este a oeste, el río Chague o Amarillo, el cuál nace en Bucay. Así también cuenta con sus esteros: Carrizal, Chirijos, de la Gorra, los mismos que riegan el sector oeste del cantón.

Foto 2.17
Río Milagro



Fuente y elaboración: Las Autoras

2.1.2 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA

La infraestructura es considerada como un facilitador que permite a los viajeros disfrutar plenamente de los recursos y actividades turísticas. La disponibilidad de una adecuada infraestructura permite una estancia placentera de los turistas e influye sobre la imagen que guarda el visitante respecto al producto. Se identifica cuatro grandes áreas que conforman la infraestructura de apoyo al sector turismo: física,

comercial, recursos humanos y recursos financieros.¹⁰ Dentro del proyecto se va a tomar en cuenta las tres primeras áreas, la cuales se van a reflejar de la siguiente manera.

Tabla 2.6
Infraestructura de apoyo al sector turismo

FISICA	COMERCIAL	RECURSOS HUMANOS
• Carreteras.	• Centros comerciales.	• Universidades.
• Telecomunicaciones		• Escuelas de idiomas.
• Agua potable y Alcantarillado.		
• Electricidad.		
• Señalización.		
• Centros de información.		
• Servicios médicos		

Fuente y elaboración: Las Autoras

2.1.2.1 INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Carreteras

- ▶ Red vial: El cantón Milagro se encuentra comunicado con los cantones Jujan, Naranjito, Marcelino Maridueña, Yaguachi, Durán y Guayaquil por una red

¹⁰ Diccionario turístico/ Editorial Alertes

vial estable, la misma que se encuentra en buen estado y que además ha sido asfaltada y rehabilitada por el Consejo Provincial del Guayas.

La carretera que lleva hasta el cantón es la vía Guayaquil-Milagro. El terminal terrestre "Martha Bucarám de Roldós" está terminado en su primera etapa y considera entre sus servicios bares y restaurantes. Se considera un número aproximado de 15 cooperativas ínter cantónales que dan servicio a este Cantón, entre las principales tenemos:

- Ejecutivo Milagro.
- Expreso Milagro.
- Rutas Milagreñas.
- Selectivo Milagro (incluyendo a aquellas que cubren las rutas internas)
- Mariscal Sucre.
- Milagro Ejecutivo CTM.

El tiempo aproximado de viaje de dichas cooperativas es aproximadamente de cuarenta y cinco minutos de Guayaquil-Milagro y viceversa.

La Municipalidad finiquitó con los trabajos del primer anillo vial para Milagro, donde permitirá mejorar el flujo del tránsito peatonal como vehicular. La urbe cuenta con una nueva carretera, la misma que tiene una longitud de 620 mts y 12 mts de ancho en las *Avenidas Colón hasta Jaime*

Roldós. Entre los trabajos ejecutados sobre la Av. Carlos Julio Arosemena fueron:

1. Instalación de alcantarillado pluvial con 7 cámaras de hormigón armado. La dimensión de los tubos van desde los 500 mm a 1000mm.
2. Trabajos de excavación y compactación de piso con material importado tanto en la sub.-base como en su base.
3. Nueva red de tuberías para agua potable.
4. Construcción de bordillos y cunetas.
5. Mejoramiento de alumbrado público.
6. Carpeta asfáltica de dos pulgadas.¹¹

Foto 2.18
Trabajo de Red Vial



Fuente: <http://www.milagro.gov.ec>

Telecomunicaciones

- La empresa Telefónica Pacifictel, provee el servicio de líneas telefónicas convencionales, además opera la telefonía móvil de empresas privadas como son Porta y Movistar con una óptima señal.

¹¹ Periódico Milagro esta cambiando, Tema Milagro en regeneración

Agua potable y alcantarillado

- ▶ La empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del cantón Milagro (EMAPA-M), tiene la finalidad de proveer agua potable, alcantarillado pluvial y sanitario para la ciudad de Milagro las cuales son asumidas y contratadas por el municipio de Milagro. El cantón cuenta con dos máquinas excavadoras, así mismo el personal del departamento de Obras Públicas municipales han instalados 1.400 mts, lineales de tubería de hormigón armado con dimensión de 2.250 mm sobre la Av. Jaime Roldós Aguilera. Esta obra es considerada vial para todos los moradores del sector, por lo tanto favorecerá la acelerada evacuación de aguas lluvias en las ciudadelas: Las Mercedes, Cristo del Consuelo, Las Piñas Norte y Sur, Inerhi, Los Helechos, Juan Wiesneth, La FAE, Elvia María, Elvia María Independiente, Lotización San José y Las Américas.¹²

Foto 2.19
Trabajo de Alcantarillado



Fuente: <http://www.milagro.gov.ec>

¹² Página Web, <http://www.milagro.gov.ec>

Electricidad

- ▶ La empresa Eléctrica Milagro C.A. es una empresa distribuidora de electricidad, la misma que provee sus servicios a 100.000 usuarios de una comunidad agrícola y agroindustrial. Esta a su vez también provee a cinco provincias, de las regiones costa y sierra del Ecuador.

Señalización

- ▶ El cantón Milagro cuenta con una excelente señalización con respecto a la ruta Guayaquil-Milagro, donde se pueden encontrar a lo largo del carretero adecuadas señales de tránsito que permiten una mayor seguridad en los conductores. Además de encontrarse puntos de S.O.S, los mismos que ayudan en caso de accidentes o fallas mecánicas de los vehículos que circulan diariamente en la ruta mencionada.

Centros de información

- ▶ Así también podemos encontrar centros de información, los mismos que son: el municipio de Milagro, la cámara de comercio y la página Web del municipio de Milagro (<http://www.milagro.gov.ec>).

Servicios médicos

- ▶ Entre los servicios médicos con el que cuenta la ciudad de Milagro tenemos al Hospital León Becerra, el cual se encuentra ubicado en la calle Chiriguayas y el mismo que brinda los servicios públicos necesarios para la comunidad. Así mismo encontramos a las siguientes clínicas privadas: Clínica Gaibor, Clínica Srta. Clara y Clínica Santa Martha, la cuales se brindan sus servicios las 24 horas.

2.1.2.2 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL

Centros comerciales

- ▶ Existe el centro comercial Paseo Shopping Milagro, el mismo que cuentan con locales comerciales, patio de comidas, supermercados y cines. Entre otro centro comercial se encuentra el del Edificio Piedra, el cual posee locales comerciales que ofrecen servicios de suministros de computadoras, suministros de oficinas, peluquerías, oficinas de abogado entre otros.

2.1.2.3 INFRAESTRUCTURA DE RECURSOS HUMANOS

Universidades

- ▶ Milagro cuenta con dos universidades las cuales son: La Universidad Estatal, la Universidad Agraria del Ecuador y la UNEMI. Las mismas que cuentan con carreras técnicas como Ingeniería en Sistemas, Ingeniería Comercial, Auditoría, entre otras.

Escuelas de idiomas

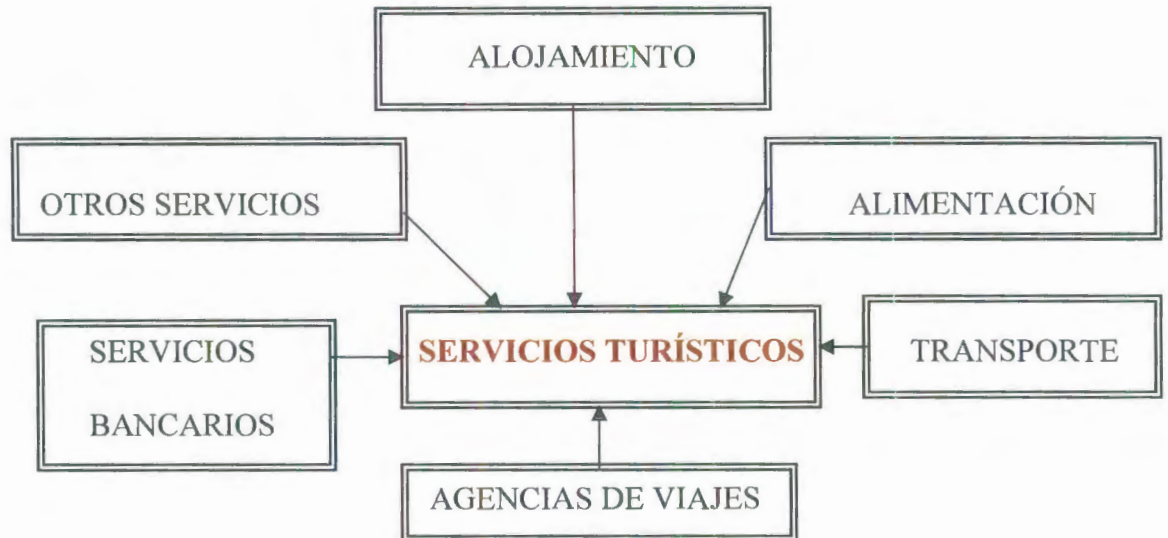
- ▶ Existen tres escuelas de idiomas entre ellas tenemos el American Language, Elite y el Harward School, las mismas que enseñan el idioma inglés.

2.1.3 ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA

Se entiende como planta turística a un conjunto de servicios que se venden a los turistas, con el fin de satisfacer sus necesidades, aquí se incluyen las siguientes categorías: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.¹³

¹³ Diccionario turístico/ Editorial Alertes

Figura 2.3
Principales áreas de servicios turísticos



Fuente y elaboración: Las Autoras

El cantón Milagro cuenta con una adecuada planta turística, en la cuál se pueden mencionar a los hoteles, restaurantes, centros de entretenimientos, agencias de viajes, etc. Para poder describir la planta turística del cantón se ha realizado un inventario de los sitios más importantes y los que están legalmente constituidos dentro de localidad. De esta manera se indicará los establecimientos, y número de plazas con que cuenta el destino, además apreciar los servicios que se ofrecen a los visitantes.

En cuanto a los servicios de alojamiento el cantón Milagro cuenta con los siguientes establecimientos.

Tabla 2.7
Servicios de Alojamiento

ESTABLECIMIENTOS	TIPO	PLAZAS	SERVICIOS	DIRECCIÓN
El Palmar	Cabañas	24	Aire acondicionado, tv con cable y baños privados	Vía Milagro Naranjito km 1/2
Hostal Residencial Imperial	Hostal Residencial	32	Aire acondicionado baño privado y ventilador	9 de octubre 513 y García Moren
Hostal Residencial Oasis	Hostal Residencial	32	Aire acondicionado y tv con cable	Olmedo y Bolívar.
Hostal Casa Blanca	Hostal	32	Aire acondicionado, baño privado y garaje	24 de mayo y Eloy Alfaro.
Hostal Los Chirijos	Hostal	30	baño privado y garaje	9 de octubre S/N y García Moreno
Hostal Cristhian	Hostal	33	Aire acondicionado, baño privado y ventilador.	24 de mayo y Rocafuerte
Hostal Neón	Hostal	47	Aire acondicionado, Baño privado con agua caliente, tv con cable, cafetería, discoteca y sala de juegos.	Juan Montalvo y Eloy Alfaro
Hostal Suite Don Juan	Hostal	73	Aire acondicionado, baño privado, tv con cable, desayuno incluido, servicio de internet, Room Service, servicio de lavandería, salón de juegos, gym y parqueo privado.	9 de octubre y García Moreno, pasaje Vargas
Hotel Residencial Azuay	Hotel Residencial	60	Aire Acondicionado, baño privado, tv con cable y garaje.	García Moreno y 9 de octubre
Hotel Carso Inn	Hotel	95	Aire acondicionado, teléfono, tv con cable y baños privados con agua caliente.	9 de octubre y Calderón (Esq.).
Hotel Eden	Hotel	80	Aire acondicionado, baño privado, tv con cable y guardiana.	García Moreno 1219 y Rocafuerte

Hotel Nacional	Hotel	72	Aire acondicionado, baño privado, tv con cable, agua caliente, teléfono y garaje.	Bolívar y 5 de junio (Esq.).
Motel Los Almendros	Motel	28	Aire acondicionado baño privado, tv con cable y garaje.	Km. 12 vía al 26
Motel El Descanso	Motel	26	Aire acondicionado, baño privado con agua caliente, tv con cable y garaje.	Km. 26 Vía Milagro
Motel El París	Motel	24	Aire acondicionado, tv con cable y garaje.	Av. Jaime Roldós Aguilera S/N.
Casa Rosada	Pensiones	16	Baños compartidos y ventilador.	Lotización techos para los pobres
El Recreo	Pensiones	20	Aire acondicionado baño privado con agua caliente, tv con cable y garaje.	Zaruma y Vínces.

Fuente y elaboración: Las Autoras

De la misma manera se detalla los servicios de alimentación con los que cuenta el cantón Milagro.



LICTOR - BIBLIOTECA

Tabla 2.8
Servicios de Alimentación

ESTABLECIMIENTO	TIPO	MESAS	PLAZAS	DIRECCIÓN
Cafetería y Heladería Cristhian	Cafetería y Heladería	5	20	Juan Montalvo 218 y Chile
New New	Comidas rápidas	5	20	Olmedo S-/N y 9 de octubre
Naturissimo	Fuente de Soda	30	150	C.C. Paseo Shopping, calle Presidente Espinoza S/N y Av. 17 de septiembre
Dolce Latte	Fuente de Soda	30	150	C.C. Paseo Shopping, calle Presidente Espinoza S/N y Av. 17 de septiembre
Carmita	Restaurante	6	25	Pedro Carbo 411 y 10 de agosto
Comidas de Víctor	Restaurante	30	150	Pedro Carbo 411 y 10 de agosto
Kentucky Fried Chicken (KFC)	Restaurante	30	150	C.C. Paseo Shopping, calle Presidente Espinoza S/N y Av. 17 de septiembre
El Moro	Restaurante	6	25	Chile y 5 de junio
Nurquita 1	Restaurante	7	30	Chile 611 y 24 de mayo
Nurquita 2	Restaurante	8	35	Olmedo 6161 y Pedro Carbo
Parrillada Don Chava	Restaurante	6	25	Av. 17 de septiembre y Manabí
Parrillada El Gaucho	Restaurante	8	35	Calle Olmedo E/Chile y Seminario
Pollo dorado a la brasa	Restaurante	8	35	Calle Chirijos y El Oro
Chifa Oriental	Restaurante	15	40	Av. 17 de septiembre y Guayas

Fuente y elaboración: Las Autoras

A continuación se detallan los centros de entretenimiento con que cuenta el cantón Milagro:

2.1.3.1 CENTROS DE RECREACIÓN

- **Albricias.-** tiene una capacidad de 200 personas, entre los servicios que brinda tenemos los siguientes:
 - Piscinas: para adultos y niños,
 - Un bar, que ofrece diferentes tipos de snack,
 - Cancha de fútbol,
 - Parque para niños y
 - Cabañas de descanso

- **Visaltur.-** tiene una capacidad para unas 150 personas y dentro de éste se encuentra el museo Julio Viteri Gamboa. Entre los servicios con los que cuenta están:
 - Parque para niños
 - Piscinas: para adultos y niños

- **Oasis.-** tiene una capacidad para 200 personas, cuenta con los siguientes servicios:
 - Cancha de fútbol.
 - Cancha de Basquetbol,
 - Un restaurante, ofrece platos a la carta,
 - Piscinas: para adultos y niños,

- Senderos (áreas verdes),
 - Parque para niños,
 - Cabañas con hamacas y
 - Montaje a caballo.
- **Aqua Marina.-** tiene una capacidad para unas 250 personas, posee los siguientes servicios:
- Toboganes,
 - Piscinas: para adultos y niños,
 - Restaurantes con platos a la carta (comidas típica del Ecuador),
 - Parque para niños,
 - Cancha de futbol y
 - Cancha de tenis.
- **Quinta la Floresta El Bosque.-** tiene una capacidad de 500 personas, entre los servicios que brinda tenemos los siguientes:
- Cascada,
 - Cancha de fútbol, mediana y grande,
 - Cancha de basquetbol,
 - Un restaurante y a su vez esta el bar,
 - Piscinas: una grande, mediana y pequeña,
 - Senderos (áreas verdes),

- Parque para niños y
- Cabañas de descanso.

- **La Poderosa.-** tiene una capacidad para 80 personas. Se encuentra ubicado en Mariscal Sucre vía Lorenzo de Garaicoa.

- **Play Zone.-** tiene una capacidad para 50 personas. Se encuentra ubicado en el centro comercial El Paseo Shopping, en la Avenida Presidente Espinoza y Avenida 17 de Septiembre.

2.1.3.2 BARES

- **Kaleta.-** tiene una capacidad para 80 personas. Se encuentra ubicado en las calles Chimborazo S/N y Bolívar.

- **Piratas.-** tiene una capacidad para 75 personas. Se encuentra ubicado en las calles Chimborazo 307 y Bolívar.

2.1.3.3 DISCOTECAS

- **Manantial.-** tiene una capacidad para 100 personas. Se encuentra ubicado en las calles Veintimilla 103 entre Quito y Cuenca.

- **Keop's.-** tiene una capacidad para 180 personas. Se encuentra ubicado en las calles 9 de octubre y Abdón Calderón.
- **Tutatubar.-** tiene una capacidad para 100 personas. Se encuentra ubicado en la avenida 17 de Septiembre y Avenida Presidente Espinoza.
- **Tobago.-** tiene una capacidad para 150 personas. Se encuentra ubicado en las calles Machala y Presidente Córdova.
- **Rock Rollers.-** tiene una capacidad para 120 personas. Se encuentra ubicado en las calles Almendro S/N y Bolívar (Esq.).

2.1.3.4 SALAS DE BAILE

- **Cabaña del Recuerdo.-** tiene una capacidad para 450 personas. Se encuentra ubicado en la Avenida El Ejidio 113 y Jaime Roldós.

2.1.3.5 SALAS DE JUEGOS

- **Súper Bingo Familiar.-** tiene una capacidad para unas 150 personas. Se encuentra ubicado en las calles García Moreno y 9 de Octubre.

