



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE
MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

DIRECCIÓN DE CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN TURISMO**

TEMA:

**DISEÑO DE UN COMPLEJO TURÍSTICO QUE INCIDA EN
EL DESARROLLO RURAL DE LA PARROQUIA CALCETA,
PROVINCIA DE MANABÍ**

AUTOR:

DENNYS AGUSTÍN BRAVO MACÍAS

TUTORA

ING. MARIBEL MEJÍA, Mg.

CALCETA, DICIEMBRE 2019

DERECHOS DE AUTORÍA

DENNYS AGUSTÍN BRAVO MACÍAS, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

DENNYS AGUSTÍN BRAVO MACÍAS

CERTIFICACIÓN DE TUTORA

Ing. MARIBEL MEJÍA, Mg. certifica haber tutelado el proyecto **DISEÑO DE UN COMPLEJO TURÍSTICO QUE INCIDA EN EL DESARROLLO RURAL DE LA PARROQUIA CALCETA, PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido desarrollada por **DENNYS AGUSTÍN BRAVO MACÍAS**, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

ING. MARIBEL MEJÍA, Mg.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **DISEÑO DE UN COMPLEJO TURÍSTICO QUE INCIDA EN EL DESARROLLO RURAL DE LA PARROQUIA CALCETA, PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido propuesto, desarrollado por **DENNYS AGUSTÍN BRAVO MACÍAS** previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Lic. Fernando Veloz Camejo, Mg.

MIEMBRO

Ph.D. Zoila Ulacia Oviedo

MIEMBRO

Lic. Iván Mendoza Montesdeoca, Mg.

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de crecer como ser humano a través de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

Al Dios verdadero Jehová por ser mi amigo, mi confidente, mi padre,

A los docentes que conforman la Carrera de Turismo por su paciencia, dedicación y por la calidad de enseñanza impartida en el aula,

A mis familiares y amigos, y

A todos quienes aportaron de una u otra manera en la realización de esta investigación.

El autor

DEDICATORIA

A mi madre Rita Macías Trinidad, por su amor infinito, cuanto me alegraría que ella viviera para verme cumplir este logro profesional que tanto deseaba, y

A mis hijos Dennys, Alayn, Luciano, Luciana, Anthony y Abbie por su cariño inmenso, comprensión y compañía, son el motor que me empuja cuando siento decaer.

El autor

TABLA DE CONTENIDO

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTORA.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	xiv
PALABRAS CLAVE	xiv
ABSTRACT	xv
KEY WORDS	xv
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	6
1.2.1. TEÓRICA.....	6
1.2.2. METODOLÓGICA	6
1.2.3. PRÁCTICA.....	7
1.2.4. LEGAL	7
1.2.5. AMBIENTAL	7
1.2.6. SOCIOECONÓMICA	8
1.3. OBJETIVOS	9
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	9
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
1.4. IDEA A DEFENDER.....	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. ENFOQUES DEL DESARROLLO TURÍSTICO	10
2.1.1. MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN ESPACIOS RURALES.....	15

2.2.	MERCADO TURÍSTICO DE MANABÍ	21
2.3.	PLANTA TURÍSTICA DE MANABÍ.....	22
2.4.	HOSPEDAJE EN ÁREAS RURALES.....	23
2.5.	COMPLEJO TURÍSTICO RURAL	25
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO		27
3.1.	DESCRIPCIÓN DE LAS FASES.....	32
3.1.1.	FASE I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
3.1.2.	FASE II: ESTUDIO DE MERCADO	32
3.1.3.	FASE III: ESTUDIO TÉCNICO	33
3.1.4.	FASE IV: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA.....	33
3.1.5.	FASE V: IMPACTO AMBIENTAL DEL NEGOCIO.....	34
3.1.6.	FASE VI: EVALUACIÓN FINANCIERA	34
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		36
4.1.	FASE 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	36
4.1.1.	CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	36
4.2.	FASE 2. ESTUDIO DE MERCADO.....	42
4.2.1.	DEMANDA TURÍSTICA EN CALCETA	44
4.2.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	47
4.2.3.	PRODUCTOS DE TURISMO RURAL EN MANABÍ.....	42
4.2.4.	MERCADEO Y COMERCIALIZACION.....	51
4.3.	FASE 3. ESTUDIO TÉCNICO	55
4.3.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	55
4.3.2.	DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL COMPLEJO TURÍSTICO....	56
4.3.3.	PROCESOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DEL COMPLEJO TURÍSTICO	64
4.4.	FASE 4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	66

4.4.1.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	66
4.4.2.	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	75
4.4.3.	ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA FORTALEZA"	78
4.4.4.	PERFIL DE PUESTOS Y FUNCIONES.....	78
4.5.	FASE 5. IMPACTO AMBIENTAL DEL NEGOCIO.....	81
4.5.1.	CRITERIOS DE VALORACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE IMPACTOS	81
4.5.2.	IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE GENERAN IMPACTOS AMBIENTALES EN EL COMPLEJO TURÍSTICO	83
4.5.2.	PROGRAMA DE MEDIDAS DE MITIGACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	89
4.5.3.	CAPACIDAD DE CARGA FISICA EN AREAS OPERATIVAS DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA FORTALEZA"	90
4.6.	FASE 7. EVALUACIÓN FINANCIERA	91
4.6.1.	ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO	91
4.6.2.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO	104
4.6.3.	ANÁLISIS DEL COSTO/BENEFICIO	104
	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
5.1.	CONCLUSIONES.....	106
5.2.	RECOMENDACIONES	108

TABLA DE CUADROS Y FIGURAS

CUADROS

Cuadro 0. Modelo de tres etapas y sus características	31
Cuadro 2.2. Tipología del desarrollo turístico de Peck y Lepie (1992) .	32
Cuadro 2.3. Externalidades ambientales y socioculturales en las zonas rurales	35
Cuadro 3.1. Metodologías para el diseño de un Complejo Turístico	44
Cuadro 3.2. Matriz de integración de criterios	45
Cuadro 3.3. Leyenda de criterios.....	45
Cuadro 3.4. Desarrollo metodológico	46
Cuadro 4.1. Datos generales de la Parroquia Calceta.	52
Cuadro 4.2. Población Ocupada por Rama de Actividad del cantón Bolívar	53
Cuadro 4.3. Resultados derivados de las encuestas.....	58
Cuadro 4.4. Perfil del visitante de la parroquia Calceta.....	60
Cuadro 4.5. Establecimientos de Hospedaje de la Parroquia Calceta .	61
Cuadro 4.6. Establecimientos de A&B de la Parroquia Calceta	62
Cuadro 4.7. Centros de recreación y entretenimiento	63
Cuadro 4.8. Inventario de Atractivos Turísticos de la Parroquia Calceta	63
Cuadro 4.9. Matriz de competidores.....	65
Cuadro 4.10. Productos/servicios que ofertará el Complejo Turístico ..	67

Cuadro 4.11. Estrategias de producto	68
Cuadro 4.12. Estrategias de precio	68
Cuadro 4.13. Estrategias de plaza	69
Cuadro 4.14. Estrategias de promoción	69
Cuadro 4.14. Matriz de identificación de impactos ambientales en la fase de construcción	96
Cuadro 4.15. Matriz de identificación de impactos ambientales en la fase de operación y mantenimiento.....	98
Cuadro 4.16. Valoración de los impactos ambientales del Complejo Turístico "La Fortaleza"	99
Cuadro 4.17. Categoría de impactos del Complejo Turístico "La Fortaleza"	99
Cuadro 4.18. Valoración de impacto ambiental del Complejo Turístico en la fase de Operación y Mantenimiento	100
Cuadro 4.19. Categoría de impactos del Complejo Turístico "La Fortaleza"	100
Cuadro 4.20. Programa de medidas de mitigación de impactos para las fases de construcción y operación y mantenimiento del CT.....	101
Cuadro 4.21. Supuestos para Capacidad de Carga Física.....	103
Cuadro 4.22. Tarifa de precio de habitaciones	104
Cuadro 4.23. Especificaciones financieras del servicio de alojamiento	104
Cuadro 4.24. Especificaciones financieras del servicio de restaurante	105

Cuadro 4.25. Precio unitario de actividades de recreación y deportes	105
Cuadro 4.26. Especificaciones financieras del servicio de eventos....	105
Cuadro 4.27. Especificaciones financieras de materiales de construcción y equipamiento del CT	106
Cuadro 4.28. Plan de inversión del Complejo Turístico "La Fortaleza"	108
Cuadro 4.29. Valor de la depreciación de la infraestructura, mobiliarios, equipos e implementos del CT	109
Cuadro 4.30. Ventas anuales respecto a los servicios que ofrecerá el CT	109
Cuadro 4.31. Costo de suministros de habitación, eventos e insumos de materias primas.....	110
Cuadro 4.32. Costo de mano de obra directa.....	111
Cuadro 4.33. Costo de personal administrativo.....	111
Cuadro 4.34. Capital de trabajo.....	112
Cuadro 4.35. Cuadro de amortización de préstamo bancario	113
Cuadro 4.36. Flujo de caja proyectado.....	114
FIGURAS	
Figura 1.1. Hilo Conductor.	25
Figura 2.2. Principales mercados turísticos del Ecuador.....	37
Figura 4.1. División parroquial del cantón Bolívar	51
Figura 4.2. Micro localización y georreferenciación de la zona de intervención del proyecto.....	70

Figura 4.3. Planimetría y altimetría del proyecto	73
Figura 4.4. Diseño arquitectónico del Complejo Turístico	74
Figura 4.5. Área de deportes	75
Figura 4.6. Áreas operativas del Complejo Turístico	76
Figura 4.7. Área administrativa.....	77
Figura 4.8. Flujo del proceso de producción del servicio de hospedaje en el Complejo Turístico.....	76
Figura 4.9. Flujo del proceso de producción del servicio de alimentación en el Complejo Turístico.....	77
Figura 4.10. Flujo del proceso de producción del servicio de eventos en el Complejo Turístico.....	77
Figura 4.11. Flujo del proceso de producción del servicio de recreación en el Complejo Turístico.....	78
Figura 4.12. Logotipo y slogan del Complejo Turístico “La Fortaleza” .	89
Figura 4.13. Organigrama funcional del Complejo Turístico “La Fortaleza”	90
Figura 4.14. Criterios de puntuación de la importancia y los valores asignados.....	94

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo diseñar un Complejo Turístico que promueva el desarrollo rural de la parroquia Calceta, Provincia de Manabí. La investigación es de carácter descriptiva y explicativa con un enfoque cualitativo y cuantitativo. El proceso investigativo consta de seis fases, la primera se centró en un diagnóstico situacional basado en las dimensiones económicas, socio-culturales y ambientales de la parroquia, lo que permitió identificar las características generales y el estado actual de la situación turística de la zona. En la segunda fase se realizó un estudio de mercado para obtener datos sobre la oferta y la demanda local, con dichos resultados se definió las estrategias de mercadeo y comercialización de los productos/servicios del Complejo Turístico (CT). En la fase tercera se llevó a cabo el estudio técnico del CT logrando definir la distribución física y los procesos de producción de los servicios que serán ofrecidos en el establecimiento. En la fase cuarta se describió la estructura organizacional y administrativa del negocio basada en el cuerpo legal del turismo a nivel país. En la quinta fase se realizó la evaluación de impactos y definición de la capacidad de carga operativa determinando que el proyecto es de baja adversidad. Finalmente se realizó la evaluación financiera del CT teniendo como resultados que la TIR (11%) es mayor a la TCE (9,23%) y el VAN es de \$21.851,78, considerándose así el negocio como rentable.

PALABRAS CLAVE

Desarrollo rural, infraestructura turística rural, complejo turístico.

ABSTRACT

This study aimed to design a Tourist Complex that promotes the rural development of the Calceta parish, Province of Manabí. The research is descriptive and explanatory with a qualitative and quantitative approach. The research process consists of six phases, the first one focused on a situational diagnosis based on the economic, socio-cultural and environmental dimensions of the parish, which allowed identifying the general characteristics and the current state of the tourist situation in the area. In the second phase, a market study was carried out to obtain data on local supply and demand, with these results the marketing and marketing strategies of the products / services of the Tourist Complex (CT) were defined. In the third phase, the technical study of the CT was carried out, defining the physical distribution and the production processes of the services that will be offered in the establishment. In the fourth phase, the organizational and administrative structure of the business based on the legal body of tourism at the country level was described. In the fifth phase, the impact assessment and definition of the operational load capacity were carried out, determining that the project is of low adversity. Finally, the financial evaluation of the CT was carried out, with the result that the IRR (11%) is greater than the ECR (9,23) and the NPV is \$21,851.78, thus considering the business as profitable.

KEY WORDS

Rural development, rural tourism infrastructure, resort.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo como eje dinamizador de la economía abre muchas oportunidades para un territorio, sin embargo al estar inmerso en los cambios de la globalización asume el reto de satisfacer a las crecientes demandas turísticas cada vez más informadas y exigentes motivadas por desarrollar nuevas experiencias y emociones por medio de actividades complementarias como fruto de una oferta diversificada (Renda & Teotonio, 2017, p.846). Dada situación suscita la creación de nuevos emprendimientos, entre ellos los del sector hotelero, como respuesta a dicha tendencia y a su vez promoviendo el desarrollo turístico de un destino a largo plazo.

Uno de los modelos de emprendimientos hoteleros son los complejos turísticos integrales definidos por Mora (2017) como “una localidad que dentro de su radio de influencia geográfico cuentan con atractivos turísticos, infraestructura y facilidades que permiten la llegada y estadía de visitantes” (p.61), en donde el cliente-turista a más de alojarse puede acceder a los servicios de restauración y bares así como a espacios de recreación para el desarrollo de actividades lúdicas y deportivas.

En las áreas rurales con la finalidad de promover su desarrollo sustentable es necesario que éstos establecimientos den valor a ciertos aspectos, entre ellos, el uso de materiales de construcción de origen tradicional, la realización de actividades turísticas que permitan elevar el nivel de autoestima y fortalecer la identidad local bajo un marco de sensibilización social y ambiental, y la integración de la población local a fuentes de empleo y a la producción de servicios turísticos complementarios que mejoren su calidad de vida en cuanto a la economía (Boullón, 2006, p.18-24).

El desarrollo rural entendido como el “proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, impulsado por el capital externo o interno conduce a la mejora del bienestar de la población de una región” (Vásquez 2000 citado por Rojas, 2009, p.14) es influenciado en gran medida por la actividad turística ya que ésta contribuye en la diversificación de su economía además de ser un factor determinante en la conservación de los recursos naturales y socioculturales, por otra parte “el avance y aplicación de las tecnologías de la información y telecomunicaciones (TICs) y las mejoras en las infraestructuras viales reforman sustancialmente el acceso a muchas zonas rurales y por ende también contribuyen a su desarrollo” (Barroso & Flores, 2012, p.23).

Ante dicho contexto es imprescindible considerar a la sostenibilidad como el medio para mantener el equilibrio económico, ambiental y social en donde ninguno de estos aspectos tenga mayor peso que otro, lo que permitirá el “aprovechamiento adecuado de los recursos y mantendrá firme el propósito de proveer a las generaciones futuras de condiciones ambientales mejores o superadas que las que se tiene en el presente” logrando así minimizar la brecha existente entre los “daños ambientales y la sociedad” (Foladori, 1999, p.15).

Ecuador cuenta con una capacidad hotelera significativa que toma fuerza en las áreas urbanas especialmente en ciudades como Guayaquil y Quito, en donde se presenta la actividad comercial más importante del país. No obstante, existe un crecimiento notable de la oferta hotelera frente a una demanda no tan creciente. Según datos expuestos por Romero (2016) en el 2015 la ocupación hotelera en el país fue de 65,6% y hasta abril de 2016 bajó a 57,2%, lo que significa que un poco más de 4 de cada 10 camas existentes están vacías. Entre los motivos para esta caída se incluyen la apreciación del dólar que convierte al país en un destino más costoso frente a países vecinos (Colombia, Perú), y la tendencia de alojamiento alternativo en casas y departamentos privados (p20).

Desde otra dimensión, las zonas rurales presentan diferentes brechas relacionadas con el desarrollo, tanto a nivel económico como social, y apenas se empieza a visualizar al turismo como una alternativa para mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, la actividad turística no se compacta totalmente al proceso del cambio de la matriz productiva y además no existe asociatividad ni complementariedad por medio de las redes de colaboración bajo el modelo "Triple Hélice", (sector público, privado y comunidad) para impulsar el desarrollo turístico de estas zonas (Oyarvide, Nazareno, Roldán, & Ferrales, 2016, p.74).

A nivel país, la mayoría de emprendimientos rurales relacionados con el sector hotelero se los encuentra en la región andina y unos que otros en la amazonia ecuatoriana y son pequeñas empresas de índole familiar y/o comunitarias que generan empleos permanentes y temporales (Vargas, Segovia, Hernández, & Méndez, 2018, p.2). Sin embargo, en la mayoría de estos establecimientos de hospedaje no se realiza una adecuada gestión, primero por el débil profesionalismo en la industria y segundo porque se incumplen con los requisitos contemplados en el Reglamento General de Actividades Turísticas (2002) y el Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) documentos establecidos por el MINTUR (ente público rector de la actividad turística en el país).

En Manabí se desagrega la problemática nacional ya que existe un mínimo desarrollo rural. La planta hotelera más representativa se centra en la capital económica de la provincia (Manta), por su parte en las zonas rurales especialmente en la costa interna, la capacidad de la oferta de hospedaje es mínima como consecuencia de que la débil cultura turística y asociativa infunde limitaciones para la creación de este tipo de emprendimientos. En la mayoría de los casos, solo se da la presencia de empresas privadas que no guardan relación con el término de desarrollo rural ya que no se parte de la integralidad de los actores estratégicos de las comunidades y su compromiso real para hacer que prosperen las iniciativas de dicho desarrollo.

Además los gobiernos seccionales han descuidado el mantenimiento de las vías y demás facilidades de acceso indispensables para la actividad turística. Por otra parte y de acuerdo con Oyarvide, Nazareno, Roldán, & Ferrales (2016) “la actividad turística se encuentra desvinculada del ordenamiento territorial y del Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021” (p.74), lo que hace que el desarrollo rural de la provincia sea lento y no se potencialice el turismo.

Situación similar acontece en la parroquia Calceta perteneciente a la jurisdicción de Bolívar, ya que pese a cuenta con un vasto territorio rural este no ha sido desarrollado. La economía de la población se sustenta únicamente por medio de las actividades agroproductivas, ganaderas y comerciales y el campo turístico es relegado a un segundo plano, aun contando con la presencia de importantes recursos naturales y culturales (IEE, 2012). A su vez, los emprendimientos en este sector son muy pocos, se observa una oferta hotelera deficiente con una demanda mínima e irregular de visitantes, más en lo concerniente a complejos turísticos no se evidencia ninguno tanto en la parte urbana como rural.

Una gran realidad que afecta al desarrollo rural de la zona, es la poca iniciativa privada para invertir en el sector hotelero ya que la parroquia posee varios desperfectos relacionados con la adecuación de los servicios básicos generando contaminación de las vertientes de agua debido al inadecuado manejo de los vertidos líquidos domésticos. Otra problemática es que se observa un desequilibrio ambiental como producto de la degradación causada por la explotación de la madera y el uso inadecuado del suelo para el desarrollo de las actividades ganaderas y agrícolas (GAD Cantonal de Bolívar, 2015, p.13-180),

Por otra parte las instituciones financieras locales no apuestan por la inversión en el campo del turismo y limitan el acceso a créditos bancarios por medio de inflexibles y elevadas tasas de interés que interrumpen la factibilidad de los emprendimientos en este sector.

Al mismo tiempo “los turismólogos locales” propietarios de los pocos establecimientos de alojamiento y recreación existentes, no tienen la capacidad técnica para el ejercicio de la actividad, más al no contar con un recurso humano profesional en el ámbito turístico proveen a los visitantes servicios de mínima calidad en donde los términos de sostenibilidad e innovación no son considerados. Basándose en aquello se plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo ampliar la oferta hotelera de manera que contribuya al desarrollo del turismo rural en la parroquia Calceta, provincia de Manabí?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. TEÓRICA

El presente estudio reúne importantes bases teóricas y conceptuales que permiten comprender como el turismo puede influir sustancialmente en el desarrollo rural de un territorio. Además se presenta un abordaje claro sobre la realidad turística actual en el contexto ecuatoriano y una breve explicación del origen y evolución de los Complejos Turísticos como modelos de emprendimientos rurales, lo que permitirá a las comunidades locales visualizar al turismo como una alternativa latente para la mejora de sus condiciones socioeconómicas. Finalmente, esta investigación se convierte en un referente y una herramienta de apoyo para la generación de nuevas propuestas que guarden relación con la temática planteada.