2.1.3.6 INSTALACIONES DEPORTIVAS

- **Estadio Los Chirijos.-** se encuentra ubicado en la Avenida Quito y Avenida Febres Cordero.

- **Coliseo Cerrado.-** se encuentra ubicado en la Avenida Guaranda y Avenida Febres Cordero.

2.1.3.7 AGENCIAS DE VIAJES

- **Delgado Travel.-** esta agencia de viaje ofrece paquetes turísticos a diferentes destinos comerciales tales como Cartagena, Buenos Aires, New York, Miami, entre otros. Se encuentra ubicada en las calles 5 de junio y 9 de octubre.

2.1.3.8 TRANSPORTE

- El Terminal Marta Bucarám de Roldós ofrece 15 cooperativas inter cantónales que dan servicio a este Cantón, entre las principales tenemos a Ejecutivo Milagro, Expreso Milagro, Rutas Milagreras, Selectivo Milagro, Mariscal Sucre, Milagro Ejecutivo CTM.

2.1.3.9 SERVICIOS BANCARIOS

- El cantón Milagro cuenta con los siguientes bancos: Banco del Fomento, Banco Bolivariano, Banco de Guayaquil, Banco de Machala, Banco del Pacífico y Banco del Pichincha.

2.1.4.0 OTROS SERVICIOS

- Entre otros servicios encontramos el cine ubicado en el centro comercial El Paseo, la Cámara de Comercio, entre otros.

Mediante el estudio efectuado de la oferta turística donde se detallan los atractivos turísticos, la infraestructura y la planta turística, se establece que Milagro cuenta con los servicios necesarios para poder satisfacer las necesidades de los turistas. Además de esta manera facilitará la realización de la propuesta del proyecto de un Centro de Facilitación Turística en el cantón Milagro, y así también desarrollar el turismo de la localidad.

2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Mediante el análisis de la demanda turística se puede realizar un estudio a las encuestas realizadas, para conocer la posición de este grupo con relación a la

propuesta de crear un Centro de Facilitación Turística en la ciudad de Milagro y de la misma manera enfocar las necesidades de los visitantes.

2.2.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Con el objetivo de determinar las características del consumidor, se realizó un estudio de mercado tomando en cuenta a los turistas que visitaron la ciudad de Milagro. Se realizó inicialmente una encuesta piloto (30 personas) para determinar la aceptación o no del centro de facilitación turística y finalmente se realizaron las encuestas definitivas (100 personas) para conocer las características del consumidor y los servicios a ofrecer. Dichas encuestas se efectuaron en el Terminal Terrestre Martha Roldós, en el parque central Rafael Valdez, en la iglesia Central y en el Centro Comercial Paseo Shopping de Milagro. Así mismo se efectuaron las encuestas en dos fines de semanas seguidos del mes de noviembre del 2007, en donde se obtuvo un total de cien encuestas.

Además, se realizó una entrevista al Alcalde de la ciudad de Milagro el Ing. Francisco Asan W. el cuál indicó los desarrollos turísticos que ha tenido el cantón y dió a conocer los nuevos proyectos que se realizarán a corto y largo plazo, uno de ellos es la construcción del parque ecológico de Milagro, en donde se va instalar el futuro proyecto del centro de facilitación turística, como también nos mencionó la

remodelación del atractivo turístico las cascadas, donde se realizarán nuevas instalaciones para el desarrollo turístico del atractivo.

2.2.2 ENCUESTA PILOTO

Antes de realizar la encuesta final, fué necesario realizar una encuesta piloto para determinar el número (n) de encuestas finales a realizar en los lugares previamente elegidos. Con la encuesta piloto, se obtiene las probabilidades de:

Éxito (p) y

Fracaso (q)

Para sustituir en la fórmula estadística que nos permita determinar la muestra a encuestar en la ciudad de Milagro. Se harán 30 encuestas pilotos en la ciudad.

El formato de la encuesta piloto se encuentra en el Anexo 3. Consta de una sola pregunta, además de información general sobre los encuestados.

Se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple, realizando las encuestas pilotos en lugares céntricos de la ciudad; después se procedió a recopilar y tabular la información en el programa Excel.

Aplicada la encuesta piloto en la ciudad de Milagro, obtenemos la siguiente información de la primera pregunta planteada:

¿Está usted interesado en que se construya en la ciudad de Milagro un centro de facilitación turística?

Tabla 2.9
Resultados de la encuesta piloto

Alternativas	No. de personas	Porcentaje
<i>SI</i>	28	93.33%
<i>NO</i>	2	6.67%
<i>TOTAL</i>	30	100.0%

Fuente y elaboración: Las Autoras

2.2.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos importantes en la investigación, la misma que determina el grado de credibilidad de los resultados obtenidos. La siguiente fórmula es la que se utilizará para orientar los cálculos del tamaño de la muestra, donde establecerá el número aproximado de encuestas.

Con un nivel (Z) de confianza del 95%, un error estadístico (e) del 5%, se calcula el tamaño de la muestra para aplicar la encuesta local definitiva:

$$n = \frac{4pq}{e^2}$$

$$n = \frac{4 * 0.933 * 0.067}{0.05^2} = 100 \text{ Encuestas}$$

Pregunta 1 y 2

Con los datos personales se intenta establecer el segmento atractivo del mercado según la edad y el sexo de los encuestados. ;

Pregunta 3

La pregunta determinara el rango de salario que tiene cada uno de los encuestados, para que a su vez se pueda determinar el gasto predeterminado del visitante a la ciudad de Milagro.

Pregunta 4

Pregunta que determina si el encuestado es residente o visitante.

Pregunta 5

Pregunta abierta donde el encuestado indicará de que parte del país proviene.

Pregunta 6

Determinará cuál es el motivo que tiene cada uno de los encuestados, al visitar la ciudad de Milagro.

Pregunta 7

Con los resultados de esta pregunta se podrá conocer con quien viaja cada uno de los encuestados.

Pregunta 8

Se conocerá el grado de necesidad que debe tener el cantón Milagro en cuanto a los diferentes servicios turístico.

Pregunta 9

Por esta pregunta se establecerá que tipo de información y servicios le gustaría al visitante encontrar en un centro de facilitación turística.

Pregunta 10

Con los resultados de esta pregunta se podrá conocer el presupuesto de gasto predestinado en lo referente a los servicios encontrados en el centro de facilitación turística.

Pregunta 11

Con esta pregunta se establecerá el tiempo de permanencia del encuestado en la ciudad de Milagro.

Pregunta 12

Se conocerá por medio de esta pregunta en dónde se hospedará el encuestado dentro de la ciudad de Milagro.

Pregunta 13

Determinar cuál es el medio de transporte más utilizado por los visitantes para trasladarse hacia la ciudad de Milagro.

Pregunta 14

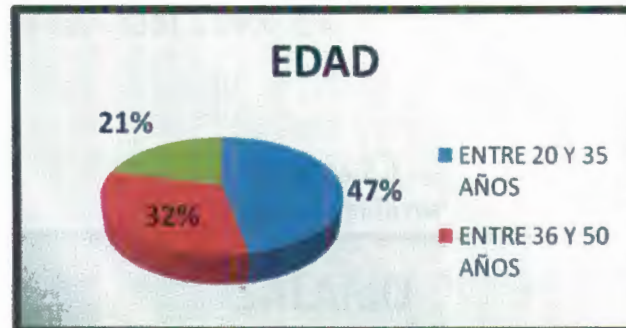
Pregunta abierta donde el encuestado indicará cual es el presupuesto de gasto para el viaje realizado a Milagro, en cuanto al hospedaje, alimentación, transporte, y otros.

2.2.4 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**EDAD****Pregunta 1**

El 47% de los encuestados tiene entre 20 y 35 años de edad, el 32% están entre 36 y 50 años de edad, y el 21% restante tiene más de 51 años. Los menores de dieciocho años no se consideraron como opción al momento de llevar a cabo las encuestas ya que no fueron los de mayor concurrencia al lugar, y los que se observaron no llegaban

a tener más de diez años de edad y estaban en compañía de sus padres que si fueron encuestados.

Cuadro 2.1
Edad



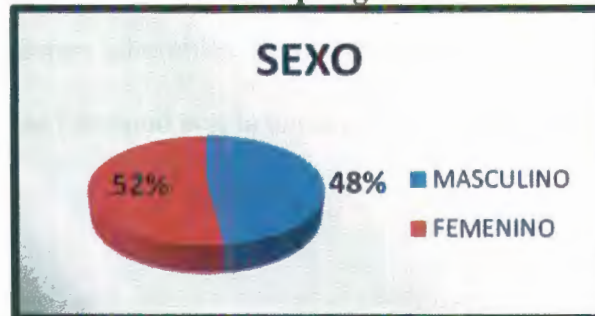
Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 2

Sexo

En los datos obtenidos para la elaboración de este documento se pudo observar que en la clasificación por género un 52% de los encuestados corresponden al género femenino y el 48% restante corresponden al género masculino. De la misma manera se determina que los visitantes a la ciudad de Milagro son más mujeres que hombres.

Cuadro 2.2
División por género



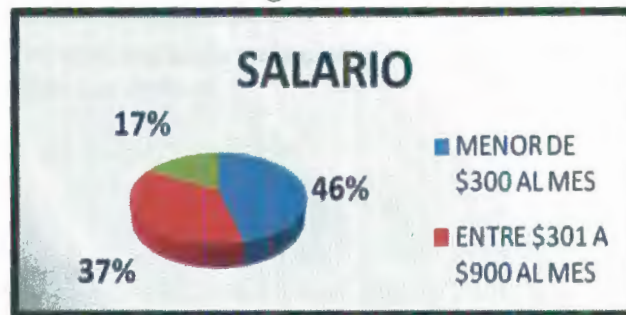
Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 3

Rango de salario de los encuestados

Se determinó que el 46% de los encuestados tiene un salario menor a \$300 al mes, el 37% tiene un salario entre \$301 a \$900 al mes, el 17% tiene un salario mayor de \$901 al mes.

Cuadro 2.3
Rango de salario



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007

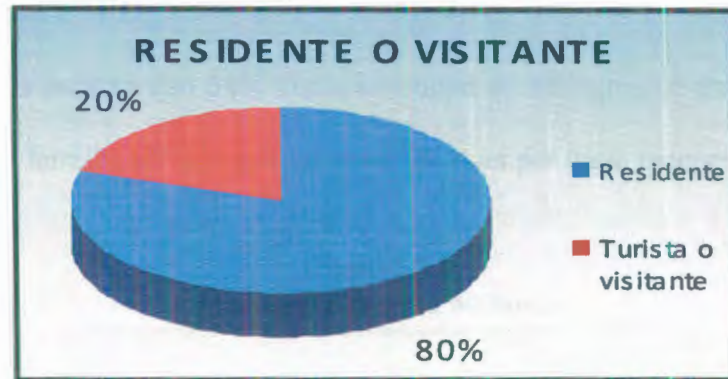
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 4

Residente o turista

Pregunta clave para saber que parte de la muestra encuestada vive en la ciudad y que parte fueron turistas o visitantes de Milagro. El 80% de los encuestados habitan y trabajan en la ciudad, mientras que el 20% restante estaban de visita en la ciudad, sobre todo por cuestiones laborales, de estudio y de turismo. Con este último 20% de los entrevistados, se continuó con la encuesta propuesta.

Cuadro 2.4
Residente o turista



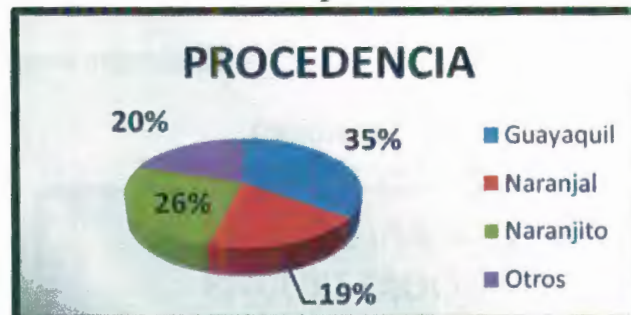
Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 5

Ciudad de Procedencia

Siendo una pregunta abierta se determinó que de los encuestados; el 35% provenían de Guayaquil, el 26% de Naranjito, el 19% de Naranjal y el 20% provienen de otras ciudades.

Cuadro 2.5
Ciudad de procedencia



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 6

Motivo de Visita a Milagro

Los encuestados indican que 34% visita la ciudad de Milagro por trabajo, el 32% es para visitar a la familia, 28% es por turismo, 6% son por otras razones.

Cuadro 2.6
Motivo de visita a Milagro



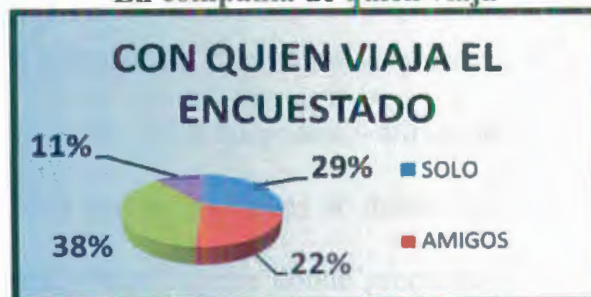
Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 7

En compañía de quien viaja

Se determinó que el 38% viaja con la familia, el 29 % viaja solo, el 22% viaja con amigos, 11% en grupos organizados.

Cuadro 2.7
En compañía de quien viaja



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 8

Necesidad de Servicios Turísticos

Se ha determinado que 54% considera que es muy necesario, el 34% es necesario, 7% es indiferente, 4% es no muy necesario y el 0% es innecesario.

Cuadro 2.8
Servicios turísticos



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 9

Tipo de información y servicios en el centro de facilitación turística.

En la pregunta anterior número siete, se estableció la necesidad de construir un centro de facilitación turística en el cantón Milagro, así mismo en la presente pregunta se da a conocer qué tipo de información y servicios se van a brindar en el mismo, donde el 22% desea tener Información sobre hospedaje y alimentación, el 14% desea ventas de recuerdos, el 16% desea que exista ventas de dulces de la zona, 14% desea área de Internet, el 21 % desea visitar lugares donde procesan la caña de azúcar y el 13% corresponde a otros.

Cuadro 2.9
Información y servicios



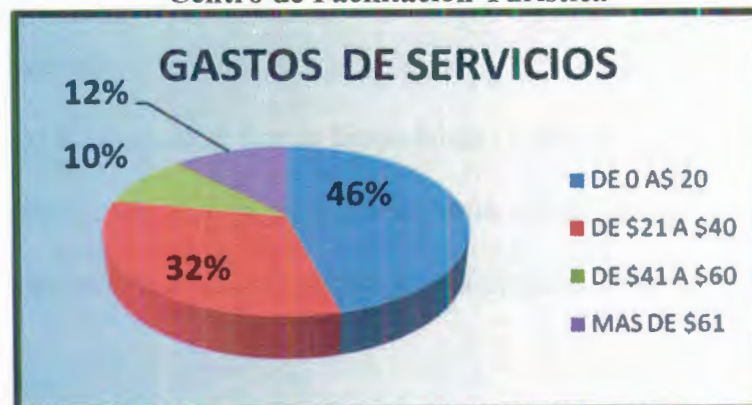
Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 10

Gastos de servicios para el centro de facilitación turística.

Se ha determinado que el 46%, gastaría de \$0 a \$20, 32% gastaría de \$21 a \$40, el 10% de \$41 a \$60 y el 12% más de \$61.

Cuadro 2.10
Centro de Facilitación Turística



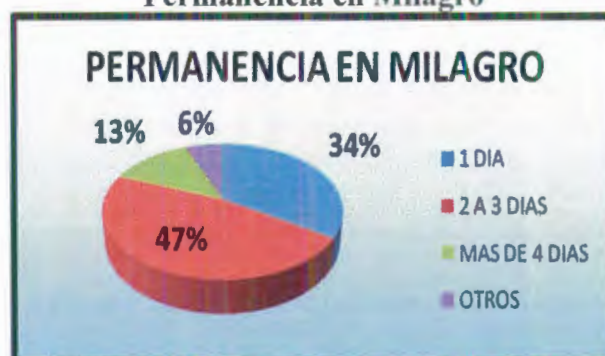
Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 11

Permanencia en Milagro

El 47% permanece de dos a tres días, el 34% permanece un día, 13% más de cuatro días, 6% otros, en donde algunos encuestados respondieron que no se iban a quedar a dormir, su permanencia era menor a 24 horas.

Cuadro 2.11
Permanencia en Milagro



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007

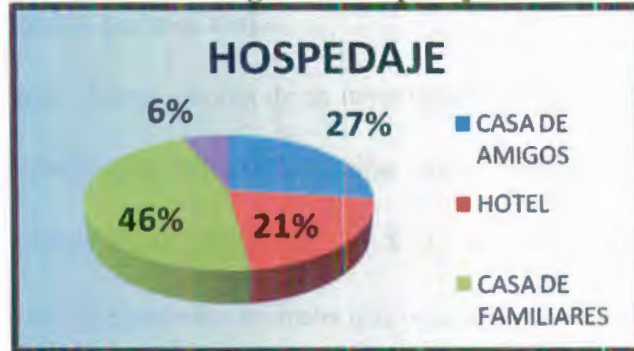
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 12

Lugar de Hospedaje

Los encuestados determinaron que se hospedaban el 46% en casa de familiares, 27% en casa de amigos, 21% en hoteles y 6% en otros, donde este grupo de encuestados determinaron que su permanencia en Milagro era menor a 24 horas, es decir no iban a hospedarse.