1.2.2. METODOLÓGICA

Para el diseño del Complejo Turístico en la parroquia Calceta, provincia de Manabí, se tomó como principales referentes metodológicos realizados por Galarza & Lara (2015), Arévalo & Fuentes (2012), Mora (2017) y el MINTUR (2018). El análisis de dichos antecedentes permitió orientar una estructura metodológica propia y acorde a las necesidades de esta investigación, logrando establecer un análisis de la situación actual del área de influencia del proyecto así como sobre las características de la oferta y la demanda local. Además se elaboraron los estudios técnico, administrativo, ambiental y financiero del negocio.

Para la búsqueda, recopilación y análisis de la información detallada en este estudio se utilizaron un conjunto de métodos, técnicas, herramientas e instrumentos de apoyo con fundamento científico, por lo cual esta investigación se constituye como una guía metodológica para posteriores investigaciones que guarden relación con la temática planteada.

1.2.3. PRÁCTICA

La propuesta de diseño de un Complejo Turístico diversificará la oferta turística local haciendo frente a las exigencias que demandan las actuales tendencias de mercado para lograr captar una mayor afluencia de turistas y visitantes dentro de la zona, cuya retribución económica será de beneficio común tanto para la parte privada como para la población residente ya que se generarán fuentes de empleo directo e indirecto, incentivando la creación de micro emprendimientos complementarios en los alrededores. Se espera que a largo plazo, la implementación de este proyecto pueda incidir en el desarrollo rural de la parroquia Calceta.

1.2.4. LEGAL

Respecto a lo legal, la investigación está sustentada en los artículos 3, 5, 9, 23, 44 y 45 de la Ley de Turismo (2002) donde se mencionan los principios a los que debe regirse la actividad turística, los lineamientos para su ejercicio y las vías legales para la constitución de una empresa de servicios; los artículos 3, 32 y 33 del Reglamento General de Actividades Turísticas (2002) en donde se muestran los servicios que debe brindar un Complejo Turístico así como las tarifas de los mismos, y finalmente los artículos 6, 7, 11, 12, 13 del Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) que exponen la clasificación y categorización así como los derechos y obligaciones de los huéspedes y de los propietarios de los establecimientos de alojamiento.

1.2.5. AMBIENTAL

Ambientalmente, la creación de este proyecto se sustenta en el Art.14 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) donde "se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay". Además "se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la

biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados" (p24).

Fundamentándose en dicho cuerpo legal, se ha establecido un programa de mitigación de los impactos ambientales que tienden a generarse en la fase de construcción y operación del Complejo Turístico y a su vez se ha determinado la capacidad de carga operativa del establecimiento en sus diversas áreas, con el fin de no causar alteraciones ecosistémicas en la zona de intervención del proyecto.

1.2.6. SOCIOECONÓMICA

Este proyecto beneficiará económicamente a la población de la parroquia Calceta mediante la generación de plazas de trabajo de manera directa e indirecta, favoreciendo además la inserción de nuevos negocios relacionados con el sector turístico a nivel cantonal, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de los residentes y fortaleciendo su cultura turística.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un Complejo Turístico que incida en el desarrollo rural de la parroquia Calceta, Provincia de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico que defina la situación turística actual dentro del área de estudio.
- Elaborar un estudio de mercado que determine la demanda y la oferta de la parroquia Calceta, Provincia de Manabí.
- Realizar los estudios de factibilidad técnica, organizativa y ambiental del Complejo Turístico.
- Determinar la viabilidad financiera del Complejo Turístico en la parroquia Calceta, provincia de Manabí.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se diseña un Complejo Turístico entonces se podría contribuir en el desarrollo del turismo rural de la parroquia Calceta, provincia de Manabí.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Éste capítulo encierra una fundamentación teórica sobre las variables de estudio presentes en la temática investigativa con la finalidad de obtener las bases conceptuales y bibliográficas pertinentes para el diseño de la propuesta representados en el siguiente hilo conductor (ver figura 2.1).

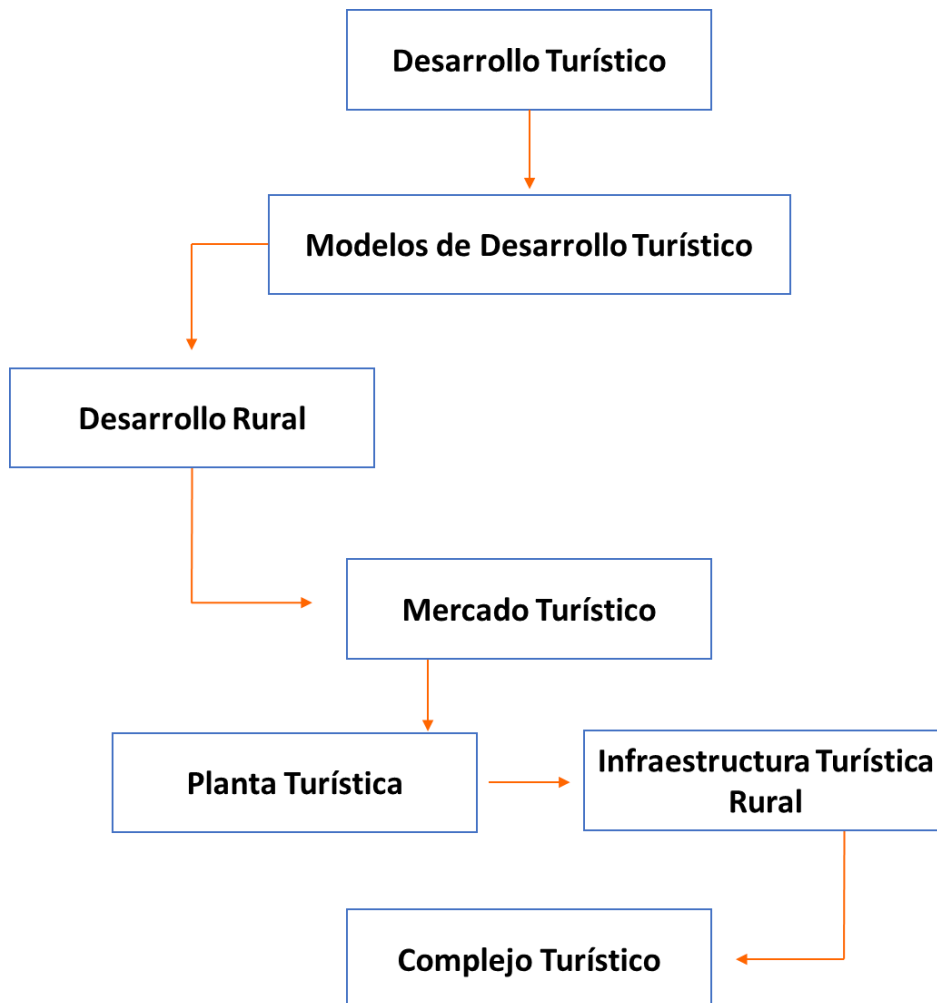


Figura 3.1. Hilo Conductor.26
Fuente: Elaboración propia.

2.1. ENFOQUES DEL DESARROLLO TURÍSTICO

El sector turístico encierra un conjunto de prestaciones y facilidades como son los servicios de restauración, entretenimiento, hospedaje, transporte y vialidad y otros asociados a la industria, sustentados en un marco político y legal con la finalidad de asegurar la estadía de los

turistas dentro de un destino, actividad que según Pearce (1991) citado por Varisco (2008) "una vez que sea mejorada y genere empleo e ingresos puede denominarse como desarrollo turístico" (p.61).

El término de desarrollo turístico no posee una dimensión global, "se halla muy diversificado, no se puede hablar de fórmulas generales de universal implantación, dado que los distintos contextos pueden dar lugar a que la aplicación de programas similares origine impactos diferentes" (Acuña, 2004, p.3). Sin embargo, éste se ve justificado bajo la teoría de desarrollo local en donde bajo criterios de sostenibilidad puede influir sustancialmente en la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales, alegando lo expresado por Muñoz, Fuentes, & Fayos (2012) quienes refieren que:

El turismo puede contribuir al desarrollo, promoviendo el uso sostenible de recursos humanos, culturales, naturales y físicos, que se encontraban ociosos o subutilizados. En particular realza el capital humano y su productividad socio-económica, ambos factores claves para el desarrollo. El turismo es un potente instrumento para incrementar el conocimiento, la percepción de las realidades y las habilidades de respuesta y, por tanto, los logros personales, la plena participación social y el progreso institucional (p.445).

De acuerdo con Altimira & Muñoz (2007) la actividad turística "no debe entenderse como una actividad económica aislada y que funciona de forma independiente" (p. 699), por ello debe existir una complementariedad y asociatividad entre el sector público, privado y sociedad civil, en donde considerar a la comunidad local como eje principal en la gestión turística puede contribuir al desarrollo sostenible de un destino disminuyendo los índices de pobreza y preservando los recursos turísticos para disfrute común de las presentes y futuras descendencias, especialmente en los países subdesarrollados (Orgáz, 2013, p.9).

Una de las características del turismo es su práctica social apoyada en la puesta en valor de sus atributos naturales y culturales, en donde el aporte endógeno de la comunidad local es de orden primordial y

repercute en la generación de utilidades y beneficios para la misma (Mantero, 2013, p.223; Arroyo, 2018, p.47). Acción que debe ser controlada de tal manera que no se produzcan aquellas problemáticas atribuidas a la industria como "el surgimiento e incremento del empleo informal a través de la venta de productos y servicios en las zonas de afluencia turística así como el empleo familiar muchas veces no remunerado en las pequeñas y medianas empresas" (Huizar, Villanueva, & Rosales, 2016, p.168).

En el Ecuador los primeros avances en cuestión turística se dieron en el Gobierno del Presidente Galo Plaza Lasso (1948-1952) en donde se comienza a visualizar al turismo como un sector productivo, posterior a ello se inicia la internacionalización de su oferta dando lugar al incremento y mejoramiento de la infraestructura turística ligada a otras facilidades que han permitido el ejercicio de la actividad (González, 2014, p.7, 8). El sector turístico del país ha sido controlado mayormente por el rol protagónico y paternalista del sector público, en donde han tenido un mínimo peso la concesión del sector privado y la sociedad civil como resultado de su insuficiente madurez y empoderamiento para dominarlo (Inostroza , 2008, p.85, 86).

No obstante, las políticas adoptadas en los últimos años han permitido que el turismo se convierta en un factor determinante para el desarrollo del país (Lamboggia, 2014, p.54). Según Sánchez (2017) entre los principales aspectos que han influido positivamente en el turismo se encuentran "la internacionalización del Marketing Turístico a través de las campañas promocionales realizadas por el Ministerio de Turismo (MINTUR), la capacitación de la fuerza laboral turística en calidad de servicio, las reformas legales para fortalecer al turismo, las nuevas y mejoradas vías de acceso aéreas y terrestres que han posibilitado la apertura de destinos directos y el impulso para el cambio estructural en la matriz productiva, como clave para promover el turismo" (p.10).

El "cambio de la matriz productiva" en el turismo implica una transformación de la concepción socio-económica de la población y una experiencia turística endógena en donde los visitantes pueden interactuar y relacionarse con las formas de vivir de la cultura local a través de la realización de actividades enfocadas principalmente en la producción primaria (agricultura, ganadería, pesca etc.), mediante las tendencias de turismo alternativo (turismo rural, agroturismo, turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura) dejando atrás la exclusión de los espacios de toma de decisión, consulta popular y ejercicio ciudadano (SEMPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo), 2015, p.45). Lo que a su vez valida lo propuesto por Palomo (1998).

La actividad turística puede ejercer de motor en los procesos de desarrollo económico de los PVD (países en vías de desarrollo), al ser un sector productivo que permite la generación de valor añadido adicional. La condición de idoneidad como actividad motriz procede de las características propias que posee la industria turística frente a otros sectores manufactureros o agrícolas (p. 72, 73).

La mayor parte de los emprendimientos turísticos que se encuentran en las áreas rurales del país corresponden a PYMES que se encargan de brindar sobretodo servicios de hospedaje y restauración, sin embargo se da la presencia de centros turísticos comunitarios especialmente en la sierra y oriente ecuatoriano, un ejemplo de ello es Salinerito en la ciudad de Guaranda. Por otra parte, en la costa ecuatoriana a pesar de que el turismo genérico se mantenga aun predominante existen emprendimientos enfocados al turismo alternativo especialmente en la costa externa manabita destacándose la Comuna de Machalilla quienes viven prácticamente del turismo encadenando sus actividades culturales con la dotación de servicios que facilitan la estadía de los turistas en la zona.

Desde otro contexto, la caída del precio del petróleo en el 2015 hizo que el sector turístico para los dos últimos años ocupara el tercer puesto en relación al PIB ecuatoriano con un aporte directo del 2%, antecedido

únicamente por el banano y el camarón (MINTUR, 2018). Sin embargo, la restricción externa de las materias primas nacionales y los efectos atribuidos al incremento del IVA (14%) influyeron en el encarecimiento del dólar afectando indirectamente al sector de servicios ya que al elevarse los costes se produjo una desventaja en la relación precio-calidad del país frente a la competencia de los países vecinos como Colombia y Perú (Carrillo & Converti, 2016, p.1, 2, 9).

La débil coordinación de las alianzas estratégicas del turismo (públicas y privadas) hace que no se sistematice la información en relación a los procesos turísticos y sus resultados (Álava, 2018, p.77), situación que afecta en gran manera a los aspectos que podrían incrementar los aportes del turismo al PIB ecuatoriano como son la infraestructura, servicios, capacitación a los operadores y personal turístico y a las campañas turísticas, que aunque se ha observado un mejoramiento de éstos en la última década, se debe tratar de perfeccionarlos (Sánchez, 2017, p.120).

La pobreza de los marcos conceptuales no permite una definición clara sobre el desarrollo turístico, reflexión que ha sido compartida en varios documentos que aparecen en la literatura, se confunde la idea de que no siempre el turismo concibe desarrollo aunque exista una dependencia entre dichas variables. Bajo la corriente de pensamiento que se plantea, se considera que el desarrollo del turismo parte de cuatro enfoques; sostenibilidad, asociatividad, complementariedad y endogeneidad.

Desde la dimensión de sostenibilidad, implica una sensibilización ambiental tanto de los recursos turísticos (naturales y culturales) como de los ecosistémicos (agua, aire, suelo) los cuales permiten la vida del ser humano en la tierra, y la sensibilización socioeconómica que se unifica a través de la distribución equitativa de las riquezas y la dotación de facilidades y leyes que aseguren la coexistencia de las poblaciones

locales mediante una balanza en sentido figurado, donde ningún factor tiene su peso superior al de los otros.

2.1.1. MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN ESPACIOS RURALES

Un modelo turístico corresponde a "la forma generalizada de resolver tanto el comportamiento turístico como la oferta que lo acompaña en un destino o región determinada" (Hiernaux, 2000). Reconocer un modelo apropiado de desarrollo turístico conlleva un consenso de diferentes corrientes de ideologías, no obstante la similitud es que pretenden direccionar las acciones o bien al turismo tradicional o al turismo sustentable.

De acuerdo con Santana (2003) el desarrollo turístico puede comprender tres perspectivas diferentes que se relacionan entre sí: por medio de la ampliación geográfico-urbanística de una localidad o destino turístico; a través de la formación técnica de los gestores y de los sistemas de preferencias que llevan a optar por unas u otras prácticas turísticas como resultado de la relación socio-antropológica; y finalmente a través de las facilidades y servicios que se brindan al turista por medio de las grandes empresas así como de las PYMES, contexto reconocido como desarrollo empresarial (p.1, 2).

Desde un enfoque de utilización de los recursos de un destino, Weaver (2000) citado por Perona & Molina (2016) propone el modelo de "Tres Etapas" (ver cuadro 2.1) pasando de la transición del turismo de masas hacia la concepción del turismo sustentable mediante el análisis de 3 etapas fundamentales. La primera etapa es la de *uso extractivo* (es inferior o más atrasado a un uso productivo) en donde la actitud hacia el turismo es demasiado empírica e insostenible; en la segunda etapa de *uso productivo* (es inferior o menos evolucionado que la de uso protectorio) si son encontradas prácticas no sustentables en la actividad se puede concluir que su desarrollo no puede ser calificado como

correspondiente a la etapa siguiente; y finalmente en la etapa tercera de uso *protectivo* se asume que existe un uso adecuado y sustentable de los recursos (p.332, 333).

Cuadro 2.1. Modelo de tres etapas y sus características.³¹

Etapas	Características	Indicadores cualitativos
Etapas 1	<p>Uso de los recursos: extractivo. Simple explotación, se toma y se usa lo que está disponible</p> <p>Ser humano: superioridad por medio de la fuerza</p> <p>Noción de sustentabilidad: ninguna</p> <p>Áreas del conocimiento: ninguna, se emplean conceptos técnicos elementales y en forma ad-hoc</p>	<p>Baja calidad de controles</p> <p>Comportamientos predatorios</p> <p>Escasa información y elementos de diagnóstico</p> <p>Acciones voluntaristas</p>
Etapas 2	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de los recursos: productivo. Se aplican creatividad, ingenio y tecnología; se «crean» nuevos recursos • Ser humano: superioridad por medio de la razón • Noción de sustentabilidad: eficiencia económica • Áreas del conocimiento: Economía (enfoque tradicional), Administración, Gestión del Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedorismo • Capacidad de gestión y planeamiento • Uso de tecnologías • Visión a largo plazo
Etapas 3	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de los recursos: protectorio. A la creatividad y uso de tecnología, se añaden la empatía y el cuidado • Ser humano: superioridad por medio de la sabiduría • Noción de sustentabilidad: social, ambiental y económica • Áreas del conocimiento: Economía Ecológica, Feminista, Evolucionista, Turismo Sustentable(*) 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de impacto ambiental • Polít. públicas y acciones privadas protectorias Empleo de calidad • Participación comunitaria

Fuente: Perona & Molina (2016).

Desde la variable de velocidad del desarrollo turístico, Peck y Lepie (1992) citado por Díaz, Santana, Rodríguez, & Moreira (2010) proponen un modelo de tres categorías; crecimiento rápido, crecimiento lento y crecimiento transitorio (ver cuadro 2.2), que a su vez se basa en tres criterios fundamentales:

- a) El tipo de desarrollo, según su magnitud y velocidad;
- b) Los impulsores del desarrollo (las bases del poder), incluyendo propiedad de la tierra, fuentes de financiación, ingresos locales y la relación entre tradiciones locales y proyectos de desarrollo; (y)
- c) Los impactos sobre las comunidades anfitrionas, expresados en términos de rentabilidad e impactos sociales primarios.

El *crecimiento rápido* se produce cuando un gran territorio es adquirido, construido y operado por las corporaciones incluyendo a individuos

externos a la localidad para dicha construcción y propiedad de servicios, en donde se excluye a la población residente de la obtención de los beneficios de cierto "desarrollo turístico". El *crecimiento lento* está exento de planificación y es controlado por los residentes locales, permitiendo además la inversión y la mano de obra externa; y en último lugar, el *desarrollo transitorio* que se enfoca exclusivamente al aspecto económico suponiendo una generación de ingresos en eventos concretos o por temporadas, es un desarrollo de mínima inversión que induce una sinergia local (p. 3, 4, 5).

Cuadro 2.2. Tipología del desarrollo turístico de Peck y Lepie (1992).³²

Tasa de Transformación	Base de poder	Efectos de la comercialidad y la rentabilidad en el estilo de la comunidad
Crecimiento rápido	<ul style="list-style-type: none"> Comunidades "dormitorio" Residentes veraniegos Comercio especializado (financiación externa) 	<ul style="list-style-type: none"> Cambio rápido en las normas locales Nueva estructura de poder y economía
Crecimiento lento	<ul style="list-style-type: none"> Proyectos individuales Propiedad local Expansión del comercio local (financiación externa) 	<ul style="list-style-type: none"> Cambio lento de las normas locales Expansión de la economía local
Desarrollo transitorio	<ul style="list-style-type: none"> "Domingueros" de paso Empresarios de temporada (financiación local) 	<ul style="list-style-type: none"> Normas estables Movilidad individual dentro de la estructura económica y de poder

Fuente: Díaz, Santana, Rodríguez, & Moreira (2010)

Finalmente Hiernaux (2000) menciona tres modelos de desarrollo turístico que se destacan en los campos bibliográficos:

- El *modelo segregado* o de enclave que básicamente es de carácter burgués, es operado fundamentalmente por las grandes cadenas transnacionales y de inversión privada alta en donde se excluye la participación local.
- El *modelo de integración relativa* es una transformación del modelo de enclave que bien puede ser fruto de la aparición de nuevas tendencias de mercado o por la fijación de nuevas políticas públicas, lo que fomenta la relación entre el cliente-

turista con la población local y la interacción de ésta última al "encadenamiento productivo" del turismo.