Cuadro 2.12
Lugar de Hospedaje



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007

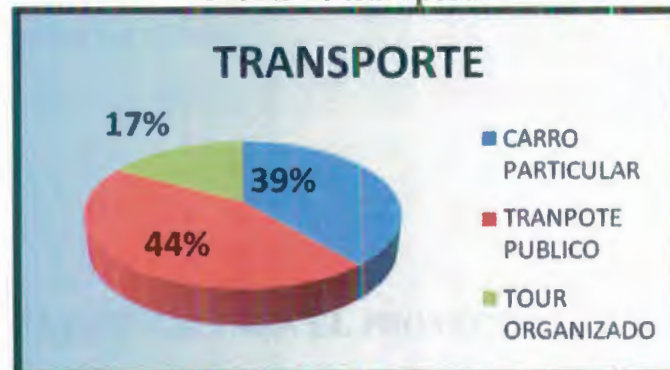
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 13

Transporte

Se determinó que el 44% utilizó transporte público, el 39% carro particular, 17% tour organizados.

Cuadro 2.13
Medio de transporte



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007

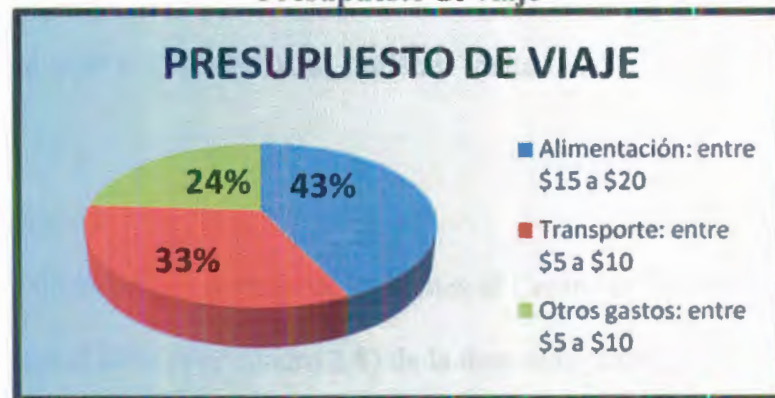
Elaboración: Las Autoras

Pregunta 14

Presupuesto de gastos para el viaje

Siendo una pregunta abierta dentro de la investigación realizada se determinó que el 43% tiene un presupuesto en alimentación entre \$15 a \$20, el 33% tiene un presupuesto de transporte entre \$5 a \$10, el 24% tiene un presupuesto correspondiente a otros gastos los mismos que oscilan entre \$5 a \$10.

Cuadro 2.14
Presupuesto de viaje



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Milagro, noviembre 2007

Elaboración: Las Autoras

2.2.5 DEMANDA QUE CAPTARÁ EL PROYECTO

La demanda que el proyecto planea captar se basa en la demanda potencial del centro de facilitación turística, la cual es la cantidad de personas nacionales y extranjeras que visitan anualmente el cantón Milagro. De acuerdo al Ministerio de Turismo, en el año

2006, 12,250 personas residentes en el Ecuador visitaron Milagro, mientras que 19,439 personas provenientes de Colombia, Perú, Chile, Alemania, USA y España (tomando en consideración a los Migrantes que viven en dichos países y provienen de Milagro) visitaron el mismo destino, lo que hace un total de 31,689 turistas que conforman la demanda potencial. (Ver Anexo 4)

En base a la investigación cuantitativa se determinó que el 28% (Ver cuadro 2.6) de las personas que visitan Milagro lo hacen exclusivamente por turismo, por lo que potencialmente 8,873 ($31,689 \times 0.28$) turistas visitarían el Centro de Facilitación Turística.

Finalmente, la cantidad demandada de visitantes al Centro de Facilitación Turística se proyecta que sea el 88% (Ver cuadro 2.8) de la demanda potencial, debido a que en la encuesta se obtuvo este porcentaje de respuestas favorables hacia la creación del proyecto, por lo que la cantidad de demanda estimada es de 7,808 ($8,873 \times 0.88$) personas.

2.3 ANÁLISIS FODA DEL DESTINO

Se entiende como análisis FODA a una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa o lugar, dentro de su mercado y de las características internas de la misma, a efectos de determinar sus **Debilidades**, **Amenazas**, **Fortalezas**

y Oportunidades. Las debilidades y fortalezas son internas a la empresa o lugar, las amenazas y oportunidades se presentan en el entorno de la misma.¹⁴

A continuación en la tabla 2.10 se detalla el análisis FODA del destino:

¹⁴ Marketing Directo/ Frank Jeckins/ Marketing par el nuevo Milenio, Jaime Gil La Fuente

Tabla 2.10
Análisis FODA del destino

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Red vial en buen estado. • Cercanía entre ciudades principales (Guayaquil, Naranjal y Naranjito). • Excelente señalización • Adecuada planta turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Industria azucarera de mayor importancia en el país (Ingenio Valdez). • Existe un interés en el desarrollo turístico, por parte del Municipio de Milagro, hacia el cantón. • Ruta de los Viveros, ubicada en vía Milagro-Naranjito donde muchos turistas visitan el lugar, para la compra de una gran variedad de plantas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencia en la promoción turística del cantón Milagro. • Basurero ubicado en la vía Mariscal Sucre, donde da una mala imagen a la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia directa de sitios turísticos que se encuentran cerca de la ciudad de Milagro.

Fuente: Investigación de campo Cantón Milagro.

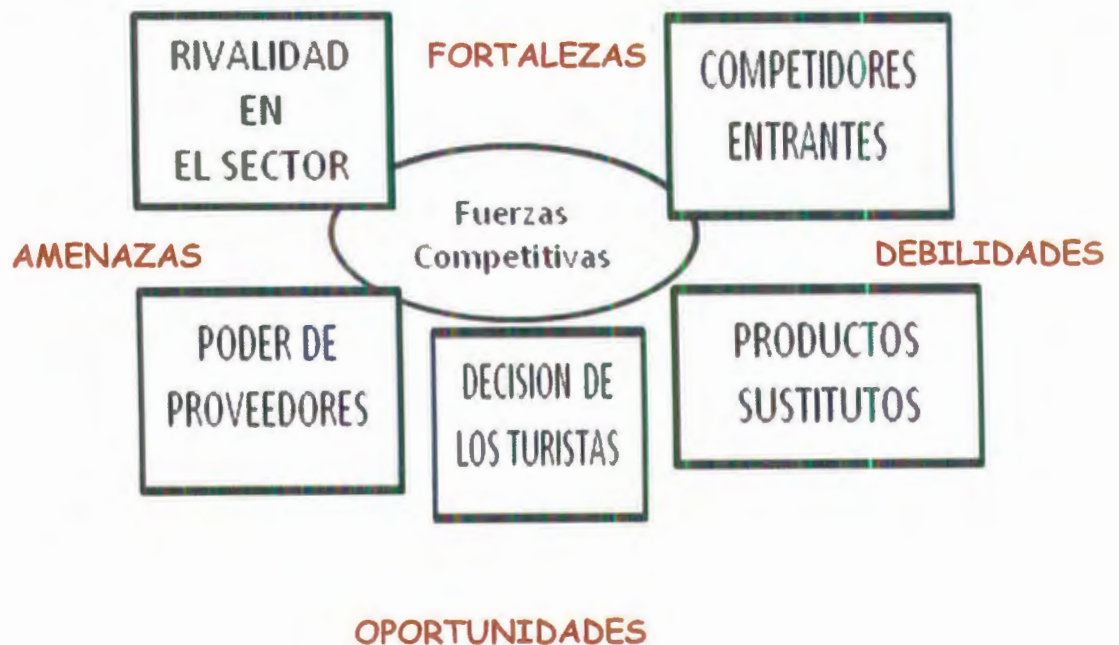
Elaboración: Las autoras

2.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO PROPUESTO

El análisis estratégico se refiere a la evaluación de cinco fuerzas competitivas básicas: competidores potenciales, productos sustitutos, poder de negociación de los turistas, capacidad de negociación de los proveedores y rivalidad actual entre los prestadores de servicios turísticos. El análisis estratégico, permitirá determinar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que influenciarán en el desarrollo del proyecto.

Figura 2.4

Fuerzas competitivas del centro de facilitación turística Milagro



Fuente: Investigación de campo Cantón Milagro.

Elaboración: Las autoras

2.4.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO

Mediante la fuerza competitiva, que no es más que un concepto dinámico que varía a través del tiempo, en el cual se realiza un análisis de entorno competitivo,¹⁵ mencionados en la figura 2.4 los mismos que son: *competidores entrantes, productos sustitutos, poder de decisión de los turistas, poder de negociación de los proveedores, rivalidad en el sector.*

2.4.1.1 COMPETIDORES ENTRANTES

Los competidores entrantes, los mismos que son productos turísticos similares a lo que se ofrece en la propuesta del proyecto. Dentro de ello se realiza un análisis de seis factores, los cuales son los siguientes:

- Integración del sector.
- Diferenciación.
- Inversión.
- Acceso a canales de distribución.
- Exclusividad del producto y
- Apoyo Institucional

¹⁵ Marketing Directo/ Frank Jeckins/ Marketing para el nuevo Milenio, Jaime Gil La Fuente

De esta manera estos factores brindarán información importante sobre la fortaleza del producto a ofrecer, en donde indicaran la posible aparición de competidores potenciales.

❖ **Integración del sector**

Dentro del proyecto existe una cooperación de parte de la comunidad de la ciudad de Milagro ya que el proyecto ayudará al desarrollo turístico del sector. De la misma forma van existir alianzas estratégicas con la planta turística y los servicios turísticos del sitio, de esta manera se dará información al turista indicando, donde puede hospedarse, donde puede ir a comer, que lugares puede visitar y lo más importante, cuanto le va a costar.

❖ **Diferenciación**

El centro de facilitación turístico en el cantón Milagro va ser un producto novedoso, debido a la falta de existencia del mismo en el cantón. Es un sitio que va tener originalidad y calidad siendo un atractivo nuevo, en el cual se va a brindar información y servicios como:

- Información sobre hospedaje y alimentación,
- Visita a lugares donde procesan la caña de azúcar,
- Venta de recuerdos (souvenir),
- Venta de dulces de la zona (piña, guayaba y caña),
- Alquiler de casillero, guías turísticos y

- Área de Internet y folletería.

Mediante una buena estrategia de marketing, en la cual se van a utilizar, panfletos, posters, página Web, etc. De esta manera se logrará un posicionamiento en el mercado, sin olvidar el servicio de calidad, no sólo de los productos que se van a ofrecer o vender, sino también la calidad en cuanto a la atención al cliente que se dará a los turistas que visiten el centro de facilitación turística.

❖ **Inversión**

En cuanto a la inversión del proyecto se deben de medir varios puntos importantes como son los gastos pre-operativos, dentro de ellos tenemos los planos arquitectónicos, los gastos para la construcción del proyecto, los materiales de la obra civil y los suministros para el centro de facilitación. De la misma manera no hay que olvidar los gastos para la promoción de marketing del producto turístico.

❖ **Acceso a canales de distribución**

Entre los canales de distribución que se van a utilizar están las agencias de viajes ubicadas en Milagro, donde se llegará a un acuerdo para que existan alianzas y de esa manera hacer que el producto sea conocido por los turistas. Además se utilizará los medios de comunicación como son las cuñas publicitarias de las radios.

❖ **Exclusividad de Producto**

Debido a que el centro de facilitación turística va estar dentro de un parque temático, hace que el producto sea más exclusivo y tenga un valor agregado.

❖ **Apoyo Institucional**

Para realizar la inversión de la propuesta del proyecto, se especula realizar un crédito a una identidad financiera o proponer el proyecto al municipio del cantón Milagro.

2.4.1.2 PRODUCTO SUSTITUTO

Son productos que brindan una satisfacción similar a la oferta turística del proyecto. Así también es de mencionar que no existe todavía un producto sustituto para la propuesta del proyecto, ya que este sería el primer centro de facilitación turística que se construiría en Milagro. Pero es importante saber que existen servicios similares, pero que no están unidos en un sólo lugar, sino en diferentes sitios. Entre ellos tenemos: los locales de comidas que se encontraran dentro del parque ecológico, así como también los centros de información como es la Cámara de Comercio, las cabinas telefónicas y servicios de internet que ofrecen el servicio en Milagro.

2.4.1.3 PODER DE DECISIÓN DE LOS TURISTAS

La decisión de los turistas es muy importante a la hora de elegir el producto que mejor le convenga, como además se debe tomar en cuenta los siguientes puntos con relación a la oferta:

- **Experiencia de los viajeros.-** los turistas que viajan a la ciudad de Milagro no se los considera como turistas con gran experiencia en viajes, ya que en la actualidad viajan por trabajo, para visitar a la familia o entre otras actividades que de una u otra forma llegan a la localidad a utilizar los servicios de la planta turística como hoteles, restaurantes, etc.

- **Planeación del viaje.-** por lo general los turistas que viajan al cantón Milagro lo hacen de una manera diferente que otros destinos, por la cercanía de ciudades principales como Guayaquil, Naranjal entre otras. Esto hace que no sea necesaria una mayor planeación de tiempo para viajar a este destino.

- **Nivel de gasto promedio.-** según el análisis de demanda turística se ha determinado que el gasto promedio del turista se encuentra entre un nivel de gasto medio.

2.4.1.4 PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES

Para poder realizar el estudio de negociación se ha tomado en cuenta dos sistemas de proveeduría, el primer sistema son todas aquellas empresas que participan directamente con el producto turístico planteado y el otro sistema contiene unidades productoras que suministran insumos al producto.

La propuesta del proyecto de realizar un Centro de Facilitación Turística, comprende en acordar con precios, tarifas de servicios y productos que sean competitivos en el mercado, ya que dentro de este centro de facilitación turística se va a brindar varios de ellos, pero de la misma manera se va a requerir de proveedores que nos ayuden a facilitar estos servicios. Es importante tener toda la información necesaria para poder escoger los mejores precios y calidad de los insumos al momento de comprarlos, es por ello que se debe conocer por medio de entrevistas, cuales serían los proveedores que tengan estas características. Además, de tener toda la información de los atractivos, servicios e infraestructura, como es también conocer los precios de los servicios de alojamiento, restaurantes y centros de recreación (el mismo que se menciona en los anexos de la tesis) al momento de dar información al turista.

2.4.1.5 RIVALIDAD EN EL SECTOR

De la misma manera se debe de mencionar que no existe todavía rivalidad en el sector ya que el producto será pionero en el mercado. En todo caso para un largo plazo se podría analizar, si existiría rivalidad en el sector.

2.4.2 FODA DEL PROYECTO

Mediante el siguiente análisis FODA se determinará las fortalezas y debilidades como también las oportunidades y amenazas, las cuales se presentan previo y durante la operación del proyecto, tiene como función de mostrar los factores a los cuales se debe de prestar mayor atención, así también se debe establecer estrategias específicas, eficientes y preventivas, dependiendo de los resultados positivos que se encuentren al momento de la gestión y la comercialización del proyecto.

A continuación se detalla en la Tabla 2.11 el análisis FODA del proyecto:

Tabla 2.11
Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Será el primer Centro de Facilitación Turística en Milagro. • Ubicación estratégica dentro de un parque ecológico. • Ofrecer variedad de servicios a los turistas. • Calidad en el servicio y en la atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación por parte de la localidad para la construcción de un Centro de facilitación Turística. • Autoridades locales interesadas. • Inversionistas privados interesados en la propuesta del proyecto
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencia en la promoción turística del cantón Milagro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con los locales que se van a encontrar en el parque ecológico.

Fuente: Investigación de campo, Cantón Milagro

Elaboración: Las autoras

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

En el cantón Milagro provincia del Guayas se ha propuesto implementar un Centro de Facilitación Turística y lo entendemos como “lugar en el cual se brindan diversidad de servicios y actividades como es información, Internet, casilleros de alquiler, venta de souvenirs, para que de esta manera los turistas satisfagan sus necesidades e inquietudes” y de este modo promover el turismo del cantón.

3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

El Centro de Facilitación Turística se lo construirá dentro del Parque Ecológico Milagro, proyecto elaborado por el Municipio, el mismo que estará ubicado en el sector sur-oriental de la Ciudad de Milagro al que se podrá acceder por la Av. Jaime Roldos; el Parque cuenta con una superficie de 23.65 hectáreas las mismas que están divididas en 12 áreas.

El Centro de Facilitación Turística se lo encontrará en el área administrativa del Parque Ecológico Milagro, esta se encuentra ubicada en la sección de ingreso del parque.

El área administrativa del Parque Ecológico Milagro se asienta en un área de 1 Ha. de superficie, de dicha área el Municipio donó 120 metros cuadrados de superficie y para uso de la edificación de dicho centro se utilizará 12,99 metros de largo por 9,11 metros de ancho.¹⁶ . (Ver anexo 5 y 6).

¹⁶ Proyecto, Parque Ecológico Milagro

3.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PARQUE ECOLÓGICO MILAGRO

El Parque Ecológico Milagro, proyecto elaborado por la municipalidad del cantón cuenta con una superficie de 23.65 hectáreas de las cuales se encuentran distribuidas en 12 áreas, a continuación se especifica con que cuenta cada una de ellas.

Tabla 3.1
Descripción del Parque Ecológico Milagro

Área de parqueo	Vehículos Buses turísticos Caseta para cobro de parqueo
Área de ingreso	Hall de ingreso Monumento simbólico Áreas verdes
Áreas Administrativa	Administrador Sala de reuniones del parque "Centro de Facilitación Turística Milagro" Áreas Verdes
Área de eventos	Hall de ingreso Sala para reuniones de hasta 100 pax Baños
Área de restaurante	Área de atención Cocina Despensa Baños
Área de museo	Hall de ingreso Sala de exposición Bodega
Área de parque infantil	Juegos Infantiles Banco de descanso Pileta Áreas Verdes y arborización Senderos

Área de Cabaigata	Cabañas rusticas Caballeriza Mirador turístico Áreas Verdes y arborización Senderos
Área de zoológico	Ingreso principal cubierto Baños Jaula para animales (mono, pato, maría tesón, guanta, armadillo, perico ligero, etc. Clínica veterinaria Bodega de alimentos Bancas de descanso Áreas Verdes y arborización Senderos
Área de navegación	Puente peatonales de madera Muelles flotantes Canoas de remo Botes de pedal
Área de bosque	Pista para trotar Bancas de descanso Bosque
Área de tren	Estación principal Estaciones de parada Locomotora Vagones de pasajeros Taller-Bodega

Fuente y elaboración: Las autoras



LICTUR - BIBLIOTECA

3.2 DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES Y SERVICIOS A DESARROLLAR

En el Centro de Facilitación Turística se ha determinado desarrollar las siguientes áreas que a continuación se detallará los servicios y actividades de cada una.