- En último lugar está el *desarrollo integrado* o social en donde existe una plena participación de la comunidad local convirtiéndose en la principal beneficiaria económica de la actividad turística, reduciendo a la vez la actuación del sector público y privado.

En resumidas cuentas no existe un modelo global que asegure el desarrollo de un destino o un territorio ya que existen cambiantes panoramas y situaciones principalmente en sentido económico, por otro lado los modelos deben estar adaptados a la condiciones socioculturales específicas de cada región y no ser impuestos, sino mediante una concesión de todos los actores involucrados en donde exista un poder de toma de decisión democrático no paternalista se encaminen estrategias de común beneficio, hecho y derecho.

A nivel país la situación que se presenta es que existe una descontextualización y desfase en el marco de las políticas públicas del turismo lo que no permite visualizar cuál es el modelo que se sigue porque mientras se proclama "el buen vivir" ecuatoriano, se evidencia un enclave turístico apoyando la inserción y el rol capitalista de las grandes cadenas transnacionales (Royal Decamerón, Sheraton etc...) las cuales excluyen las oportunidades de empleo y la remuneración económica a las poblaciones residentes, especialmente en las zonas rurales.

2.1.1.1. DESARROLLO RURAL

El Desarrollo Rural se traduce como un antagonismo del sector rural frente al urbano en donde el primero necesita rebasar dos amplias desventajas: los parámetros existentes sobre el atraso a diferencia del sector urbano y los parámetros de desarrollo frente a los países desarrollados, brechas que no se logran disminuir con un simple

desarrollo (a secas) (Castillo, 2008, p.7). En la búsqueda de características más claras Pérez (1998) define al desarrollo rural como un "proceso de mejora de la calidad de vida de la población rural y de la forma como éste contribuye al bienestar de la población urbana y rural adyacente mediante el aprovechamiento de sus recursos naturales" (p.19).

Según Valenciano & Carretero (2006) existen otras dos formas de visualizar el desarrollo rural; desde lo endógeno impulsando las actividades económicas y socioculturales a través de una puesta en valor de sus recursos tanto humanos como materiales donde se incluye nuevos modelos de colaboración y asociatividad, y el desarrollo rural integrado donde predomina la sustentabilidad en el aprovechamiento de las potencialidades de la zona incluyendo una política global y descentralizada (p.58).

En cuanto a los paradigmas del desarrollo rural de los PVD (Países en vías de desarrollo) se encuentran los siguientes mencionados por Castillo (2008):

1. La economía dual que refiere que los países tercermundistas tienen dos sectores económicos, el moderno (las ciudades en donde se concentra la mayor comercialización e industrialización) y el tradicional (caracterizado por las comunidades campesinas y sus prácticas económicas/culturales).
2. La dependencia estructural en la que los países periféricos dependientes benefician al otro grupo de países centrales.
3. El neoliberalismo, implica la apertura comercial y de integración global que cambió el antiguo sistema de industrialización y sustitución de importaciones en los PVD (hoy en día "países emergentes") proceso que también se ha debilitado en los últimos años (Valcárcel, 2007, p.33).

4. Las estrategias de vida en donde son analizadas las vulnerabilidades de la sociedad logrando un mayor acceso a ciertos activos o factores de reducción de pobreza (p. 11-28).

Por otra parte según Bohman (1999) citado por Barrera & Muñoz (2003) a más de los productos agrícolas, las comunidades producen otras externalidades las cuales se han descrito en la tabla posterior (ver cuadro 2.3):

Cuadro 2.3. Externalidades ambientales y socioculturales en las zonas rurales.³⁵

EXTERNALIDADES AMBIENTALES	EXTERNALIDADES SOCIALES Y CULTURALES
<p>POSITIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escenarios naturales. Mantienen los escenarios naturales al conservar la naturaleza, bosques, ríos, etc. • Protección de cuencas. Protegen las cuencas y conservan el suelo, permiten disponer de agua en las ciudades y se evitan las inundaciones. • Biodiversidad y hábitat para la fauna. Preservan la biodiversidad y guardan ambientes aptos para la fauna. <p>NEGATIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contaminación por pesticidas, erosión del suelo, pérdida de biodiversidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo tradicional de vida. Mantienen el estilo tradicional de vida que se pierde en las ciudades. • Patrimonio cultural. El patrimonio cultural de los pueblos se preserva en las zonas rurales. • Aporte al Desarrollo Rural • Ingreso y empleo en zonas rurales. Los productores agropecuarios generan con su actividad ingresos económicos y empleos en las zonas rurales. • Viabilizar las comunidades rurales. Los pueblos rurales se desarrollan gracias al trabajo de los agricultores que generan condiciones económicas que permiten su viabilidad.

Fuente: Bohman (1999) Barrera & Muñoz (2003).

Dentro de las debilidades del proceso de desarrollo rural se encuentra precisamente la deficiente mano de obra de la comunidad local en cuanto a la servucción, esto hace que emerja la vinculación con la academia para que mediante colaboración técnica pueda desempeñar un mejor rol. En el caso ecuatoriano, ésta ha sido una de las principales problemáticas fundamentalmente en el sector de restauración y hospedaje, que no precisamente es por cuestiones de amabilidad que si bien es cierto es una característica innata de la población, sino por la débil gestión o administración de sus emprendimientos que hace que no se brinden servicios de calidad conforme a las expectativas de los clientes.

2.2. MERCADO TURÍSTICO DE MANABÍ

El mercado turístico reúne los productos y servicios que componen la oferta y la demanda que tiene interés y motivación en comprarlos y disfrutarlos, utilizando además elementos, medios, actividades y flujos de interacción, para facilitar la relación entre el cliente y los ofertantes (Socatelli, 2013, p.1).

En el país como ya se ha comentado con anterioridad, la demanda turística también decreció en los últimos años bajo los efectos del 16A. Sin embargo las autoridades encargadas del sector con la finalidad de incrementar el número de llegadas han efectuado algunas acciones post terremoto como los tours solidarios, festivales gastronómicos, eventos culturales y deportivos, stands "Unidos por Manabi" en los principales Centros Comerciales del Ecuador así como campañas publicitarias realizadas por el MINTUR de la mano con el Gobierno Provincial y varios municipios de Manabí (Félix, Campos, Martí, & Mejía, 2017).

La demanda turística de la provincia así como en el resto del país se caracteriza por ser estacional e interna, la mayor afluencia de turistas y visitantes se presencia en los feriados (carnaval, navidad, fin de año y semana santa) y en la temporada de vacaciones escolares, con un promedio mensual de 8.000 turistas cantidad que se duplica y triplica en las temporadas altas indicadas con anterioridad (Álava, 2018, p. 57).

La cartera de productos turísticos de Manabí está condicionada bajo los ejes temáticos diseñados por el MINTUR representados mediante las tendencias tanto de turismo tradicional como alternativo destacándose el turismo genérico (Sol y Playa), el Ecoturismo, Turismo de Naturaleza, Agroturismo, Turismo de Aventura y el Turismo Cultural, en las cuales los turistas pueden realizar diversas actividades como deportes acuáticos, degustación de gastronomía típica, eventos y festivales culturales y otros (Bravo & Zambrano, 2017, p.15).

Entre las principales motivaciones tanto del turista nacional como el extranjero se encuentran el turismo de cultura y de naturaleza, el 70% de este segmento son adultos y adultos mayores y el 30% restante corresponde a turistas relativamente jóvenes "mochileros" especialmente de Chile, Colombia y Argentina, países que se encuentran entre los principales mercados del Ecuador según el Boletín de Estadísticas Anuales, además de otros que conforman la lista como Estados Unidos, Perú, España, Canadá, Cuba y Alemania (ver figura 2.2) (MINTUR, 2018).

RK	País	2017		2018		% Var. ..
		Registr..	% Part	Registr..	% Part	
1	Venezuela (..	14.901	9,8%	62.506	31,7%	319,5%
2	Colombia	42.232	27,9%	43.241	21,9%	2,4%
3	Estados Uni..	19.575	12,9%	17.949	9,1%	-8,3%
4	Perú	15.704	10,4%	16.064	8,1%	2,3%
5	Argentina	7.312	4,8%	6.715	3,4%	-8,2%
6	Chile	5.871	3,9%	5.417	2,7%	-7,7%
7	España	4.737	3,1%	4.770	2,4%	0,7%
8	Canadá	3.313	2,2%	3.174	1,6%	-4,2%
9	Cuba	3.054	2,0%	2.827	1,4%	-7,4%
10	Alemania	3.550	2,3%	2.677	1,4%	-24,6%
	Otros países	31.181	20,6%	31.879	16,2%	2,2%
	Total general	151.430	100,0%	197.219	100,0%	30,2%

Figura 4.2. Principales mercados turísticos del Ecuador.37

Fuente: MINTUR (2018).

2.3. PLANTA TURÍSTICA DE MANABÍ

Se entiende por planta turística al conjunto de equipamientos básicos (hoteles, restaurantes, bares, cines, agencias de viajes y otros) y a las instalaciones consignadas por dicho equipamiento que facilitan la práctica de las actividades turísticas (muelles, miradores, teleféricos, piscinas, canchas de tenis y otros) administrados por el sector público y privado (Boullón, 1985 citado por Sánchez 2003, p.19).

En la provincia de Manabí la planta turística se está logrando recuperar con asiduidad pese a la catástrofe que generó el sismo del 16A en la costa norte, respecto a los servicios de alimentos y bebidas (A&B) se

encuentran registrados y habilitados 978 establecimientos (Pérez, 2018). Por otra parte, se encuentran 19 agencias de viajes (AAVV) mayormente concentradas en Manta y Portoviejo (MINTUR, 2017 citado por Álava, 2018).

El sector hotelero de la provincia la componen 501 establecimientos de hospedaje habilitados, en su mayoría de 1 y 2 estrellas, correspondientes a 18.884 camas entre hostales, hoteles, hosterías, cabañas y otros. No obstante en los dos últimos años se han registrado 139 establecimientos más en los cantones Puerto López, Pedernales, Portoviejo, Manta, San Vicente y Sucre (Pérez, 2018).