Tabla 3.2
Áreas del Centro de Facilitación Turística Milagro

ÁREA DE ALIMENTACIÓN	
➤	BAR – SNACK
ÁREA DE DESCANSO	
➤	MESAS Y SILLAS
ÁREA DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS	
➤	COUNTER DE INFORMACION. <ul style="list-style-type: none"> ↗ SERVICIO DE GUIANZA (opcional) ↘ ALQUILER DE CASILLEROS
➤	ALQUILER DE INTERNET Y TELEFONO
➤	VENTA DE ARTESANIAS → VENTA DE DULCES DE LA ZONA
➤	BAÑOS PÚBLICOS
ÁREA DE ADMINISTRATIVA	
➤	OFICINA CON BAÑO PRIVADO
➤	CUARTO DE ENSERES DE LIMPIEZA

Fuente y elaboración: Las autoras

3.2.1 ÁREA DE ALIMENTACIÓN

El cual es el bar – snack que contará con una superficie de 12 metros cuadrados en la que los visitantes podrán adquirir bebidas como son gaseosas, agua, energizantes, jugos, tortillas de verde, mermeladas de piña, muchines, fruta de pan, batidos de piña y tostadas.

3.2.2 ÁREA DE DESCANSO

Esta área tiene una superficie de 5.10 de diámetro con capacidad de 20 personas ya que se colocarán 5 mesas con 4 sillas respectivamente en la cual los visitantes disfrutarán de los piqueos que deseen mencionados anteriormente.

3.2.3 ÁREA DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS

Estará dividida en 3 locales los mismos que están separados para una correcta atención y funcionalidad estos son:

- Counter de información.
- Internet.
- Venta de artesanías.

➤ **Counter de información.**

Con una superficie de 1.50 de diámetro, aquí los visitantes podrán recibir toda la información necesaria referente al parque (esto es con que cuenta el parque así como también la flora y fauna que existirá en el mismo); también pondrá conocer la información de los sitios de hospedaje y alimentación, sitios a visitar en Milagro y sus zonas aledañas igualmente contaremos con servicio de alquiler de casilleros y guianza si el turista lo requiere. Aquí también los diferentes organismos o empresas relacionadas con el turismo pueden promocionar sus productos turísticos.

Se ofrecerá para los visitantes folletos y afiches con los diferentes atractivos turísticos del Ecuador los que se pueden adquirir por medio de la Subsecretaria de Turismo del Guayas.

➤ **Alquiler de internet y telefonía.**

Esta área con una superficie de 12 metros cuadrados los visitantes podrán hacer uso de las dos computadoras que se alquilarán para el servicio de Internet y de la misma manera el alquiler de teléfono para llamadas nacionales, internacionales y/o celulares.

➤ **Venta de artesanías.**

En esta área con una superficie de 12 metros cuadrados los visitantes podrán adquirir recuerdos como son: llaveros, plumas, pulseras de hilo, destapadores, camisetas, gorras, stickes, entre el material más importante que se utilizará para realizar las artesanías será la

tagua. Además todos estos productos serán representados con la insignia del cantón, que es la piña. Así también se venderán dulces elaborados con las frutas de la zona como mermelada de piña, guayaba y dulce de guayaba. Se venderá el “jabón negro” el cual posee propiedades curativas para enfermedades de la piel elaborado de sebo de res, cenizas del tallo del banano que una vez cortados y secados al sol se le añade detergente (cloro o pequeñas cantidades de lejía sello rojo), se debe recalcar que éste producto es típico de la zona y es una oportunidad para ofrecerlo como algo novedoso a los visitantes.

3.2.4 ÁREA DE BAÑOS PÚBLICOS

Esta área que consta de 12 metros cuadrados, estará designada para los baños públicos de los visitantes, uno para los hombre y otro para mujeres, los mismos que ofrecerán servicio higiénico y lavamanos cada uno.

3.2.5 ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

Con una superficie de 12 metros cuadros tendrá una oficina en la cual se manejará la administración del centro así como al personal. De la misma manera contará con una batería sanitaria y su lavamanos, también existirá una pequeña bodega para guardar productos de limpieza.

Tabla 3.3
Servicios y Actividades del Centro de Facilitación Turística

CANTIDAD	ÁREAS DE SERVICIO	ACTIVIDADES
1	Bar – snack	Vender productos Preparar alimentos
1	Área de descanso	Reunirse Sentarse Comer
1	Counter de información	Brindar información y repartir folletería Servicio de guianza Casilleros (guardar pertenencias)
1	Área de Internet y teléfono	Uso de las computadoras (Internet) Llamadas telefónicas

1	Venta de artesanías	Vender y exponer mercadería Venta de dulces de la zona
3	Baños Públicos	Ocupar baño y lavamanos

Fuente y elaboración: Las autoras

3.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS

La estructura del Centro de Facilitación Turística será construida dentro de los predios del proyecto Parque Ecológico Milagro. Tendrá una estructura de armazón metálico, la misma que tendrá paredes de ladrillo. (Ver Anexo 7)

Las paredes serán pintadas en la técnica acabado tipo madera, para que la construcción tenga una apariencia similar a una edificación construida con madera.

El soporte de la cubierta también es de estructura metálica sobre esta se colocará una loza cáscara y en la parte más alta, es decir en la parte central llevara una cúpula de acrílico con forma de semicircunferencia. (Ver Anexo 8)

Para atención de los visitantes dicha edificación contará con un área de descanso de 5.10 de diámetro y alrededor de esta se encontraran 6 áreas divididas funcionalmente para un buen servicio. (Ver Anexo 9)

Tabla 3.4
Dimensiones de las áreas del Centro de Facilitación Turística

ÁREAS	LARGO	ANCHO	TOTAL
Venta de artesanías	4.09	2.96	12.10
Área de descanso	5.41	2.56	13.84
Internet	4.14	2.95	12.21
Bar	4.12	3.09	12.73
Baños	4.08	2.93	11.95
Administración	4.29	3.01	12.91
Counter de información	3.55	2.01	7.13

Fuente y elaboración: Las autoras

El piso del Centro de Facilitación Turística estará cubierto de cerámica antideslizante de alto tráfico.

3.4 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPAMIENTO A REQUERIR

En el Centro de Facilitación Turística se ha determinado que cada área necesita sus implementos o herramientas para poder ofrecer al visitante la atención que se merece por lo que a continuación se detalla el equipamiento de cada una de las mismas:

Tabla 3.5
Área de alimentación.

EQUIPOS	Cantidad	Costo Unitario
Frigorífico" modelo vfv 520"	1	960,00
Cocina 3 hornillas	1	85,00
Campana de extracción de humo	1	60,00
Licuadora	1	83,00
Sanduchera	1	50,00
Aire acondicionado	1	515,00
Máquina registradora	1	600,00
Olla No 12	1	15,00
Sartén de teflón Imusa 30 cm. Diámetro	1	21,71
Cantinflora	1	5,50
Docenas de cucharas de acero	1	4,50
Docenas de tenedores de acero	1	4,50
Docenas de cuchillos de acero	1	4,50
Cuchillo de cocina	3	5,50
Cuchara de acero inoxidable para freír	2	8,00
Tenedor de acero inoxidable para freír	2	8,00
Cucharas desechables paquete de 50	1	1,00
Tenedores desechables paquete de 50	1	1,00
Cuchillos desechables paquete de 50	1	1,20
Majador	1	1,20
Rallador	1	1,20
Exprimidor de limón	1	2,50
Platos desechables N° paquete de 25 unidades	2	2,00
Charoles de acero inoxidable	4	20,00

Vasos coleros desechables de 100 unidades	1	3,50
Vasos para bebidas calientes de 7 onzas de 25 unidades	1	1,50
Paquete de servilletas	1	0,80
Paquete de palillos	1	0,25
Palilleros	2	0,40
Repostereros para ají	5	1,50
Servilleteros	6	1,00
Bandejas de plástico de autoservicio	6	2,50
Cubetas de hielo	2	0,40

Fuente y elaboración: Las autoras

Tabla 3.6
Área de descanso

Equipos	Cantidad	Costo Unitario
Juegos de comedor aluminio (5mesa y 4 sillas)	5	178,00
Floreros	5	10,00

Fuente y elaboración: Las autoras

Área de información y servicios.

Tabla 3.7
Counter de información.

Equipos	Cantidad	Costo Unitario
Escritorio y silla	1	160,00
Floreros	1	10,00
Impresora	1	100,00
Computadora	1	500,00
Cuadro de pared	1	20,00
Teléfono	1	20,00
Mueble de casilleros (12)	1	150,00

Fuente y elaboración: Las autoras

Tabla 3.8
Alquiler de internet y telefonía

Equipos	Cantidad	Costo Unitario
Escritorio y silla	1	160,00
Floreros	1	10,00
Computadora	3	500
Teléfono	3	20
Mueble de computadora y silla	2	100
Impresora	1	100
Aire acondicionado	1	515
Afiches de Parque Ecológico Milagro	1	20

Fuente y elaboración: Las autoras

Tabla 3.9
Venta de artesanías

Equipos	Cantidad	Costo Unitario
Repisa para recuerdos	1	380,00
Máquina registradora	1	600,00
Afiches del cantón Milagro	1	20,00
Florero	1	10,00

Fuente y elaboración: Las autoras

Tabla 3.10
Baños públicos

Equipos	Cantidad	Costo Unitario
Inodoro	2	14,50
Lavamanos con soporte	2	50,00
Dispensador de papel de plástico	2	2,50
Dispensador de jabón de aluminio	2	4,00
Espejo	2	15,00

Fuente y elaboración: Las autoras

Tabla 3.11
Área de administración

Equipos	Cantidad	Costo Unitario
Escritorio y silla	1	160,00
Computadora	1	500,00
Impresora	1	100,00
Aire acondicionado	1	515,00
Teléfono	1	20,00
Cuadro de pared	1	20,00
Inodoro	1	14,50
Lavamanos con soporte	1	50,00
Dispensador de papel de plástico	1	2,50
Dispensador de jabón de aluminio	1	4,00
Espejo	1	15,00

Fuente y elaboración: Las autoras

Tabla 3.12
Cuarto de enseres de limpieza

Rubro	Cantidad	Precio Unitario
Escoba cerdas suaves	1	1,80
Recogedor de basura	1	1,50
Esponja antibacterial (platos)	1	0,70
Esponja lana (hollin)	1	0,35
Funda detergente kilo	1	2,05
Lavavajilla tarrina 500 gr	1	0,90
Cloro litro	1	1,10
Desodorante ambiental	1	0,80
Paquete fundas basura 30x50 de 25	1	0,40
Paquete fundas basura tacho 75 lt	1	1,10
Jabones de olor	1	0,40
Tacho plástico de 56 lt (residuos plásticos cocina)	1	5,60

Fuente y elaboración: Las autoras

3.4.1 CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA DEL PROYECTO

El Centro de Facilitación Turística Milagro en sus diferentes áreas de servicio tiene espacio para atender las necesidades de hasta 50 personas si se ocuparán todos los servicios que el centro posee a la vez

Tabla 3.13
Capacidad de Carga Turística del Centro de Facilitación Turística Milagro

Cantidad	Áreas de Servicios	Especificaciones	Capacidad de Carga
1	Bar – snack	Mesón amplio	1
1	Área de descanso	5 mesas con sus 4 sillas	20
1	Counter de información	Con espacio de 3 personas a la vez	3
1	Área de Internet	3 computadoras	3
1	Área de teléfono	3 teléfono de alquiler	3
1	Área de casilleros	12 casilleros	12
1	Venta de artesanías	Con espacio de 10 personas a la vez	10
3	Baterías sanitarias	3 baños	3
1	Área Administrativa	con espacio para 2 personas a la vez	2
Total			50

Fuente y elaboración: Las autoras

El Centro de Facilitación Turística Milagro tiene capacidad para 50 plazas como máximo, pero hay que tomar en cuenta que tendrá 1 hora de mayor afluencia esta serán de (12:00 a 13:00) por lo que se presume una visita de 100 personas con una permanencia de 30 minutos. En el siguiente cuadro se explica que si una persona permanece 30 minutos, entonces, en una hora habrá dos personas, por lo tanto dos personas por cincuenta plazas da un total de 100 personas.

50 plazas

Permanencia de 30 minutos por 1 hora entonces son 2 personas

$$2 \text{ pax} * 50 \text{ plazas} = 100 \text{ pax}$$

3.5 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

El cantón Milagro tiene una superficie plana y en algunos sectores cuenta con aguas subterráneas las cuales se denominan acuíferos lo que hace que esta tierra sea muy fértil, cuenta con muy poca flora y fauna producto del mal uso de los recursos naturales. Es importante acotar que el Centro de Facilitación Turística no presentará problemas de inundación, debido a que se construirá en una zona alta y en sus alrededores no existe ningún río, a excepción del estero Berlín.

Cabe mencionar que el cantón Milagro cuenta con planta e infraestructura turística; en ciertos lugares se benefician con los servicios básicos como son sistema de alcantarillado, agua potable y energía eléctrica que se la puede encontrar en su totalidad; en cuanto a sus calles en el casco comercial están pavimentadas mientras que en las zonas suburbanas solo un 30 % lo están.

El municipio del cantón Milagro ha elaborado un plan de manejo ambiental para la construcción del parque, pero el proyecto de tesis que se está proponiendo es muy aparte del municipio entonces se ha determinado que el estudio de los impactos negativos y positivos a evaluar en el centro de facilitación turística serán usando las siguientes matrices:

1.- Causa –Efecto y

2.- Leopold

Estas nos ayudaran a identificar y cuantificar los impactos que generaría nuestro proyecto.

3.5.1 MATRIZ CAUSA – EFECTO

Gracias a esta matriz estaremos identificando los diferentes impactos que pueden acarrear al momento de cada etapa del proyecto como es en su diseño, construcción, operación y abandono; de la misma manera se detalla en que medio afectaran los

impactos que producirá nuestro proyecto de los cuales su interpretación es: aceptable A; crítico C; e inaceptable I.

Por lo tanto Aceptable son aquellos impactos que no implican riesgo o no tienen importancia en el medio físico, biótico y cultural; los impactos Críticos tienen una importancia significativa ya que estos podrían transformarse en inaceptables en cualquier etapa del proyecto en que se presente y los impactos Inaceptables afectarían considerablemente la ejecución y desarrollo del proyecto. (Ver Anexo 10)

➤ **Impactos sobre el aire**

Este se creará al momento de la construcción ya que se utilizarán equipos o maquinarias pero no afectara notablemente por lo cual es un impacto aceptable, pero en la operación si tendría un impacto critico por lo debemos considerar el número de vehículos ya ingresen. Cabe indicar que el tiempo de construcción será de aprox. 2 meses.

➤ **Impactos sobre el agua**

No indican un impacto perjudicial para la zona, más bien esta se beneficiaria ya que el Centro de Facilitación Turística se lo hará en un proyecto del municipio, el cual para poner en marcha debe realizar las instalaciones tanto de agua potable como aguas servidas. El Centro de Facilitación Turística contará en sus instalaciones con 3 servicios higiénicos, cuya descarga se conectará al sistema de alcantarillado sanitario de la ciudad.

➤ **Impactos sobre el suelo**

Para la edificación será necesaria una excavación superficial, limpieza y desmonte de maleza lo que implica un impacto aceptable en la construcción pero en la productividad en el caso de la construcción, operación y abandono un impacto crítico ya que en dicho sector ya no se podrá sembrar.

➤ **Impactos sobre flora y fauna**

El sector de ubicación del proyecto corresponde a un área ambientalmente intervenida, y no está dentro de un área protegida.

De manera localizada se verán afectados tanto la flora como la fauna en la construcción, ya que algunas especies emigrarán mientras que otras desaparecerán por lo que es un impacto crítico. Mientras que la fauna en operación se lo toma como inaceptable porque ésta no regresará a su lugar de origen y por otro lado la flora se la puede transplantar por lo que se considera un impacto aceptable.

➤ **Impactos sobre el paisaje**

Este impacto es aceptable por lo que cambiará notablemente el sector y creará una identificación a los milagreños, ya que será parte de la promoción turística que está realizando el municipio de Milagro.

➤ **Impactos sobre la población**

Este generará un impacto favorable ya que son tierras no utilizadas y a su vez será una fuente de empleo para los pobladores del sector. El carácter del impacto es calificado como positivo, de intensidad moderada, de largo plazo, reversible, y de importancia localizada.

➤ **Impactos sobre otros aspectos**


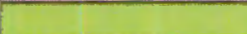


Manejo de desperdicios

Se puede presentar un impacto crítico en la construcción por los desperdicios que se generen en el mismo ya sean sólidos y líquidos así como también materiales de construcción, escombros de cemento pero para ello se contará con la ayuda del Municipio.

3.5.2 MATRIZ DE LEOPOLD

Para realizar el estudio de Impacto Ambiental se ha considerado emplear la matriz de Leopold ya que es una de las metodologías más utilizadas, en la valoración el máximo total que se puede proporcionar es de 10 y el mínimo de 0.

Se ha establecido asignar ciertos rangos utilizados para medir los impactos, a continuación se detallan los mismos:

NEUTRO = 0	
BAJO = 1 al 3	
MEDIO = 4 al 7	
ALTO = 8 al 10	

Acorde con estos rangos se ha realizado el cuadro de Leopold, en el que se muestran las acciones/actividades a realizar y sus componentes ambientales. (Ver Anexo 11)

Una vez concluida la matriz de Leopold se ha determinado cuales serán los posibles impactos ambientales del proyecto, evaluando así los impactos positivos y negativos más representativos, tanto en las actividades/acciones como en sus componentes. Se ha podido determinar que en las actividades/acciones los impactos negativos más importantes son la influencia del campamento en la obra y la transportación de materiales. Mientras que en los componentes ambientales se ven afectados aire / ruido y vibración, además en los impactos positivos está el empleo con la mayor puntuación.

Impactos Negativos (actividades-acciones)

Influencia del campamento en la obra

En cuanto a este impacto negativo se generará en la etapa de construcción ya que el lugar es una zona deshabitada en la que todavía se pueden encontrar aunque en muy poca

proporción ciertas especies de flora (ciruela, balsa, niguito, achiote) y fauna (palomas, pericos, jilgueros, tilingos), pero se lo podría calificar como un impacto mínimo.

Transportación de Materiales

De igual manera un impacto negativo ocasionado en la etapa de construcción en la que se verán afectados la vegetación y la fauna como se ha mencionado en el párrafo anterior.

Soluciones propuestas

- Se sugiere al Municipio que envíe personal de limpieza para que de esta forma no se acumule desperdicios de la construcción, igualmente que el Municipio se comprometa a colocar una batería higiénica portátil para el personal de la obra.
- Cuando se esté construyendo las volquetas y / o camionetas solamente podrán ingresar en horarios establecidos por el Municipio para que no haya afluencia de vehículos con materiales de construcción constantemente.

Componentes

Aire / ruido y vibración

En el componente ambiental aire / ruido se genera el mayor impacto negativo ocasionado en la etapa de construcción y operación con una duración permanente.

Soluciones propuestas

- En la etapa de construcción se recomendaría que los vehículos tengan tubo de escape y que circulen a 40 Km. por hora.
- En la etapa de operación, según el estudio realizado por el Municipio han determinado que el parqueo será para 300 vehículos por lo que se propondrá como medida de prevención colocar señalización a la entrada y puntos estratégicos alrededor del área de parqueo que indiquen mediante símbolos: a qué velocidad circular, el uso de la bocina etc.

Impactos positivos

Empleo

A este componente se lo califica como un impacto positivo, de duración permanente ya que generará una entrada de ingreso tanto en la etapa de construcción así como en la operación.

CAPÍTULO IV

4. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El Centro de Facilitación Turística será administrado por los habitantes del cantón Milagro y estará ubicado estratégicamente dentro del Parque Ecológico Milagro. Para la construcción del Centro de Facilitación se ha tomado en cuenta distribuir ciertas áreas como son: de alimentación (snacks), descanso (mesas y sillas), información (turística) y área administrativa (oficina).

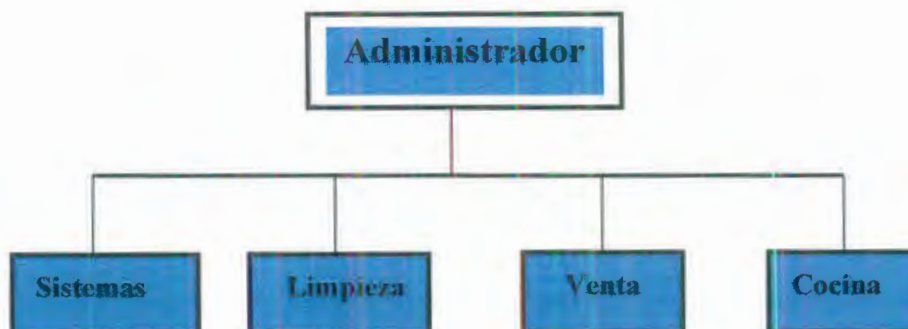
Por ser un equipamiento turístico nuevo en el cantón, se ha determinado que el Centro de Facilitación Turística sea un negocio con fines de lucro para que genere ganancias y empleo, así mismo para la construcción del proyecto, se contratará mano de obra del cantón y también para la operación se requerirá recursos humanos de Milagro y así se beneficie la comunidad receptora y sea el turismo un ingreso adicional a su actividad cotidiana. El Centro de Facilitación contará con un administrador, un encargado del área del internet, limpieza, un cocinero y un vendedor. A continuación se detalla mediante una tabla el número de trabajadores, el cargo que desempeñarán y los horarios a laborar.

Tabla 4.1
Nómina de Empleados

CANTIDAD	CARGO	HORARIO
1	Administrador	De Martes a Domingo de (08:00 a 16:00)
1	Sistemas	De Martes a Domingo de (08:00 a 16:00)
1	Limpieza	De Martes a Domingo de (08:00 a 16:00)
1	Venta	De Martes a Domingo de (08:00 a 16:00)
1	Cocina	De Martes a Domingo de (08:00 a 16:00)

Fuente y elaboración: Las autoras

4.1.1 ORGANIGRAMA DEL CENTRO DE FACILITACIÓN



4.1.1.1 FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

Tabla 4.2
Funciones del Administrador

NOMBRE DEL CARGO:	Administrador
SUPERVISA A:	Encargado de Sistemas, Limpieza, Ventas y Cocina
PERFIL	
* Poseer estudios universitarios	
* Experiencia mínima de 2 años en cargos similares	
* Conocimientos básicos de idioma inglés	
* Manejo de equipo y tecnología	
* Hombre o mujer de 25 a 45 años	
* Buenos principios, responsable y ética profesional	
FUNCIONES	
* Revisar las cuentas internas del centro de facilitación	
* Promocionar y difundir los servicios y actividades del centro	
* Control y manejo de las ventas que genere el centro	
* Manejo de personal	

Fuente y elaboración: Las autoras

4.1.1.2 FUNCIONES DEL ENCARGADO DE SISTEMAS

Tabla 4.3
Funciones del encargado de Sistemas

NOMBRE DEL CARGO:	Encargado de Sistemas
PERFIL	
* Edad comprendida entre 21 y 30 años	
* Estudios Universitarios	
* Cursos de Utilitarios	
* Buena actitud y disposición de servicio	
FUNCIONES	
* Realizar chequeos del hardware y software	
* Alquiler de computadoras	

Fuente y elaboración: Las autoras

4.1.1.3 FUNCIONES DEL ENCARGADO DE LIMPIEZA

Tabla 4.4
Funciones del encargado de Limpieza

NOMBRE DEL CARGO:	Encargado de Limpieza
PERFIL	
* Estudios Primarios	
* Ser dinámico	
* Conocimientos en manejo de equipos de limpieza	
FUNCIONES	
* Mantener áreas en buen estado	

Fuente y elaboración: Las autoras

4.1.1.4 FUNCIONES DEL ENCARGADO DE VENTAS

Tabla 4.5
Funciones del encargado de Ventas

NOMBRE DEL CARGO:	Encargado de Ventas
PERFIL	
* Actitud de servicio	
* Alegre	
* Experiencias en áreas similares	
FUNCIONES	
* Ventas de souvenirs	
* Alquilar casilleros	

Fuente y elaboración: Las autoras

4.1.1.5 FUNCIONES DEL PERSONAL DE COCINA

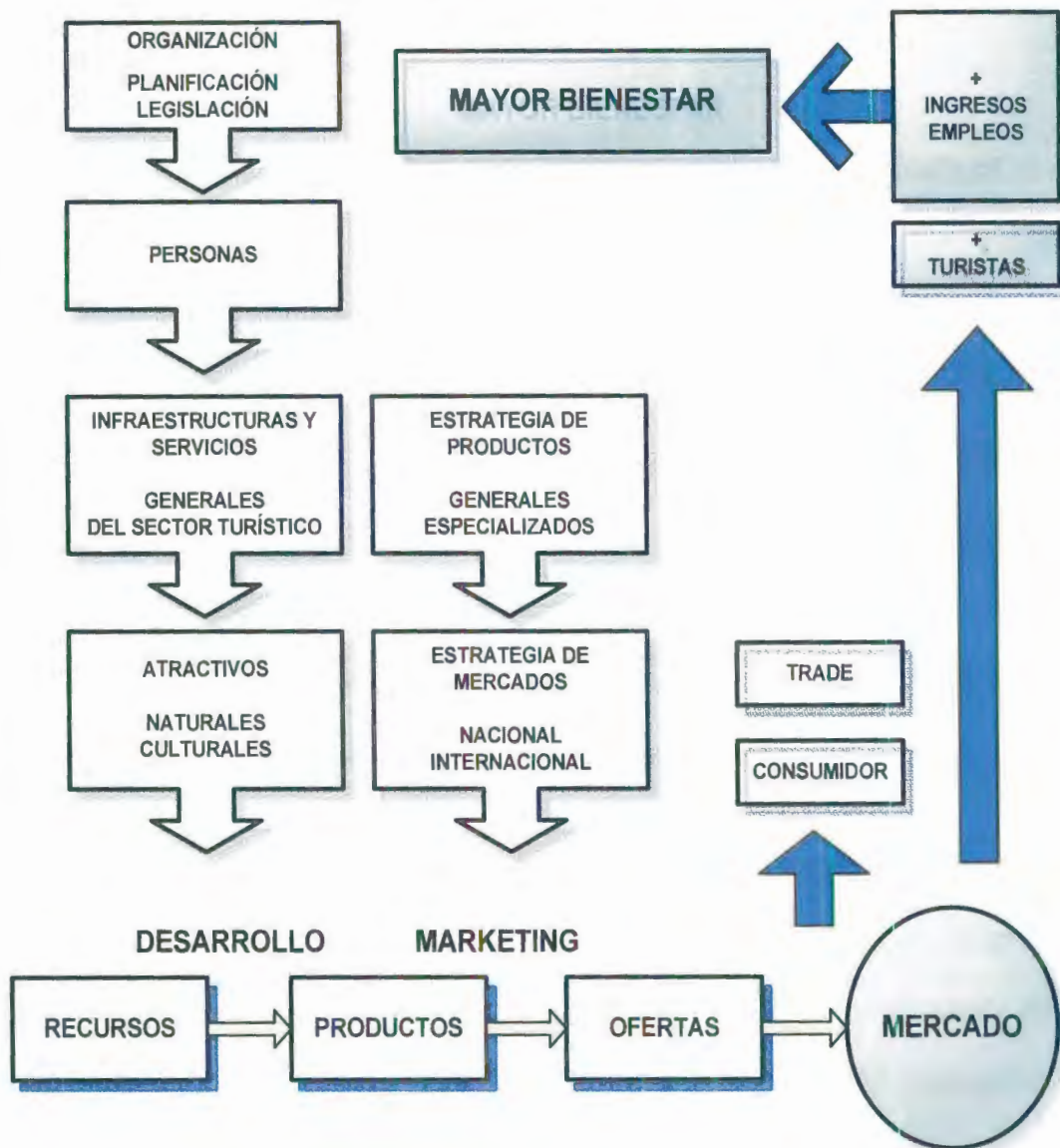
Tabla 4.6
Funciones del encargado de Cocina

NOMBRE DEL CARGO:	Encargado de Cocina
PERFIL	
* Conocimientos básicos de cocina y manipulación de alimentos	
FUNCIONES	
* Preparar diferentes alimentos	
* Vender los productos	

Fuente y elaboración: Las autoras

4.2 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

Figura 4.1
El marketing en el proceso del desarrollo turístico



Fuente: Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador
Elaboración: Las autoras

En el flujo grama se puede apreciar cómo puede ser el desarrollo ideal de un destino turístico y cómo el marketing influye en este proceso acercando la oferta al mercado; siendo como objetivo final el bienestar de las comunidades en donde se desarrolla la actividad turística.

De acuerdo al Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador, realizado en el año 2003 por la consultora española Marketing Systems, existen dos enfoques metodológicos de planificación turística para la consecución de los objetivos de crecimiento turístico de una región. Uno, a partir de la existencia de atractivos naturales o culturales pero todavía sin productos turísticos, da prioridad a la formulación del Plan de Desarrollo Turístico, ya que sin producto no hay turistas. Otro enfoque es el que, tomando como base los productos existentes, se inicia con el Plan de Marketing Turístico que, al atraer más turistas de los existentes en la actualidad, actúa como acelerador del proceso de cambio necesario.

El cantón Milagro se encuentra al momento en un Plan de Desarrollo local en el que carece de promoción suficiente para incrementar el número de visitantes. El presente proyecto representa una oportunidad para promocionar al cantón y afianzarlo en las mentes de los turistas con acciones concretas para asegurar así la continuidad del flujo de turistas y asegurar la permanencia en el tiempo del negocio.

A continuación se detallan los objetivos generales y específicos del proyecto con las respectivas estrategias y líneas de acción que se deben seguir para conseguir el éxito del mismo.

Tabla 4.7
Matriz Objetivos y Estrategias del Centro de Facilitación Turística del Cantón Milagro

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL CENTRO DE FACILITACIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA MILAGRO		
Objetivo General del Proyecto:	Estrategias	Acciones
<i>Desarrollar un centro de Facilitación Turística en la parroquia Milagro para aportar con el desarrollo del lugar.</i>		
<p>1. Objetivo Específico:</p> <p>Analizar los aspectos turísticos que posee el Cantón Milagro para la realización del proyecto.</p>	<p>1.1 Realizar una visita de campo.</p>	<p>1.1.1 Efectuar un inventario de los atractivos e infraestructura que posee el cantón Milagro.</p>
<p>2. Objetivo Específico:</p> <p>Establecer los aspectos turísticos que ofrecerá el Centro de Facilitación Turística a los visitantes tanto nacionales como extranjeros</p>	<p>2.1 Crear un producto que esté acorde con los gustos y preferencias de nuestro mercado meta.</p>	<p>2.1.1 Desarrollo de una investigación de mercado para conocer las demandas de los visitantes.</p> <p>2.1.2 Diseño de un modelo de centro que permita albergar los diferentes servicios.</p> <p>2.1.3 Realizar acuerdos con proveedores locales y demás, para que provean al centro de los diferentes insumos necesarios para su operación.</p>

4.2.1 VISIÓN

Ser el principal proveedor de actividades, servicios e información de Milagro.



4.2.2 POSICIONAMIENTO

Lograr que los turistas conozcan la existencia del Centro de Facilitación Turística en Milagro para provocar en ellos el interés de visitar, es por eso que se muestra a continuación la marca, logotipo, mensaje permanente, entre otras herramientas.

4.2.3 MARCA Y LOGOTIPO

Para proyectar una buena imagen hacia las personas que visitarán el Centro de Facilitación se propone la creación de una marca de gran impacto visual que proyecte a la marca de tal manera que sea agradable, entendible y de fácil comprensión y así aprovechar este como una fortaleza de nuestro proyecto de tesis.

Es por eso que se ha decidido crear un nombre comercial al Centro de Facilitación Turística para que de ésta manera los turistas puedan relacionar el nombre y el logo con el propósito del centro. Es así que se ha decidido crear el nombre "DESCUBRE" ya que siendo una pequeña palabra se crea en el turista la curiosidad y deseos de conocer más sobre el lugar.

Es así que éste también se ha diseñado un logotipo que refuerce mediante gráfico la sugerencia de visitar Milagro, lugar donde se encuentra el Centro de Facilitación

Turística. Es por eso que para diseñar el logo representativo del centro se ha utilizado un símbolo representativo del cantón como los son las piñas la cual se harán de forma clara y dinámica donde los turistas tanto nacionales y extranjeros lo reconozcan fácilmente. También se acompañará al logo con una frase o slogan para impulsar el concepto de la marca, es así que se ha pensado en “DESCUBRE LAS MARAVILLAS QUE ESCONDE MILAGRO“

Figura 4.2
Logotipo del Centro de Facilitación turística Milagro



Fuente y elaboración: Las Autoras

También se ha implementado una señalética que se las ubicará estratégicamente a lo largo de cada punto (lugar) hacia Milagro, la señalética será llamativa y contendrá imágenes pequeñas de los servicios que pueden encontrar en Milagro, además se colocará la frase que identificará al centro para que los turistas vayan relacionando el nombre con el centro.

Figura 4.3
Señalética con uso de la marca Descubre Milagro



Fuente y elaboración: Las autoras

4.3 PLAN DE PROMOCIÓN

4.3.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas en distintos lugares como el parque Central de Milagro, la Terminal Terrestre, el centro comercial Shopping de Milagro y la Iglesia, se ha determinado que el mercado meta a los que se deberá apuntar son Guayaquil, Naranjal y Naranjito, acorde con los datos obtenidos de las encuestas se aplicarán las siguientes herramientas de promoción que se detallan a continuación:

4.3.1.1 PRODUCTO

- De acuerdo a las encuestas, para que este producto obtenga el éxito deseado se va a dirigir a turistas nacionales (Guayaquil, Naranjal y Naranjito) sin excluir al resto de mercado ya que de igual manera se va a realizar una promoción masiva.
- Dentro del Centro de Facilitación Turística las actividades y servicios que se ofrecerán serán variadas siempre enfocando la tranquilidad y el descanso como principal objetivo para los visitantes, además se complementarán con los demás servicios que ofrecerá el Parque Ecológico Milagro.

- El producto turístico que se está proponiendo como proyecto de tesis dentro de los servicios que ofrecerá será: el de promover la fruta típica de la zona como lo es la piña, es por eso que en el Centro de Facilitación contará con un área (snacks) donde se procesará la piña en mermelada, batidos y jugos, también se ofrecerá la fruta de pan ya que es típico de la zona con otras frutas de la zona para que el turista deguste de las delicias de Milagro.
- Como otros servicios que prestará el Centro de Facilitación Turística será el dar información turística a los visitantes a lugares como: Ingenio Valdez, Las Cataratas, Viveros, etc.
- Contará también con servicio de alquiler de computadoras y alquiler de casilleros para dar un mayor servicio a los turistas.
- Se venderán camisetas, gorras y llaveros utilizando la marca del centro impresa en todos los artículos, con el objetivo de darle consistencia a la imagen y lograr su posicionamiento en la mente de los consumidores. Además cabe recalcar que la mayoría de los artículos que se venderán serán elaborados a base de tagua y materiales afines.