Es importante reconocer que hasta la fecha la planta e infraestructura turística de los cantones del norte de Manabí (Sucre, San Vicente, Pedernales y Jama) no se ha recuperado del todo. Actualmente la mayor y mejor oferta turística se dirige hacia los cantones que conforman el perfil costanero en el suroeste de la provincia, entre ellos Manta, Portoviejo, Jaramijó y Puerto López con una demanda creciente de la tradicional oferta de turismo genérico (sol y playa). No obstante en la costa interna de la provincia la planta turística se caracteriza por ser débil no tan solo en cuantificación sino en cualificación.

Considerando que Manabí es un territorio eminentemente rural, éste subutiliza la potencialidad de sus recursos por lo que se debe hacerse hincapié en la diversificación de su oferta a partir de las tendencias que propone el turismo alternativo (turismo rural, turismo de aventura, agroturismo etc...).

2.4. HOSPEDAJE EN ÁREAS RURALES

En la mayoría de los aportes literarios del turismo esta actividad enfocada al espacio rural que se identifica como Turismo Rural (TR) se reconoce como una tendencia que surgió de la necesidad de los nuevos mercados, sin embargo Atiencia (2017) antepone que dicha actividad

floreció como una estrategia política de conservación y desarrollo local de los países del Sur de Europa quienes padecían de variadas problemáticas procedentes del turismo genérico situación que se difundió en muchos otros países incluyendo a los americanos en donde los emprendedores empezaron a focalizar esta estrategia en grandes, pequeñas y medianas empresas de alojamiento, de allí que se evidencien diversas infraestructuras hoteleras rurales (p.15).

Una infraestructura hotelera es una edificación que reúne espacios, instalaciones, equipamientos y facilidades para brindar fundamentalmente el servicio de hospedaje, pudiendo además incorporar otros servicios complementarios. Adaptando este enfoque a la tipología rural, en el Decreto-Ley nº 39 del Gobierno de Portugal (2008) citado por Renda & Teotónio (2017) mediante el artículo 18 nº1, se considera a los hospedajes rurales como:

establecimientos que se destinan a prestar en espacios rurales, servicios de alojamiento a turistas, preservando, recuperando y valorizando el patrimonio arquitectónico, histórico, natural y paisajístico de los respectivos lugares y regiones donde se sitúan, a través de la reconstrucción, rehabilitación o ampliación de construcciones existentes, asegurando su integración al contexto. (p.850).

Una infraestructura hotelera rural desde el punto de vista de gestión debe contemplar lo expuesto por Inostroza (2008) (p.83).

- Que la actividad turística deba estar subordinada a un modelo de desarrollo rural.
- Que el turismo en el medio rural vincule las actividades productivas locales y diversifique la tradicional y dominante economía agraria (y)
- Que el turismo no sea el único eje económico de la comunidad sino un factor que lo complemente, porque de lo contrario volvería a contemplar una estructura de desarrollo tradicional.

Por otra parte, desde la dimensión de la demanda se precisa comprender que el hospedaje debe guardar relación con lo propuesto por Baltazar & Zavala (2015) quienes se enfocan desde la alternativa de turismo rural definiéndola en el párrafo posterior:

aquella actividad que implica viajar o visitar las áreas rurales (en sentido amplio) con finalidades múltiples, no limitadas a las siguientes: permanecer o pernoctar, comer o consumir (alimentos y bebidas o algún otro servicio), participar (en actividades o festividades locales culturales o de cualquier tipo), practicar (algún deporte o actividad de cualquier tipo), contemplar algo (como la arquitectura o la naturaleza) y experimentar algo (como una introspección, un encuentro o una trascendencia personal) (p.4).

Un hospedaje rural dirige su oferta de servicios a una demanda interesada en generar experiencias endógenas, a partir de su acercamiento e interacción con a las formas de vida de la población residente. A esto se suma que los hospedajes rurales a más de ofrecer los servicios de hospedaje y alimentos, deban adicionar los relacionados con el entretenimiento.

2.5. COMPLEJO TURÍSTICO RURAL

Los complejos turísticos toman diversas denominaciones dependiendo de las clasificaciones de cada país, entre los apelativos mas usados se encuentran "casas de vacaciones", "aldeas", "complejos vacacionales" y "resorts" y la similitud es que se encuentran en las zonas costeras favoreciendo la oferta del turismo de Sol y Playa. No obstante, también se reconocen como "enclave de turismo tradicional en el medio rural" debido al incremento de su oferta en éstas zonas, promoviendo una relación endógena mas estrecha con el destino turístico (Szmulewicz, 1998 p.14). En el Ecuador, mediante el Reglamento General de Actividades Turísticas (2002) estos establecimientos se encuentran denominados como complejos vacacionales teniendo las siguientes especificaciones:

Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y

servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y sin ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del Estado. Estas últimas estarán obligadas, únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento (p. 9).

Por otra parte, en el Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) los complejos turísticos se reconocen como resorts y se denominan de la siguiente manera:

Resort: Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (p.9).

A nivel país se suele establecer diferencias entre complejo turístico, resort o complejo vacacional, sin embargo en los criterios y especificaciones emitidos en las referencias antes citadas, queda demostrado que ambos cumplen el mismo propósito "brindar los servicios de hospedaje, incluyendo la alimentación y servicios complementarios en un contexto rural".

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

Este capítulo tuvo como propósito estructurar una metodología funcional adaptada al "Diseño de un Complejo Turístico que incida en el desarrollo rural de la parroquia Calceta, provincia de Manabí", partiendo del análisis de estudios similares. El tipo de investigación utilizado en la actual propuesta fue de carácter descriptivo con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). En los párrafos posteriores se muestra en detalle el análisis de los antecedentes metodológicos que sirvieron de referente para la presente investigación.

I: Propuesta de creación de un Complejo Turístico en el sector rural de Barcelona, Cantón Milagro, Ecuador - Arévalo & Fuentes (2012).

La metodología utilizada en esta propuesta parte de una investigación exploratoria y de campo iniciando con un diagnóstico previo de la situación actual dentro del área de estudio y un análisis de la demanda validando la técnica de la encuesta mediante la selección de un muestreo de tipo Probabilístico-Estratificado. En lo posterior se realizó un estudio de factibilidad administrativo, legal y técnico en el cual se describieron las características de la empresa y el diseño de productos que ofertará y se determinaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a partir de la matriz de análisis DAFO y el análisis de la competencia según la matriz de potencialidades de Michael Porter lo que ayudó en la definición de las estrategias del Marketing Mix. Finalmente se realizó un análisis financiero para comprobar la rentabilidad del Complejo Turístico.

II: Estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico Sustentable en la Parroquia Posorja, cantón Guayaquil - Galarza & Lara (2015).

La estructura de trabajo de esta investigación inicia con un diagnóstico situacional y una fundamentación legal sobre la creación de un

Complejo Turístico, luego se realiza un estudio de mercado mediante un levantamiento de información sobre los atractivos turísticos, infraestructura y planta turística del cantón así como una recopilación de datos mediante la técnica de la encuesta y la entrevista dirigidas a los turistas y actores locales de Posorja. Posteriormente se plantea el diseño de la construcción del complejo turístico que incluye la infraestructura organizacional y de servicios y finalmente se efectúa un estudio de impacto ambiental y financiero de manera que se comprueba la factibilidad del proyecto.

III: Diseño del Complejo Turístico La Providencia, mediante la elaboración del plan de negocios, para fomentar el turismo de recreación, en la Parroquia Puerto Limón, Cantón Santo Domingo - Mora (2017).

La investigación desarrollada por Mora (2017) se la realiza a partir de un diagnóstico de la situación actual de la Parroquia en mención. Dentro de las técnicas utilizadas para el análisis de la demanda se encuentran; la encuesta que se dirigió a la población local y a los turistas nacionales y extranjeros seleccionados mediante un muestreo de tipo probabilístico y las entrevistas con las cuales se obtuvo información relevante por parte de los representantes políticos de la parroquia así como de emprendedores turísticos locales.

En lo posterior se define la conformación de la empresa con sus características de servicios e infraestructura, se realiza un análisis FODA y se diseñan las estrategias de marketing mix. Por otra parte, se realiza un estudio técnico, legal y administrativo del negocio y finalmente un análisis financiero del mismo, concluyendo que se dan resultados favorables para que el proyecto pueda ser puesto en ejecución.

IV: Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA (Actividad emprendedora temprana) 2018-2021 - MINTUR, 2018.

Este modelo de emprendimiento turístico desarrollado hace dos años atrás por el Ministerio de Turismo ecuatoriano, busca fomentar la creación de pequeñas y medianas empresas dentro de la industria mediante el apoyo a los ciudadanos en el desarrollo de sus capacidades emprendedoras y de implementación de mejores prácticas para la creación de sus negocios turísticos así como el desarrollo de la innovación contribuyendo a la sostenibilidad y competitividad empresarial del sector.

El modelo utiliza una metodología bastante completa, en la primera fase se describen los datos generales del proyecto, seguido se realiza un diagnóstico y planteamiento del problema haciendo una descripción de la situación actual del sector y se determina la línea base. Posterior se realiza el análisis de oferta y demanda, un análisis sobre la articulación con la planificación turística vigente y un análisis integral que incluye la viabilidad técnica, financiera fiscal, económica y la viabilidad ambiental y sostenibilidad social. En base a los resultados que se obtengan finalmente se desarrolla la estrategia de ejecución, la estrategia operativa y la estrategia de seguimiento y evaluación del proyecto.

En la tabla posterior se han descrito cada una de las fases propuestas por los autores Galarza & Lara (2015), Mora (2017), Arévalo y Sánchez (2012) y MINTUR (2018) con la finalidad de determinar las que sean más apropiadas para el desarrollo metodológico de la actual investigación (ver cuadro 3.1).

Cuadro 3.1. Metodologías para el diseño de un Complejo Turístico.44

Arévalo & Fuentes, 2012	Galarza & Lara, 2015	Mora, 2017	MINTUR 2018
1. Análisis de la situación actual	1. Diagnostico Situacional	1. Análisis situacional del lugar	1. Datos generales del proyecto
2. Estudio de la demanda	2. Fundamentación legal	2. Análisis de la demanda y la oferta	2. Diagnóstico y problema
3. Estudio Administrativo	3. Estudio de mercado	3. Estrategias de Marketing	3. Análisis de la oferta y la demanda
4. Estudio de la factibilidad	4. Estudio técnico del Complejo Turístico	4. Estudio técnico	4. Articulación con la planificación

legal							
5.	Estudio técnico	5.	Estudio de impacto ambiental	5.	Estudio Legal	5.	Análisis de la viabilidad técnica, financiera fiscal, económica, ambiental y sostenibilidad social
6.	Marketing mix	6.	Estudio Administrativo	6.	Estructura orgánica funcional	6.	Estrategias
7.	Recursos, Análisis financiero	7.	Plan de Marketing	7.	Análisis económico-financiero	7.	Seguimiento y evaluación del proyecto
		8.	Estudio financiero				

Fuente: Elaboración propia

La siguiente matriz de criterios muestra una comparación de las fases anteriormente descritas en las cuales se evidencia una similitud de 8 fases correspondientes al diseño de un Complejo Turístico (ver cuadro 3.2).