4.3.1.2 PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Para poder hacer llegar el producto turístico propuesto, es necesario emplear los siguientes canales de distribución como se detallan a continuación:

- *Agencias de Viajes:* se debe considerar alianzas estratégicas entre el Municipio del cantón y las agencias de viajes de reconocida trayectoria, éstas serán responsables de ofrecer información óptima al turista y de darle una nueva opción a los mismos.
- *Hoteles:* Se contactarán a los jefes de relaciones públicos de los hoteles de mayor trayectoria en el país como lo son Hilton Colón, Oro Verde, Sheraton, Hampton Inn, Grand Hotel Guayaquil, Gold Center, Kennedy Apart Hotel y otros para distribuir mensualmente pequeños folletos que contienen información turística sobre Milagro.
- *Invitaciones a colegios y escuelas:* no solo de Milagro sino también de cantones aledaños a la zona, como Guayaquil, Babahoyo, Naranjal, Naranjito, etc. Esta invitación será para colegios fiscales y municipales.
- *Ferias de Turismo:* Se promocionará a Milagro en las principales ferias de turismo realizadas en el Ecuador con el fin de captar los diferentes mercados que visitan estas ferias.

- Establecer un festival turístico en la cual muestre la riqueza tanto gastronómica y cultural del cantón para dar ser reconocido a nivel nacional.

4.3.1.3 PRECIO

- Se manejarán precios de acuerdo a la temporada para así estimular la demanda, es decir cuando se maneje una temporada alta se subirán los precios mientras que cuando sea temporada baja se cobrarán precios bajos.
- Se llevarán a cabo ciertas estrategias como descuentos con entidades en el caso que paguen el producto dentro de una cierta fecha.
- Se les bajará un porcentaje a los visitantes de acuerdo al número de personas que vayan al centro de facilitación.
- En la primera visita al Centro de Facilitación se le entregará a cada persona una tarjeta para la cual se la ponchará cada vez que visite el centro, en total son 5 ponchadas que debe de tener, cuando haya cumplido esto deberá entregar en la administración la tarjeta para la verificación del mismo, teniendo todo en orden se le dará una cortesía para que navegue en internet por un lapso de 1 hora y media gratis y a opción de imprimir 3 documentos ya sea color o en blanco y negro.

4.3.1.4 PROMOCIÓN

Para promocionar a Milagro es necesario provocar un impacto positivo en los turistas para que así que visiten y disfruten de las maravillas que posee. A continuación se detallan las herramientas de promoción a utilizar en la realización del proyecto:

- *Diseño de mapa-guía:* Mapa del área turística donde identifique los puntos turísticos del sector alojamiento, restaurantes. Esto se hará una difusión gratuita dentro del cantón.
- *Diseños del afiche:* Contendrá información turística e imágenes de los principales atracciones del cantón.
- *Brochure:* Descripción y fotografías de los productos turísticos.
- *Buscar colaboración de los medios de comunicación:* solicitar entrevistas en prensa, televisión y radio para así llegar a todos los sectores.
- La promoción con la prensa debe hacerse antes, durante y después de realizarse el proyecto, para crear la expectativa, hasta el día de su inauguración.
- Publicar en las revistas de turismo y en los diarios que circulan en Milagro como los son: el diario La Verdad, El Ciudadino y el Nacional para promover las visitas al Centro de Facilitación Turística.

- Se propone incluir señalética en puntos estratégicos del cantón Milagro es decir, en universidades, municipio, parques y en el terminal terrestre donde se identifique al centro y los servicios que ofrece.

CAPÍTULO V

5. ASPECTOS FINANCIEROS

5.1 COSTOS

5.1.1 COSTOS DIRECTOS O DE OPERACIÓN

Los costos de operación se dividen en dos grandes rubros: materiales directos (materia prima e insumos para el comedor del Centro de Facilitación Turístico), y mano de obra directa, o sea, el personal directamente involucrado con el correcto desenvolvimiento de las operaciones del Centro de Facilitación Turística.

➤ **Materiales Directos**

Como se explica anteriormente, este rubro comprende el costo de la materia prima e insumos necesarios para brindar el servicio de snack (o piqueos) y bebidas a los visitantes, del Centro de Facilitación Turística de Milagro de acuerdo a las proyecciones de la demanda estimada en puntos anteriores.

En el (Ver anexo 12), se detallan los costos diarios y mensuales que se obtienen para cada uno de los rubros que forman parte de este egreso. Ahí se puede notar que el costo directo asciende en el primer mes a USD 1,117.70

➤ **Mano de Obra Directa**

Corresponde a las remuneraciones del personal directamente involucrado en el proceso de brindar el servicio a los visitantes del Centro de Facilitación Turística. Las remuneraciones incluyen todos los beneficios sociales o prestaciones que determina la ley para los trabajadores. En el (Ver anexo 13) se presenta un cuadro detallado de los sueldos y salarios mensuales de cada empleado.

En la Tabla 5.1, se presenta una proyección de las remuneraciones anuales por concepto de mano de obra.

Tabla 5.1
Mano de obra directa

	Gastos de Personal del Proyecto 4,50 % Inflación				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa					
Cocinero	\$4.386	\$4.584	\$4.790	\$5.006	\$5.231
Encargado de internet	\$3.509	\$3.667	\$3.832	\$4.005	\$4.185
Vendedor (Recuerdos)	\$3.217	\$3.361	\$3.513	\$3.671	\$3.836
total mano de obra directa	\$11.112	\$11.612	\$12.135	\$12.681	\$13.252
Mano de obra indirecta					
Administrador	\$7.311	\$7.640	\$7.984	\$8.343	\$8.718
Limpieza	\$2.400	\$2.508	\$2.621	\$2.739	\$2.862
Total Mano de obra	\$9.711	\$10.148	\$10.604	\$11.082	\$11.580

Fuente y elaboración: Las autoras

5.1.2 COSTOS INDIRECTOS

➤ Mano de obra indirecta

El único personal que se enmarca en este rubro serían el Administrador del Centro de Facilitación y el Conserje o encargado de la limpieza del local, tal como se expone en la Tabla 5.1

➤ Servicios Básicos

Para el cálculo de los servicios básicos, se consideró un promedio estimativo para el sector turístico, haciendo consultas con un ingeniero civil que ha participado en este tipo de obras, llegando a los siguientes costos:

En cuanto al agua potable, este servicio básico en la ciudad de Milagro es relativamente barato, por lo que se estima un costo mensual de USD 3.85, tomando en cuenta el gasto de empresas similares al proyecto, por lo que se hace un gasto anual total de USD 6,715 por este rubro.

➤ Depreciación

La depreciación de los activos fijos se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 5.2
Depreciación de Activos Fijos

Rubro	Inversión en Activos Fijos						
	Inversión	Tiempo Vida Útil	Depreciación Anual				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obra Civil	18.859,49	10	1.885,95	1.885,95	1.885,95	1.885,95	1.885,95
Equipos							
Frigorífico "Modelo vfv 520"	960,00	10	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Cocina 3 homillas	85,00	10	8,50	8,50	8,50	8,50	8,50
Campana de extracción de humo	60,00	5	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Licudadora	83,00	5	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60
Sanduchera	50,00	5	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Aire Acondicionado	1.030,00	5	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
Computadora e Impresora	3.500,00	3	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67
Telefono	100,00	3	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
Maquina Registradora	1.800,00	3	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Amoblamiento y Decoración	2.140,00	5	428,00	428,00	428,00	428,00	428,00
Otros Activos							
Letrero para local	150,00	5	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
	28.817,49		4.493,05	4.493,05	4.493,05	4.493,05	4.493,05

Fuente y elaboración: LET/SRI

➤ **Amortización**

Todos los activos intangibles, son susceptibles de ser amortizados a una tasa del 20% anual. Como activos intangibles se conocen a todos aquellos rubros previos a la puesta en marcha del proyecto (patentes, licencias, permisos, tasas, software), o sea, los valores obtenidos en la inversión Inicial Diferida. Por lo tanto, la amortización anual será de la siguiente manera (Tabla 5.3)

Tabla 5.3
Amortización de Activos Intangibles

Rubro	Activos Diferidos MILAGRO		Amortización Anual				
	Inversión	Tiempo	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	VALOR (M\$)	USA (AÑOS)					
Gastos de Constitución	800,00	5	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00

Fuente y elaboración: Las autoras

5.2 INVERSIÓN INICIAL

La mayor parte de la inversión es para construir las edificaciones, obras físicas y equipamiento necesarios en el Centro de Facilitación Turística Milagro. De ahí el segundo mayor rubro es el equivalente a la adquisición de muebles y decoraciones para los espacios físicos del centro, indispensables para la normal operatividad del proyecto.

Además, en menor proporción de la inversión inicial fija están las inversiones correspondientes a materiales indirectos.

El monto en la inversión de los activos fijos antes descritos asciende a USD 29,235.90 que corresponden al 85% de la Inversión Total.

La inversión diferida asciende a USD 3,844.00, correspondiente a los costos de estudios del proyecto, tanto técnicos como legales. Mientras que el capital de operación para un mes se determinó que es de USD 1,229.91.

El total de la inversión asciende a USD 34,309.81 como monto de inversión inicial necesaria para la ejecución del proyecto turístico. En el siguiente punto, se describe detalladamente los rubros del total de la Inversión Inicial del proyecto.

5.2.1 INVERSIÓN FIJA

En la siguiente Tabla, se describen cada uno de los rubros que forman parte de la inversión fija necesaria para la ejecución del proyecto turístico. Un mayor desglose de esta inversión se encuentra en el (Ver anexo 14).

En la siguiente tabla, se incluyen los valores de la inversión fija inicial, que como se puede observar asciende a USD 29,235.90

Tabla 5.4
Inversión Fija

Inversión Fija	Valor (en US\$)	Porcentaje (%)
Construcciones y obras civiles	18.859,49	64,51%
Equipos	7.668,00	26,23%
Amoblamiento y Decoración	2.140,00	7,32%
Materiales indirectos	418,41	1,43%
Otros activos	150,00	0,51%
TOTAL	29.235,90	100,00%

Fuente y elaboración: Las autoras

5.2.2 INVERSIÓN DIFERIDA

Comprende todos los gastos previos a la puesta en marcha del proyecto; son susceptibles a amortizarse en un periodo de cinco años. A continuación, se presenta un detalle (Tabla 5.5), de los gastos intangibles en los que la administración del proyecto va a incurrir como parte de su inversión inicial total.

Tabla 5.5
Inversión Diferida

Gastos Preoperacionales MILAGRO	
Rubro	Costo US\$
Elaboración Proyecto Arquitectónico	1.000,00
Cálculo de Proyecto Estructural	600,00
Gastos de Constitución	300,00
Publicidad por Apertura	1.000,00
Tasa y Permisos	444,00
Total (proyecto)	3.844,00

Fuente y elaboración: Las autoras

5.2.3 CAPITAL DE OPERACIÓN

Para determinar el capital de operación se considera el primer mes de operación del proyecto hasta que los flujos de ingresos empiecen a cubrir los gastos respectivos. En este rubro se considera los suministros de operación, el gasto en suministros de limpieza y un efectivo de USD 100.00 en caja chica al principio del proyecto.

En la siguiente tabla, se detalla cada uno de los gastos que se consideran para determinar el Capital de Operación que asciende a US\$ 1,229.91

Tabla 5.6
Capital de Operación

Capital de Trabajo MILAGRO	
Rubro	Costo Mensual US \$
Efectivo Disponible	100,00
Suministros de Operación	1.117,70
Insumos de Limpieza	12,21
Total	1.229,91

Fuente y elaboración: Las autoras

Con todos los valores obtenidos, se puede calcular la inversión inicial total de la siguiente manera:

Tabla 5.7
Inversión Inicial Total

CUADRO DE INVERSIONES DEL PROYECTO			
 rubro	 VALOR US \$	 TOTAL US \$	 Porcentaje %
ACTIVOS FIJOS		29.235,90	85,21
Obra Civil	18.859,49		
Equipos	7.668,00		
Amoblamiento y Decoración	2.140,00		
Materiales Indirectos	418,41		
Otros Activos	150,00		
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS PREOPERACIONALES		3.844,00	11,20
TOTAL ACTIVOS		33.079,90	
CAPITAL DE TRABAJO		1.229,91	3,58
TOTAL INVERSIONES		34.309,81	100,00

Fuente y elaboración: Las autoras

Este será el monto necesario para dar inicio a las operaciones formales tal y como se proponen en este estudio.

5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

Con en este estudio, se pretende ampliar hacia una perspectiva que brinde un sinnúmero de alternativas ecoturísticas, como el hecho de complementar los servicios y productos que brindará el Parque Ecológico en donde también funcionará el Centro de Facilitación Turística Milagro, para una completa satisfacción tanto del turista local como internacional.

De esta manera, el Ilustre Municipio de Milagro donará el área para la construcción del centro, brindando las facilidades necesarias para su óptimo funcionamiento. De igual forma, un grupo de inversionistas del sector turístico interesados en desarrollar este proyecto en nuestro país, aportarán con el 60% de la Inversión Inicial requerida.

Por supuesto, el 40% restante lo aportará una tercera persona, en este caso en particular, la Corporación Financiera Nacional (CFN) quien entregará un préstamo de USD 13,724 gracias a las políticas de desarrollo económico implementadas por el presente gobierno.

Como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 5.8
Financiamiento de la Inversión

Financiamiento Proyecto MILAGRO		
	Porcentaje %	Valor US \$
Préstamo Bancario	40%	13.724
Aporte Accionistas	60%	20.586
	100%	34.310

Fuente y elaboración: Las autoras

5.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

5.3.1.1 INGRESOS

Lo primero que se tomó en cuenta para estimar los ingresos del Centro de Facilitación Turística Milagro, fueron los resultados de las encuestas aplicadas en el cantón, específicamente en cuanto a los diferentes servicios que estarían interesados en que se le brinde a la muestra poblacional.

Para el cálculo inicial, se ha considerado la demanda potencial obtenida en el capítulo 2, que resultó ser de 7,808 personas. Considerando que el centro laborará durante 300 días efectivos al año, se espera un promedio de visitas diarias de 26 personas de la muestra poblacional, sin considerar una estacionalidad por temporadas, por cuanto en la ciudad de Milagro las visitas turísticas se dan de manera constante durante el año¹⁷, a diferencia de las Playas o la Región Andina.

Considerando que las personas encuestada no viajaban solas sino con sus familias, o con un grupo de amigos, se estimó un promedio de 4 acompañantes por persona, por lo que podemos afirmar que el centro sería visitado diariamente en promedio por 104 personas en total.

¹⁷ Según Estadísticas proporcionadas por la subsecretaria de turismo Litoral.

Tabla 5.9
Proyección de Ventas

Proyección de ventas del proyecto Milagro				
	Cantidad	Precio	Mensual	Total
Dulces	17	\$1.50	\$624.00	\$624.00
Souvenirs				\$2,184.00
Camisetas	4	\$15.00	\$1,365.00	
Llaveros y plumas de madera	4	\$4.00	\$364.00	
Pulseras de tagua	4	\$2.00	\$182.00	
Llaveros, plumas, gorras, pulseras	4	\$3.00	\$273.00	
Alquiler de equipos				\$455.00
Internet*	15	\$1.00	\$364.00	
Teléfono**	15	\$0.25	\$91.00	
Servicio de guianza+	22	\$2.50	\$1,365.00	\$1,365.00
Alquiler de casilleros	14	\$0.25	\$676.00	\$676.00
Bar				\$1,001.00
Snacks***	23	\$1.25	\$715.00	
Bebidas***	23	\$0.50	\$286.00	
TOTAL				\$6,305.00

* Se considera que cada persona usará el internet en un promedio de una hora

** Se estima que cada persona usará el teléfono en un tiempo promedio de un minuto

*** Se supone que cada persona probará un snack y una bebida

+ El servicio de guianza es de 5 dólares, pero la Administración del Centro se quedara con la mitad del valor

Fuente y elaboración: Las autoras

Dado los precios y cantidades diarias descritas en la Tabla 5.9 y en base a los Ingresos Mensuales calculados, se puede proyectar los ingresos anuales presupuestados para el presente proyecto, con el supuesto de que la demanda crecerá en un 5% anual, y la inflación estimada durante los cinco años de evaluación será de 4.5% anual, de acuerdo a información proporcionada por el Banco Central del Ecuador.

Como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 5.10
Ingresos Totales del Proyecto

Ingresos Totales del Proyecto en US\$ MILAGRO (+ 3% de inflación y 3% de demanda)					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dulces	7,488	8,199	8,978	9,831	10,765
Souvenirs	26,208	28,698	31,424	34,409	37,678
Servicios de telecomunicaciones	5,460	5,979	6,547	7,169	7,850
Servicio de guianza	16,380	17,936	19,640	21,506	23,549
Alquiler de casilleros	8,112	8,883	9,726	10,651	11,662
Bar	12,012	13,153	14,403	15,771	17,269
Total Ingresos Operacionales \$	75,660	82,848	90,718	99,336	108,773

Fuente y elaboración: Las autoras

5.3.1.2 GASTOS

➤ Gastos de Venta

Para el presente proyecto, en este gasto sólo se considera la publicidad anual que se realizará de acuerdo a lo explicado en el plan de mercadeo. Dicho egreso contiene los siguientes valores:

Tabla 5.11
Gastos anuales en Publicidad

Detalle de Publicidad Milagro			
	Costos unitario	Unidades	Total \$/mes
Radio difusión	5 \$/minuto	30	150
Prensa escrita	80 \$/anuncio	1	80
Afiches	0,3 \$ / u	50	15
Tripticos	0,15 A4	50	7,5
		Total	252,5
		Total anual	3.030,00

Fuente y elaboración: Las autoras

➤ **Gastos de Administración**

En este rubro se considerarán las remuneraciones del personal administrativo, los suministros de oficina, la capacitación del personal de apoyo, el gasto por servicio básico administrativo, y un rubro de imprevistos del 3%, por concepto de pago de tasas, impuestos, etc.

De acuerdo a lo anotado anteriormente, los gastos administrativos ascienden a:

Tabla 5.12
Gastos de Administración

Gastos Administrativos y Generales MILAGRO					
(4,5 % inflación)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra indirecta	\$ 9.710,75	\$ 10.147,73	\$ 10.604,38	\$ 11.081,58	\$ 11.580,25
Capacitación al personal	\$ 200,00	\$ 209,00	\$ 218,41	\$ 228,23	\$ 238,50
Servicios Básicos	\$ 6.715,18	\$ 7.017,36	\$ 7.333,14	\$ 7.663,13	\$ 8.007,97
Papelería	\$ 60,00	\$ 62,70	\$ 65,52	\$ 68,47	\$ 71,55
Imprevistos (3%)	\$ 500,58	\$ 523,10	\$ 546,64	\$ 571,24	\$ 596,95
Total Gastos Generales	\$ 17.186,50	\$ 17.959,90	\$ 18.768,09	\$ 19.612,66	\$ 20.495,23

Fuente y elaboración: Las autoras

➤ **Gastos Financieros**

Corresponde al pago de los intereses anuales por el préstamo concedido por la CFN a los promotores del proyecto, de acuerdo a las siguientes condiciones crediticias anotadas a continuación:

Capital	\$13.724
Tiempo en años	5
Numero de pagos	60
Tasa de interés nominal	14,00%
Costo anual	\$3.997,55
Costo mensual	\$333,13

De acuerdo a estas condiciones crediticias, la tabla de amortización anual para el préstamo que requieren los promotores del proyecto sería de la siguiente forma:

Tabla 5.13
Financiamiento del Préstamo

Tabla de Financiamiento del préstamo				
Pagos	Pago anual	Intereses pagados anual	Amortización de Capital	Saldo del capital
				13.724
1	3.997,55	1.921,35	2.076,20	11.647,72
2	3.997,55	1.630,68	2.366,87	9.280,85
3	3.997,55	1.299,32	2.698,23	6.582,61
4	3.997,55	921,57	3.075,99	3.506,63
5	3.997,55	490,93	3.506,63	0,00
Total	19.987,77	6.263,84	13.723,93	

Fuente y elaboración: Las autoras

5.4 PROYECCIÓN DE ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

5.4.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO PARA 5 AÑOS.

El Estado de Pérdidas y Ganancias se presentan en el (Ver anexo 15). Donde se puede percatar que las utilidades del Centro de Facilitación Turística de Milagro van creciendo cada año debido, especialmente, al crecimiento de la demanda esperada. Esto no sólo representa un beneficio económico para los promotores del proyecto, sino también para el Estado, vía Impuesto a la Renta, y para la sociedad milagreña, vía generación de empleos. Además, existe un beneficio social implícito en la contratación de mano de obra, calificada y no calificada, que además de recibir los sueldos y prestaciones estipuladas en el Código de Trabajo, reciben una cuantía adicional vía reparto de utilidades, que al igual que la utilidad neta, se incrementa año tras año.

5.4.2 FLUJO DE CAJA ¹⁸

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está

¹⁸ Teoría basada en el Libro Preparación y Evaluación del Proyecto SAPAG CHAIN, Nassir, Reinado.

contenida en los estudios e investigación de mercado, técnico y organizacional, así como en el cálculo de los beneficios.

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de tres elementos básicos: a) los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación y, c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos.

Los egresos iniciales corresponden al total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de operación, si bien no implicará un desembolso en su totalidad antes de iniciar la operación, se considerará también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para que el administrador del proyecto o negocio pueda utilizarlo en su gestión.

Los ingresos y egresos de operación constituyen todos los flujos de entradas y salidas reales de caja.

El flujo de caja se expresa en momentos. El momento cero (o preoperativo) reflejará todos los egresos previos a la puesta en marcha del proyecto (inversión inicial). Los momentos uno, dos, etc., representan los costos, gastos e ingresos que se generan de la operación del proyecto.

Puesto que el desembolso se origina al adquirirse el activo, fijo o diferido, los gastos por depreciación y amortización no implican un gasto en efectivo, sino uno contable para compensar, mediante una reducción en el pago de impuestos, la pérdida de valor de los activos por su uso. Mientras mayor sea el gasto por depreciación y amortización, la utilidad antes de impuestos disminuye y, por tanto, también el impuesto pagadero por las utilidades del negocio.

En el (Ver anexo 16), se presenta el Flujo de Caja proyectado para el Centro de Facilitación Turística de Milagro de acuerdo a los valores obtenidos en el apartado anterior. En la siguiente tabla, se resume el flujo de efectivo obtenido por período:

Tabla 5.14
Flujo de Fondos Netos

FLUJO DE FONDOS	PROOPER.	1	2	3	4	5
Inversión fija	-29.235,90					
Inversión diferida	-3.844,00					
Capital de operación	-1.229,91					
Pago de intereses		-3.997,55	-3.997,55	-3.997,55	-3.997,55	-3.997,55
Pago de principal (capital) de los pasivos		-2.076,20	-2.366,87	-2.698,23	-3.075,99	-3.506,63
Pago participación de trabajadores		-2.915,45	-3.648,73	-4.467,56	-5.380,81	-6.398,26
Pago de impuesto a la renta		-4.130,22	-5.169,04	-6.329,05	-7.622,82	-9.064,20
Reparto de dividendos		-7.434,39	-9.304,27	-11.392,28	-13.721,08	-16.315,55
Flujo operacional (ingresos - egresos)	0,00	28.086,92	32.975,50	38.434,35	44.522,70	51.305,64
Valor de recuperación:						
Inversión fija						9.952,25
Capital de operación						1.229,91
Flujo Neto de fondos	-34.309,81	7.533,11	8.489,02	9.549,67	10.724,45	23.205,61

Fuente y elaboración: Las autoras

Asimismo, al final del último período de evaluación, se consideró un valor de desecho o recuperación, utilizando el método contable, el cual recoge el valor en libros de los activos fijos después de los cinco años estimativos de proyección, el cual resultó ser de USD 9,952.25. Adicionalmente, a este valor, se le agrega la recuperación del capital de trabajo, al mismo monto de la inversión inicialmente hecha de este rubro.

5.4.3 VALOR ACTUAL NETO

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

La tasa que se utiliza para descontar los flujos de efectivo obtenidos, conocida como TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno), es determinada por la CORPEI¹⁹, que estableció un rango de rentabilidad para todo tipo de proyecto ejecutado en el Ecuador.

La CORPEI consideró tres variables fundamentales: la *tasa máxima legal de ganancia para los bancos* (alrededor del 12% anual), la *tasa de inflación pronosticada* por el

¹⁹ Corporación de promoción de exportaciones e inversiones

Banco Central del Ecuador (alrededor del 4%), y el *riesgo país*, que actualmente fluctúa entre un 5 y 6%.

La suma ponderada de las tres variables nos da una TMAR aproximada del 16%, que coincide con el criterio de rentabilidad de varios autores en finanzas para proyectos nuevos.

De acuerdo a este criterio, en el mismo (Ver Anexo 17), se puede notar que el VAN del proyecto asciende a **USD 1,582.55**. Por lo tanto, se aceptará la ejecución del proyecto dado que el VAN obtenido es mayor que cero.

5.4.4 TASA INTERNA DE RETORNO

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. La TIR “representa la tasa de interés más alta que el inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el

préstamo (principal mas intereses), se pagaran con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fueran produciendo”,²⁰

La tasa así obtenida, se compara con la tasa de descuento de la empresa (TMAR). Si la TIR es igual o mayor que ésta, el proyecto debe aceptarse y si es menor, debe rechazarse.

En el proyecto, de acuerdo al Flujo de Caja obtenido (Ver Anexo 16), la **TIR** calculada arroja un resultado de **17,63%**; como esta tasa es mayor a la TMAR (16.00%), entonces, se acepta que el proyecto es viable.

5.4.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del punto de equilibrio establece el nivel en donde los ingresos (ventas de la empresa), igualan a la suma de los costos fijos y variables (costos totales). Por encima del punto de equilibrio, el negocio empieza a generar utilidades.

En el (Ver Anexo 18) se presenta el cálculo del Punto de Equilibrio para el primer año de operación del proyecto, lo cual se da en cantidades y ventas de equilibrio, tomando como referencia separadas las ventas en el Bar, el servicio de Internet y alquiler de casilleros.

²⁰ Bierman y Smith, “El Presupuesto”

5.4.6 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Indica el momento, sin considerar el valor del dinero en el tiempo, en el cual el grupo promotor del proyecto recupera su inversión. Observando el Flujo de Caja proyectado, se puede percatar que la inversión se recupera en el cuarto período, para ser más preciso, en 3 años 9 meses.

CONCLUSIONES

- Se concluye que la creación del Centro de Facilitación Turística en Milagro, fomentará el turismo porque utilizará herramientas estratégicas como: la prestación de diversidad de servicios, información y actividades varias, que se complementaran con el Parque Ecológico.

- Según las encuestas realizadas se ha determinado que el mercado meta son las personas provenientes de Naranjal, Naranjito y Guayaquil, es por eso que se debe aprovechar la afluencia de estos visitantes para promover el desarrollo turístico de lugar.

- Acorde al análisis de los impactos ambientales realizados se ha podido determinar que no generan mayores impactos negativos, más bien muestra que la creación del Parque Ecológico y el Centro de Facilitación Turística mejorará la calidad de vida de los habitantes.

- De acuerdo con el estudio financiero realizado, los resultados muestran una alta rentabilidad del proyecto donde el VAN (valor actual neto) es de USD 3,787.24. por lo tanto se concluye que como el VAN es mayor a cero, el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que tanto el Municipio de Milagro y las empresas privadas logren poner en marcha el proyecto propuesto.
- Es recomendable ofrecer encuestas a los visitantes del Centro de Facilitación Turística sobre la satisfacción del servicio y así lograr un mejoramiento y actualización continua del sitio.
- Se recomienda realizar una campaña y proponer al Municipio de Milagro gestionar los trabajos de reubicación o adecuación del basurero ubicado en la vía Mariscal Sucre, debido a que éste representa una debilidad para el destino turístico.
- Se sugiere realizar un convenio promocional del Centro de facilitación turística con el Ingenio Valdés y la Ruta de los viveros, debido a que estos sitios son íconos

representativos del cantón y de esta manera lograr que la ciudad de Milagro se desarrolle como un destino turístico.

ANEXOS

ANEXO 1: Nivel de Instrucción
Población de 5 años y más, por sexo y áreas, según niveles de instrucción

NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	126.585	102.974	23.611	63.429	50.966	12.463	63.156	52.008	11.148
NINGUNO	6.848	4.842	2.006	3.264	2.220	1.044	3.584	2.622	962
CENTRO ALFAB.	436	363	73	237	193	44	199	170	29
PRIMARIO	60.825	46.411	14.414	31.469	23.737	7.732	29.356	22.674	6.682
SECUNDARIO	34.359	30.410	3.949	16.978	15.006	1.972	17.381	15.404	1.977
POST BACHILLERATO	632	599	33	275	258	17	357	341	16
SUPERIOR	11.848	11.240	608	5.362	5.063	299	6.486	6.177	309
POSTGRADO	79	71	8	30	26	4	49	45	4
NO DECLARADO	11.558	9.038	2.520	5.814	4.463	1.351	5.744	4.575	1.169

Fuente: INEC 2000, VI Censo de Población y Censo de Vivienda

ANEXO 2: Tipos de Vivienda
Viviendas particulares ocupadas, por tipo de viviendas, según parroquias

PARROQUIAS	TOTAL VIVIENDAS	TIPO DE VIVIENDA							
		CASA O VILLA	DEPARTA- MENTO	CUARTOS EN INQUIL.	MEDIA- GUA	RANCHO	COVACHA	CHOZA	OTRO
TOTAL CANTÓN	34.194	24.634	2.147	2.477	2.104	1.520	1.001	0	311
MILAGRO (URBANO)	27.888	19.865	2.117	2.445	1.641	812	764	0	244
PERIFERIA	2.532	1.916	13	14	202	266	114	0	7
CHOBO	619	489	4	2	64	45	8	0	7
MARISCAL SUCRE	1.071	780	1	2	73	159	47	0	9
ROBERTO ASTUDILLO	2.084	1.584	12	14	124	238	68	0	44

Fuente: INEC 2000, VI Censo de Población y Censo de Vivienda

ANEXO 3**MODELO DE LA ENCUESTA****ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
LICENCIATURA EN TURISMO****ENCUESTA PILOTO**

- ¿Está usted interesado en que se construye en la ciudad de Milagro un centro de facilitación turística?

PREGUNTA 1. Edad

- Entre 20 y 35 años
- Entre 36 y 50 años
- 51 años

PREGUNTA 2. Sexo

- Masculino
- Femenino

PREGUNTA 3. Indique dentro de que rango se encuentra su salario

- Mayor a \$300 al mes
- Entre \$301 a \$900 al mes
- Menor a \$901 al mes

PREGUNTA 4. Indique si es residente de Milagro o visitante

- SI
- NO

PREGUNTA 5. De dónde proviene usted

PREGUNTA 6. Qué lo motivó a visitar el cantón Milagro

- Turismo
- Familiar
- Trabajo
- Otros

PREGUNTA 7. Cuando usted decide viajar en compañía de quién lo realiza

- Sólo
- Amigos
- Familia
- Grupos organizado

PREGUNTA 8. Considera usted necesario que en el cantón Milagro existiría un lugar que le brinde diferentes servicios

- Si, muy necesario
- Necesario
- Indiferente
- No muy necesario
- Innecesario

PREGUNTA 9. Qué tipo de información y servicios le gustaría encontrar en un centro de facilitación turística

- Información sobre hospedaje y alimentación
- Visitas a lugares donde procesan la caña de azúcar
- Venta de recuerdo (souvenir)
- Venta de dulces propios de la zona (piña, guayaba, caña)
- Alquiler de casilleros
- Guías turísticos
- Área de Internet
- Folletería
- Otros

PREGUNTA 10. Cuánto estaría dispuesto a gastar por adquirir estos servicios

- De 0 a 20 dólares
- De 21 a 40 dólares
- De 41 a 60 dólares
- Más de 61 dólares

PREGUNTA 11. Cuánto tiempo va a permanecer en Milagro

- 1 día
- 2 a 3 días
- Más de 4 días
- Otros

PREGUNTA 12. Si va a visitar Milagro, en dónde se va a hospedar

- Casa de amigos
- Hotel
- Casa de familiares
- Otro Cuál? _____

PREGUNTA 13. Qué medio de transporte utilizó para llegar a Milagro

- Carro particular
- Transporte público
- Tour organizado

PREGUNTA 14.Cuál es el presupuesto de gasto que tiene destinado para este viaje

- Hospedaje \$ _____
- Alimentación \$ _____
- Transporte \$ _____
- Otro Cuál \$ _____

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 4
Cantidad de turistas nacionales que visitan Milagro

Ciudad	Población	Visitan ciudad de Milagro	Edad (25 – 44)	Edad (45 – 60)	Viajan más de dos días	Clase media-alta
Milagro	140.103	12.250	33.625	22.416	7.560	49.036

Fuente: Ministerio de Turismo 2006

Cantidad de turistas extranjeros que visitan Milagro

País	Visitan Ecuador	Cantón Milagro	25 - 60 años
USA	238,567	11,928	7,157
Colombia	231,537	11,577	6,946
Perú	86,918	4,346	2,608
Chile	28,668	1,433	860
Alemania	34,694	1,735	1,041
España	27,573	1,379	827
			19,439

Fuente: Ministerio de Turismo 2006

ANEXO 5 Proyecto Parque Ecológico Milagro



Fuente: Municipalidad de Milagro

ANEXO 6
Localización del Centro de Facilitación Turística



Fuente: Municipalidad de Imbagro



ANEXO 7
Estructura de armazón metálico



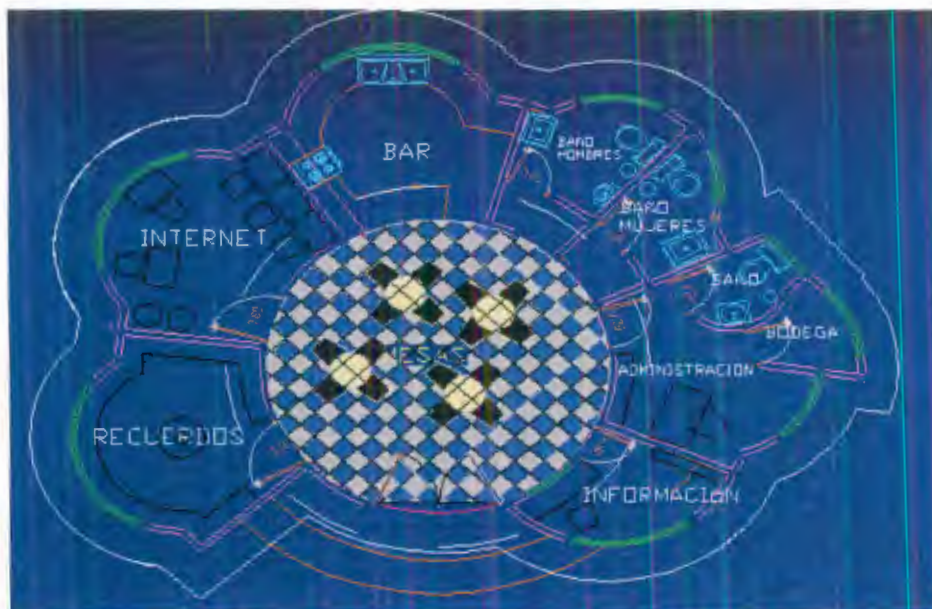
Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 8
Técnica acabado tipo madera



Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 9
Instalaciones del Centro de Facilitación Turística



Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 10
Matriz Causa – Efecto, Identificación de Impactos