Cuadro 3.2. Matriz de integración de criterios.⁴⁵

AUTORES	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
Arévalo & Fuentes, 2012	X	X	X	X	X	X	X		7
Galarza & Lara, 2015	X	X	X	X	X	X	X	X	8
Mora, 2017	X	X	X	X	X	X	X		7
MINTUR, 2018	X	X	X	X	X	X	X	X	8

Fuente: Elaboración propia.

La leyenda de criterios representada en el cuadro 3.3 muestra las 8 fases encontradas en los antecedentes metodológicos descritos con anterioridad de las cuales 7 presentan similitud a excepción de la fase de estudio de impacto ambiental la cual solo se evidencian en el estudio de Galarza & Lara (2015) y del modelo de emprendimientos establecido por el MINTUR (2018). Gracias al grado de relevancia que presentan las metodologías utilizadas en los dos últimos estudios antes mencionados, éstas serán consideradas y adaptadas a conveniencia en el desarrollo metodológico de la presente propuesta con la finalidad de obtener resultados óptimos dentro del proceso investigativo.

Cuadro 3.3. Leyenda de criterios.⁴⁵

A	Diagnostico Situacional del lugar	D	Estudio Técnico del Complejo Turístico	G	Análisis financiero
B	Fundamentación Legal	E	Estudio Administrativo	H	Estudio de Impacto Ambiental
C	Estudio de Mercado	F	Plan de Marketing	I	Evaluación y seguimiento

Fuente: Elaboración propia.

Una vez analizadas las fases propuestas en los estudios antes descritos se desarrolló la metodología a utilizarse en la actual propuesta, en la cual se incluyen las actividades para el logro de cada fase así como las herramientas e instrumentos de apoyo (ver cuadro 3.4).

Cuadro 3.4. Desarrollo metodológico.46

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
FASE I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1. Caracterización del área de estudio.	<ul style="list-style-type: none"> • Método de análisis y síntesis • Método descriptivo • Técnica de observación directa • Revisión bibliográfica • Ficha de observación
FASE II ESTUDIO DE MERCADO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de la demanda 2. Análisis de la oferta 3. Mercadeo y comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Método de análisis y síntesis • Método estadístico • Encuestas • Entrevistas • Matriz de Competidores • Software Microsoft Excel
FASE III ESTUDIO TÉCNICO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribución física del Complejo Turístico 2. Proceso de producción del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Método descriptivo • Flujograma de proceso • Plano del negocio • Herramientas tecnológicas y de software <ul style="list-style-type: none"> ✓ GPS ✓ Laptop ✓ Visio ✓ AutoCAD
FASE IV ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentación legal 2. Organización de la empresa 3. Perfil de puestos y funciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Método de análisis y síntesis • Revisión documental • Organigrama empresarial
FASE V IMPACTO AMBIENTAL DEL NEGOCIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación, valoración y evaluación de impactos ambientales 2. Programa de medidas de mitigación de impactos ambientales 3. Capacidad de carga 	<ul style="list-style-type: none"> • Método análisis-síntesis • Observación directa • Matriz de identificación de impactos ambientales • Matriz de importancia de impactos ambientales • Matriz de valoración de impactos ambientales • Matriz de estudios de capacidad de carga
FASE VI EVALUACIÓN FINANCIERA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estructuración financiera del negocio 2. Evaluación financiera del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Método numérico • Método de análisis y síntesis • Método de evaluación financiera • Matriz de proyección de ventas • Matriz de proyección de costos y gastos • Matriz de flujo de caja proyectado

Fuente: Elaboración propia.

3.1. DESCRIPCIÓN DE LAS FASES

A continuación, se describen cada una de las 6 fases desarrolladas dentro del proceso investigativo explicando los métodos, técnicas y herramientas de apoyo que ayudarán en el cumplimiento de las mismas.

3.1.1. FASE I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

En esta primera fase se realizó una caracterización general de la parroquia Calceta estableciendo un análisis de las dimensiones económicas, turísticas, socio-culturales y ambientales dentro del área de estudio. En el levantamiento de información se realizó una revisión bibliográfica y una visita in situ en donde se extrajeron datos mediante una ficha de observación y a través de la aplicación de una entrevista a la representante de la Dirección de Turismo del GAD Cantonal de Bolívar utilizando como herramienta un cuestionario abierto (ver Anexo N°1, 2 y 3). Los métodos utilizados en esta fase fueron el de análisis y síntesis y el descriptivo.

3.1.2. FASE II: ESTUDIO DE MERCADO

En esta fase se logró identificar los productos turísticos rurales existentes en Manabí mediante la aplicación de 3 entrevistas dirigidas a los representantes de las únicas agencias de viajes de turismo receptivo que ofrecen productos de turismo rural en zona centro de Manabí, como son Ecuador Ceibo`s tours, MyC Travels y Paker Mundo. Dicha selección se la realizó mediante la referencia técnica del Ing. Patricio Muñoz (actual presidente de la Asociación de Agencias de Viajes del cantón Portoviejo) (ver cuestionario en Anexo N°4 y 5).

En el análisis de la demanda se logró determinar el perfil del visitante mediante la aplicación de encuestas a través de un cuestionario cerrado en el sitio Platanales y en los centros de recreación de Calceta, a partir de la selección de un muestreo infinito (ver cuestionario en Anexo N°6, 7 y 8). Respecto a la oferta, se realizó un levantamiento de información

bibliográfica el cual permitió obtener datos relevantes sobre la planta turística de Calceta. Además, se realizó un análisis de la competencia utilizando la matriz de competidores.

En función de los resultados de la oferta y la demanda, se definieron los productos/servicios que ofertará el Complejo Turístico y se establecieron las estrategias de marketing mix (producto, plaza, precio y promoción) logrando direccionar la oferta del negocio a la demanda turística real y potencial. Los datos recopilados fueron procesados mediante el software Excel a través de los métodos estadístico y analítico-sintético

3.1.3. FASE III: ESTUDIO TÉCNICO

Para realizar el estudio técnico del proyecto se consideraron los resultados derivados del análisis de la oferta y la demanda efectuado en la fase segunda. En el inicio de esta fase se determinó la localización del proyecto (macro y microlocalización) además de las coordenadas, seguido se procedió a determinar la distribución física del Complejo Turístico. Así también, se diseñó la planimetría y altimetría del proyecto y el diseño arquitectónico que reúne las áreas operativas y administrativas del Complejo Turístico utilizando el software de diseño y reproducción de imágenes "AutoCAD".

Por otra parte, se estructuraron los procesos de producción del servicio de hospedaje, alimentación, eventos y de las actividades recreativas del negocio considerando desde el contacto inicial del cliente con la empresa hasta la etapa final del mismo, para representar dichos procesos se diseñó un flujograma mediante el software "Visio". El método utilizado en esta fase fue el descriptivo.

3.1.4. FASE IV: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA

Tomando como base el método de análisis y síntesis, en esta fase se realizó una fundamentación legal del proyecto mediante una revisión

documental en la cual se consideraron los artículos que se encuentran expuestos en la Ley Orgánica de Turismo (2002), el Reglamento General de actividades turísticas (2002) y el Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) mismos que sustentan la constitución de los establecimientos de hospedaje y las normativas para el desarrollo de las actividades turísticas. Seguido se describió la organización de la empresa mediante un organigrama funcional y el perfil de puestos y funciones que deberá cumplir el capital humano que formará parte del Complejo Turístico.

3.1.5. FASE V: IMPACTO AMBIENTAL DEL NEGOCIO

En esta fase se realizó la identificación, valoración y evaluación de los impactos ambientales asociados al proyecto a través del método de análisis y síntesis. Para la obtención de los resultados se utilizó la matriz de importancia de los impactos ambientales la cual permitió determinar las acciones antropogénicas y las acciones de las actividades turísticas que tienen incidencia en los componentes ambientales.

Seguido se utilizó la matriz de valoración de impactos ambientales siguiendo la metodología para el Cálculo de las Matrices Ambientales de los Servicios Hidrológicos y ambientales, HidroAr (2015). Una vez obtenida la evaluación de los impactos ambientales se desarrolló un programa de medidas de mitigación de dichos impactos que afectan a los componentes involucrados en el proyecto dentro de las fases de construcción y operación. Finalmente, mediante la matriz correspondiente se determinó la capacidad de carga física (CCF) de las áreas evaluadas dentro del Complejo Turístico tomando en consideración los supuestos según las especificaciones técnicas del proyecto.

3.1.6. FASE VI: EVALUACIÓN FINANCIERA

En esta fase se realizó la estructuración financiera del negocio mediante la información obtenida en las fases anteriores y a través de la

elaboración de proformas de precios a una empresa constructora (ver Anexo N°9 y 10) con lo cual se detalló el plan de inversión, proyección de ventas, costos y gastos, capital de operación y flujo de caja proyectado. Seguido se realizó la evaluación financiera que determinó la factibilidad del CT. En esta fase se aplicaron los métodos analítico-sintético, numérico y de evaluación financiera (VAN-TIR).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se detallan los resultados de las fases realizadas en concordancia con el objeto de estudio, llevando a la práctica el procedimiento metodológico descrito en el capítulo anterior.

4.1. FASE 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El diagnóstico situacional comprende las características generales y un análisis de las dimensiones económicas, turísticas, socioculturales y ambientales de la parroquia Calceta.