Impacto Ambiental	Acciones del Proyecto	Diseño	Construcción	Operación	Abandono
Aire	Calidad	A	A	A	A
	Ruido	A	A	C	A
Agua	Calidad	A	A	A	A
	Cantidad	A	A	A	A
Suelo	Erosión	A	A	A	A
	Productividad	A	C	C	C
	Excavación superficial	A	A	A	A
Flora	Abundancia	A	C	A	A
	Representatividad	A	C	A	A
Fauna	Abundancia	A	C	I	A
	Representatividad	A	C	A	I
Paisaje	Belleza	A	A	A	C
	Visual	A	A	A	C
Población	Relocalización	A	A	A	A
	Costumbres	A	A	A	A
Otros	Ecosistemas	A	A	A	A
	Manejo de desperdicios	A	C	A	A

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 11. Matriz de Leopold / Impactos Ambientales en el Centro de Facilitación Turística Milagro

COMPONENTES AMBIENTALES		A I R E		AGUA	FLORA	F A U N A		S O C I A L		TOTALES	
		Calidad del aire	Niveles de Ruido y Vibración	Calidad de Agua	Vegetación	Fauna Terrestre	Fauna aérea	Empleo	Salud		Paisaje
ETAPA DE CONSTRUCCION	Influencia del campamento en la obra	bajo -2	Medio -4	neutro 0	medio -6	alto -10	alto -10	alto 10	medio 4	medio 5	-13
	Transportación de materiales	bajo -1	Bajo -2	neutro 0	medio -5	medio -4	neutro 0	neutro 0	bajo 1	neutro 0	-11
	Manejo de desechos líquidos y sólidos de la obra	medio -4	Neutro 0	medio -5	medio -6	neutro 0	neutro 0	bajo 2	medio 4	bajo 3	-6
ETAPA DE OPERACIÓN	Acceso de vehículos privados o particulares	alto 10	Alto 9	neutro 0	neutro 0	medio -4	medio -4	alto 10	medio 7	bajo 3	-7
	Visita de turistas	neutro 0	Medio -5	neutro 0	neutro 0	medio -5	alto -8	alto 10	neutro 0	medio 5	-3
	Manejo de desechos sólidos y líquidos	medio -4	Medio -4	medio -4	neutro 0	neutro 0	neutro 0	medio 5	medio 4	medio 7	4
TOTALES		-21	-24	-9	-17	-23	-22	37	20	23	-36
SIMBOLIZACION DE LA MATRIZ											
NEUTRO = 0											
BAJO = 1 al 3											
MEDIO = 4 al 7											
ALTO = 8 al 10											

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 12
Suministros de Operación

Suministros de Operación para 40 platos de piqueo					
Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
Aceite	litro	0,04	\$1,35	\$0,05	
Verdes	unidades	10	\$0,05	\$0,50	
Maduros	unidades	8	\$0,06	\$0,48	
Queso	libras	1	\$2,00	\$2,00	
Mantequilla tarrina	unidad	0,04	\$2,20	\$0,09	
Azúcar	libras	0,04	\$0,65	\$0,03	
Sal yodada	kilo	0,04	\$0,45	\$0,02	
Aji	libras	0,16	\$0,30	\$0,05	
Hierbita	atado	0,04	\$0,25	\$0,01	
Cebolla colorada	libras	0,04	\$0,25	\$0,01	
Cebolla blanca	atado	0,04	\$0,50	\$0,02	
Tomate Riñon	libras	0,04	\$0,40	\$0,02	
Tomate de arbol	unidades	0,2	\$0,10	\$0,02	
Yuca grande	unidades	1	\$0,20	\$0,20	
Limón	unidades	0,2	\$0,05	\$0,01	
Piña	unidades	0,16	\$0,65	\$0,10	
Cafè	frasco	0,04	\$0,75	\$0,03	
Te	caja	0,04	\$0,85	\$0,03	
Leche	litro	1	\$0,45	\$0,45	
Paquete de Bimbo	funda	1	\$1,25	\$1,25	
Mortadela	libras	0,5	\$1,50	\$0,75	
Squiz de mayonesa	unidades	0,04	\$1,00	\$0,04	
Jamon	libras	0,5	\$2,00	\$1,00	
Huevos	unidades	2	\$0,10	\$0,20	
agua	unidades	12	\$0,25	\$3,00	
yogur toni	unidades	8	\$0,50	\$4,00	
jugos procesados	unidades	12	\$0,40	\$4,80	
energizantes	unidades	8	\$1,00	\$8,00	
gaseosas	unidades	16	\$0,45	\$7,20	
souvenirs camisetas	unidades	1	\$8,00	\$8,00	
souvenirs llaveros, plumas	unidades	1	\$1,00	\$1,00	
dulces	unidades	1,8	\$0,75	\$1,35	
Total Diario				\$44,71	
Total mensual (25 días)				\$1.117,70	

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 13 Remuneración de Empleados

	Beneficios de Ley					Costo Mensual		Pago		Nº de empleados		Total
	Mensual	Gratificación	Vacaciones	Verificación	Seguro de Vida	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual			
Cocinero	300	300	300	150	36,45	786,45	66	366	1	366	4386,45	
Encargado de internet	240	240	240	120	29,16	629,16	52	292	1	292	3509,16	
Vendedor (Recuerdos)	220	220	220	110	26,73	576,73	48	268	1	268	3216,73	
Administrador	500	500	500	250	60,75	1310,75	109	609	1	609	7310,75	
Limpieza	200							200	1	200	2400	
						Total			5	926	11112,34	

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 14
Inversión Inicial de obra civil

DETALLE DE INVERSION INICIAL: Obra Civil				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Total
1.- Obras Preliminares 1.851,52				
Limpieza del Terreno y desalojo	m2	118,33	0,80	94,66
Trazado y replanteo	m2	118,33	1,00	118,33
Permiso de Construcción	m2	118,33	0,73	86,38
Permiso Sanitario	Gbl	1,00	170,00	170,00
Permiso Eléctrico (Crieel)	m2	1,00	35,00	35,00
Permiso Arquitectónico planificación	Gbl	1,00	300,00	300,00
Permiso Arquitectónico construcción	Gbl	1,00	300,00	300,00
Patentes y Tasa de Habilitación	Gbl	1,00	5,00	5,00
Inspección Final	Gbl	1,00	200,00	200,00
Letrero de Construcción	unidad	1,00	177,43	177,43
Instalación Provisional de Agua Potable	unidad	1,00	153,17	153,17
Instalación Provisional de luz	unidad	1,00	161,55	161,55
Consumo de energía eléctrica	mes	2,00	25,00	50,00
2. Instalación de Obras 595,04				
Caseta de Guardia	unidad	1,00	337,20	337,20
Batería Higiénica para personal portat	unidad	2,00	128,92	257,84
3. Movimiento de Tierra 496,99				
Relleno compactado (h=0,5m)	m3	59,17	8,40	496,99
4. Estructuras 1.737,26				
Metalicas	m.	311,13	2,00	622,26
Pilinos de concreto	Gbl	67,00	15,00	1.005,00
Soldaduras	kl.	50,00	2,20	110,00
5. Paredes y Pisos 3.804,99				
Paredes de ladrillo	m2	150,57	7,00	1.053,99
Escaleras de Concreto Entrada	m2	9,61	40,00	384,40
Contrapiso	m2	118,33	20,00	2.366,60
6. Puertas 1.425,72				
Puertas de Laurel (Incluye batientes e	unidad	6,00	174,01	1.044,06
Puerta Económicas (Incluye batiente	unidad	2,00	114,03	228,06
Puerta Principal de Vidrio	unidad	1,92	80,00	153,60
7. Ventanas 1.041,25				
Ventanas de aluminio y vidrio	m2	12,25	85,00	1.041,25
8. Cubierta 823,35				
Cubierta Acrilica	m2	6,51	17,00	110,67
Malla	m2	6,51	2,00	13,02
Loza Cascara Superior	m2	13,20	18,00	237,60
Loza Cascara	m2	25,67	18,00	462,06
9. Instalaciones Sanitarias 1.010,28				
Lavamanos	unidad	3,00	41,55	124,65
Lavadero un pozo(100x50)	unidad	1,00	52,99	52,99
Punto de Agua Fria	punto	4,00	22,52	90,08
Punto de Agua Servida	punto	7,00	27,84	193,48
Caja de Registro	unidad	7,00	50,38	352,66
Acometida de Agua Potable ml.	unidad	1,00	46,42	46,42
Inodoro	unidad	3,00	50,00	150,00
10. Instalaciones Eléctricas 2.014,69				
Panel de distribución	unidad	1,00	230,00	230,00
Subtablero de distribución	unidad	1,00	112,00	112,00
Punto de Luz ojos de Buey	unidad	22,00	27,84	608,08
Punto de Luz Apliques	unidad	6,00	24,64	147,84
Punto de Luz Luminaria	unidad	1,00	34,99	34,99
Interruptor Simple	unidad	9,00	25,10	225,90
Interruptor Compuesto	unidad	2,00	26,10	52,20
Tomacorrientes 110V	unidad	21,00	25,44	534,24
Tomacorrientes 220V	unidad	2,00	34,72	69,44
11. Mampostería y Otros Acabados 3.688,61				
Enlucido Exterior	m2	65,98	5,54	365,53
Enlucido Interior	m2	84,59	4,66	394,19
Ceramica de Pisos Acabados Tipo2	m2	118,33	15,53	1.837,66
Empaste Interior y Exterior	m2	150,57	2,30	346,31
Pintura Exterior	m2	65,98	5,29	349,03
Pintura Interior	m2	84,59	4,68	395,88
SUBTOTAL				18.489,70
Imprevistos (2%)				369,79
TOTAL				18.859,49

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 15
Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ventas</i>	75.660,00	82.847,70	90.718,23	99.336,46	108.773,43
<i>Costo de Ventas</i>	27.356,58	28.745,96	30.206,96	31.743,38	33.359,23
<i>Utilidad Bruta en Ventas</i>	48.303,42	54.101,74	60.511,27	67.593,09	75.414,20
<i>Gastos Administrativos</i>	17.186,50	17.959,90	18.768,09	19.612,66	20.495,23
<i>Depreciación de activos fijos</i>	4.493,05	4.493,05	4.493,05	4.493,05	4.493,05
<i>Amortización de activos diferidos</i>	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
<i>Gastos de Ventas</i>	3.030,00	3.166,35	3.308,84	3.457,73	3.613,33
<i>Utilidad Neta en Operaciones</i>	23.433,87	28.322,45	33.781,30	39.869,65	46.652,59
<i>Gastos Financieros</i>	3.997,55	3.997,55	3.997,55	3.997,55	3.997,55
<i>Utilidad Antes de Impuestos y participaciones</i>	19.436,31	24.324,89	29.783,74	35.872,09	42.655,04
<i>Repartición de Utilidades</i>	2.915,45	3.648,73	4.467,56	5.380,81	6.398,26
<i>Utilidad Antes de Impuestos</i>	16.520,87	20.676,16	25.316,18	30.491,28	36.256,78
<i>Impuesto a la Renta</i>	4.130,22	5.169,04	6.329,05	7.622,82	9.064,20
<i>Utilidad Neta del Periodo</i>	12.390,65	15.507,12	18.987,14	22.868,46	27.192,59
<i>Dividendos para los accionistas</i>	7.434,39	9.304,27	11.392,28	13.721,08	16.315,55

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 16
Flujo de Caja

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0,00	75.660,00	82.847,70	90.718,23	99.336,46	108.773,43
Parcial	0,00	75.660,00	82.847,70	90.718,23	99.336,46	108.773,43
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de prestación	0,00	27.356,58	28.745,96	30.206,96	31.743,38	33.359,23
Gastos Administrativos	0,00	17.186,50	17.959,90	18.768,09	19.612,66	20.495,23
Gastos de Ventas	0,00	3.030,00	3.166,35	3.308,84	3.457,73	3.613,33
Parcial	0,00	47.573,08	49.872,20	52.283,88	54.813,77	57.467,78
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0,00	28.086,92	32.975,50	38.434,35	44.522,70	51.305,64
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito Institución Financiera	13.723,93	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de Capital	20.585,89	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	34.309,81	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		3.997,55	3.997,55	3.997,55	3.997,55	3.997,55
Pago de principal (capital) de los pasivos		2.076,20	2.366,87	2.698,23	3.075,99	3.506,63
Pago participación de trabajadores		2.915,45	3.648,73	4.467,56	5.380,81	6.398,26
Pago de impuesto a la renta		4.130,22	5.169,04	6.329,05	7.622,82	9.064,20
Reparto de dividendos		7.434,39	9.304,27	11.392,28	13.721,08	16.315,55
Reposición y nuevas inversiones						
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Obra Civil	18.859,49					
Equipos	7.668,00					
Amoblamiento y decoración	2.140,00					
ACTIVOS FIJOS ADMIN. Y VTAS.						
Materiales Indirectos	418,41					
Activos Diferidos	3.844,00					
Otros activos	150,00					
Parcial	33.079,90	20.553,81	24.486,47	28.884,68	33.798,25	39.282,18
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	1.229,91	-20.553,81	-24.486,47	-28.884,68	-33.798,25	-39.282,18
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	1.229,91	7.533,11	8.489,02	9.549,67	10.724,45	12.023,46
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	1.229,91	8.763,01	17.252,04	26.801,71	37.526,15
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	1.229,91	8.763,01	17.252,04	26.801,71	37.526,15	49.549,61

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 17
Cálculo del VAN Y TIR

Tasa de descuento →		16,00%
		Valores descontados
Inversión	-34.309,81	
Flujo 1	7.533,11	6.494,06
Flujo 2	8.489,02	6.308,73
Flujo 3	9.549,67	6.118,07
Flujo 4	10.724,45	5.923,02
Flujo 5	23.205,61	11.048,50
Subtotal		35.892,36
VAN		\$1.582,55
TIR		17,63%

Fuente y elaboración: Las autoras

ANEXO 18
Cálculo del Punto de Equilibrio

COSTOS TOTALES	AÑO 1 USD	PARAMETROS DE CÁLCULO		DISTRIBUCIÓN DEL COSTO	
		FIJO	VARIABLE	FIJO (USD)	VARIABLE (USD)
COSTOS DE PRODUCCION					
Mano de obra directa	11.112	100%		11.112,34	0,00
Reposición de Materiales Indirectos *	418	10%	90%	41,84	376,57
Mantenimiento de Equipos 3 %	1017	10%	90%	101,66	914,97
Servicio de Internet	600	100%		600,00	0,00
Materia Prima	1159		100%	0,00	1.159,29
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Mano de obra indirecta	9.711	100%		9.710,75	0,00
Capacitación al personal	200	50%	50%	100,00	100,00
Servicios Básicos	6715	20%	80%	1.343,04	5.372,14
Papelería	60	100%		60,00	0,00
GASTOS DE VENTAS	3.030,00	100%		3.030,00	0,00
GASTOS FINANCIEROS					
Cuota anual	3.997,55	100%		3.997,55	0,00
TOTAL COSTOS	38.020,16			30.097,18	7.922,98
Bar					
Precio Unitario (Promedio) \$ (p)	0,8	Proyección del Precio de Ventas del Proyecto			
Volumen de Ventas Año 1 (Q)	13.495	Proyección de Ventas del Proyecto			
Volumen de Ventas en el P.E. (Q _E)	= GF / (p - (GV/Q))	141.370,68 unidades/año	mensual	diario	
Nivel de Ingresos en el P.E. (Y _E)	= GF / (1 - (GV/(Q*Y)))	113.096,54 US \$ / año	11.780,89	453,11	
Servicio de internet					
Precio Unitario (Promedio) \$ (p)	1	Proyección del Precio de Ventas del Proyecto			
Volumen de Ventas Año 1 (Q)	4.800	cantidad de horas al año			
Volumen de Ventas en el P.E. (Q _E)	= GF / (p - (GV/Q))	9.424,71 hora/año	mensual	diario	
Nivel de Ingresos en el P.E. (Y _E)	= GF / (1 - (GV/(Q*Y)))	9.424,71 US \$ / año	785,39	30,21	
Alquiler de casilleros					
Precio Unitario (Promedio) \$ (p)	0,25	Proyección del Precio de Ventas del Proyecto			
Volumen de Ventas Año 1 (Q)	28.800	cantidad de horas al año			
Volumen de Ventas en el P.E. (Q _E)	= GF / (p - (GV/Q))	3.141,57 casilleros/año	mensual	diario	
Nivel de Ingresos en el P.E. (Y _E)	= GF / (1 - (GV/(Q*Y)))	785,39 US \$ / año	261,80	10,07	

Fuente y elaboración: Las autoras

BIBLIOGRAFÍA

1. López Morán Keythel, Libro de Vida de la Ciudad más dulce del Ecuador, Milagro 2000.
2. Concise Collins, Diccionario turístico, Editorial Alertes, 2000.
3. Página Web, www.milagro.gov.ec, Noviembre del 2007.
4. Página Web, www.codana.com, Noviembre del 2007.
5. Tema Milagro en regeneración, Periódico Milagro está cambiando, 2005, Pág. 7.
6. Jefkins Frank, Marketing directo.- Marketing para el nuevo milenio, Jaime Gil La Fuente, 2005.
7. Asan Francisco, Proyecto Parque Ecológico Milagro, administración Municipio de Milagro, 2005.
8. Bassin Reinaldo, Teoría basada en el Libro Preparación y Evaluación del Proyecto SAPAG CHAIN, 2004.
9. Corporación de promoción y exportaciones e inversiones, CORPEI, 1998.
10. Bierman y Smith, El propuesto. Ministerio de Turismo. : El Sistema de Estadísticas del Turismo en el Ecuador, 1999.
11. Revista “Hoteles y Turismo” Año 4 No.7 Editorial Diego Utreras Hidalgo Septiembre del 2006.
12. Jean Jaques Lambin.: Marketing Estratégico, Ediciones McGraw Hill, México 1987.