4.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

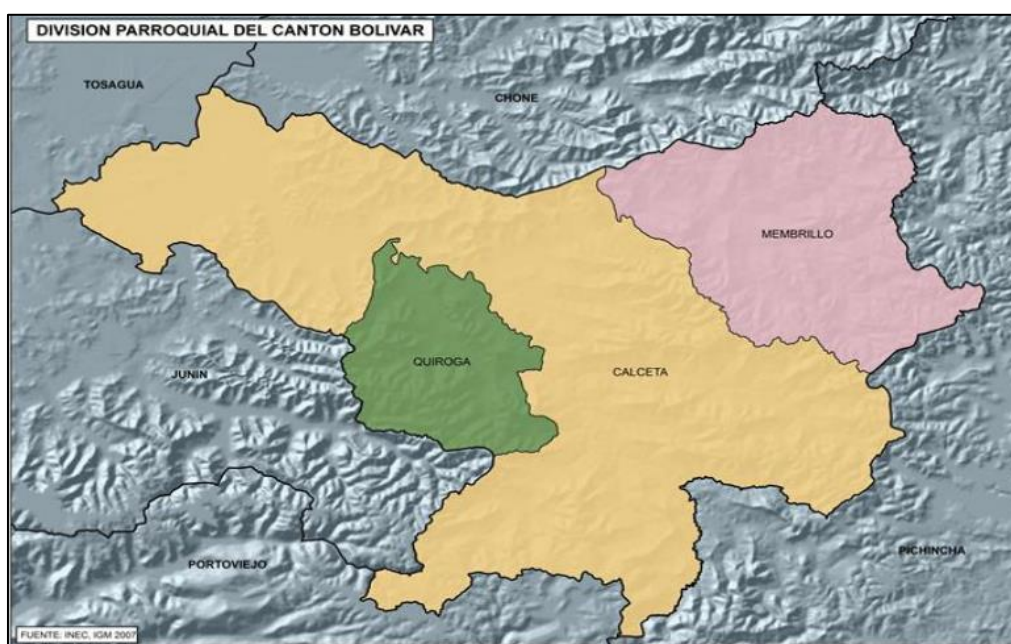


Figura 4.1. División parroquial del cantón Bolívar.⁵¹
Fuente: SENPLADES (2014).

Calceta es la cabecera cantonal y única parroquia urbana del cantón Bolívar, ubicado en la parte nor-oriental de la provincia de Manabí. Por los vestigios arqueológicos encontrados en este territorio se cree que en la antigüedad hubo un asentamiento de los Caras, la conquista de estas tierras empieza ya a principios del siglo XVIII cuando los habitantes de los cantones aledaños empezaron a migrar con fines comerciales para la venta de sus productos agropecuarios navegando por el río carrizal, a

estos grupos humanos se lo denominó como “Balseros” ya que trasportaban sus mercancías en grandes balsas a la tierra que hoy se conoce como Calceta (IEE, 2012).

Geográficamente, el territorio calcetense presenta altiplanos con llanuras en la parte baja generalmente utilizadas para la agricultura y agropecuaria y en la parte alta presenta elevaciones irregulares y onduladas con bosques primarios que albergan una gran riqueza de flora y fauna y sustentan el clima húmedo-tropical característico de la zona. En Calceta existen varias comunidades y barrios tanto en la parte urbana como en el sector rural, el cual compone la mayor parte de su extensión territorial (ver datos cuadro 4.1) (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2026).

Cuadro 4.1. Datos generales de la Parroquia Calceta.⁵²

PARROQUIA CALCETA	
Provincia:	Manabí
Cantón:	Bolívar
Zona:	4
Región:	Costa
Limites:	Norte: Canuto, Sur: Quiroga- Junín, Este: Canuto-Tranquipedra-Membrillo, Oeste: Junín-Estancilla
Fecha de creación:	1878
Población:	14.296 hab.
Extensión:	345 km ²
Clima:	26° - Humedad relativa 76%
Altitud:	22 m.s.n.m
División Política:	Comunidades (El limón, Arrastradero, Bejucal, El Morro, Matapalo, Las Lomas, Cabello, La Pastora, Guabal, Guabal Adentro). Barrios (San Felipe, San Bartolo, La Juanita, Inés Moreno).
Hidrografía:	Rio Carrizal (Principal cuenca), rio Platanales (afluente del rio Chone), rio Mosca.

Fuente: GAD Cantonal de Bolívar (2015).

DIMENSIÓN ECONÓMICA

La economía de Calceta así como en el resto del cantón Bolívar se sustenta fundamentalmente en el sector primario por medio de la agricultura, la ganadería, y la silvicultura desarrollada en sus comunidades rurales (SENPLADES, 2014); entre los productos agrícolas mayormente destacados se encuentra el cultivo de cacao y café, según datos expuestos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Bolívar 2015-2026, a nivel general existen

alrededor de 520 fincas, de las cuales 360 se dedican al cultivo de cacao y 160 al café, con un promedio general de 25 has por finca (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Bolívar 2015-2026, p29.). El expendio de la producción agraria hacia el área urbana de la parroquia Calceta, la ha convertido en el punto comercial de Bolívar haciendo que ésta sea la segunda actividad más importante dentro de los sectores productivos del cantón (Ver cuadro 4.2).

Cuadro 4.2. Población Ocupada por Rama de Actividad del cantón Bolívar.53

No.	POBLACIÓN OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDAD DEL CANTÓN BOLÍVAR	
1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	42.0%
2	Comercio al por mayor y menor	15.2%
3	Construcción	7.0%
4	Enseñanza	6.9%
5	Industrias manufactureras	5.6%
6	Transporte y almacenamiento	4.6%
7	Actividades de los hogares como empleadores	4.3%
8	Administración pública y defensa	4.2%
9	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	2.5%
10	Otras actividades de servicios	2.0%
	Otros	5.9%

Fuente: SENPLADES (2014).

Respecto al sector educativo o de enseñanza según los datos de la SENPLADES (2014) se encuentra en el 4to eslabón destacándose la presencia de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López (ESPAM MFL) la cual dinamiza la economía local no tan solo por la movilidad de los estudiantes, sino que a largo plazo el aprendizaje adquirido en las aulas se refleja mediante la creación de pequeños emprendimientos adquiriendo relevancia los del ámbito agroindustrial, lo que hace que se esté incursionando en este sector por medio de negocios como los relacionado con la elaboración de lácteos y cárnicos haciendo que el 5.6% de la población ocupada a nivel de Cantón se dedique a esta actividad que alcanza el 5to lugar dentro de las ramas de producción (Ver cuadro 4.2).

Las industrias manufactureras más reconocidas en Calceta se encuentra la Corporación Fortaleza del Valle la cual se encarga de la compra del cacao fino de aroma a los pequeños y medianos productores del Cantón Bolívar los cuales están asociados a la empresa, posteriormente ellos

realizan el secado y comercialización a países de Norteamérica y Europa para la fabricación de chocolates. Además existen otras pequeñas empresas dedicadas a la elaboración de dulces típicos y embazadoras de agua (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Bolívar 2015-2026). Las instituciones financieras existentes dentro de la parroquia Calceta son el Banco del Pichincha, BanEcuador, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Calceta Limitada y la Cámara de Comercio.

DIMENSIÓN TURÍSTICA

El sector turístico de Calceta no ha sido desarrollado pese a que cuenta con varios recursos/atractivos naturales y culturales. Según las ramas productivas del Cantón Bolívar, el sector de hospedaje y servicios de comidas se encuentra en el 9no lugar lo que representa el 2.5% de la población ocupada en estas actividades, indicando que la oferta turística no tiene mucha relevancia (SENPLADES, 2014).

Una de las problemáticas que incidió en el estancamiento en la gestión turística de la parroquia y del cantón en general fue el terremoto del pasado 16 de abril de 2016, ya que se evidenciaron daños en todo el sistema turístico (García, Carreño, & Doumet, 2016). Por su parte, Chávez (2019) menciona que otras de las causas es que en la anterior administración municipal el turismo no era considerado prioritario y esto limitaba la ejecución de los proyectos que se plasmaban en el POA (Plan Operativo Anual). Además, el presupuesto municipal que se ha destinado para la actividad turística es de apenas \$8.000 anuales.

Existe deficiente o limitada promoción turística, con demandas en la planificación y uso de herramientas que tributen al desarrollo turístico del sector (Alfonso, García, & Rodríguez, 2017). Ante esto, Chávez (2019) indica que en el actual Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar se está tomando en consideración la creación de una marca enfocada en la modalidad de turismo rural, sin embargo este proyecto aún no ha sido desarrollado porque se requiere la participación integral tanto de los

empresarios del sector turístico así como de las entidades educativas y la población local para que aporten de manera enriquecedora en la creación de la misma.

Otras de las actividades relacionadas con la promoción del cantón ha sido la elaboración de folletería y dos tótems con información turística los cuales fueron ubicados en puntos estratégicos de la parroquia con el fin de que los visitantes se guíen. Respecto a las facilidades turísticas, en los dos últimos años se han instalado señaléticas y se han adecuando algunas vías de primer orden que conectan las comunidades rurales con la ayuda del MINTUR (Ministerio de Turismo Ecuatoriano). Además, en relación a los servicios básicos el año anterior se realizó una reingeniería del sistema de alcantarillado en la zona urbana de Calceta (Chávez, 2019).

Actualmente no se cuenta con un registro de visitantes, no obstante se estima que aproximadamente llegan a Calceta 10.000 visitantes cada año y su principal motivación son las visitas a familiares. Se destaca la presencia de la demanda en los feriados fundamentalmente en los meses de enero, agosto y octubre, en estos dos últimos meses se realizan las fiestas patronales de San Agustín celebradas el 28 de agosto y la de cantonización que se da el 13 de octubre respectivamente (Chávez, 2019).

Finalmente Chávez (2019) considera que la creación de un Complejo Turístico ayudaría en la diversificación de la oferta turística de la parroquia Calceta y del Cantón Bolívar y motivaría la afluencia de un mayor número de visitantes, favoreciendo además la competitividad local.

DIMENSIÓN SOCIO-CULTURAL

Culturalmente, a pesar de que Calceta hereda el legado del pueblo montubio, la población actual es autoidentificada mayormente como mestiza en un 73,28 % mientras que como montubio/a el 19,08 %

(INEC, 2010 tomado del IEE (Instituto Espacial Ecuatoriano), 2012), lo que se reduce a una pérdida de identidad cultural como consecuencia del alto índice de migración de la población bolivarense en busca de fuentes de empleo principalmente a ciudades como Guayaquil y Quito y a otros países de América y Europa.

A nivel del cantón Bolívar el índice poblacional va en aumento, según los datos del IEE (2012), el crecimiento porcentual en el área urbana es del 26,58% mientras que en el área rural es de 8,31% (p16), además existen bajos niveles de instrucción, según el anterior estudio referenciado los datos de escolaridad que se presentan son los siguientes:

- Analfabetismo (9,70)
- Nivel primario (43,29 %)
- Nivel secundario (17,87 %)
- Nivel de educación básica (11,09 %)
- Nivel superior (9%)
- Nivel postgrado (0,47%)

La inseguridad que se evidencia en Calceta es otra de las problemáticas que se ha venido proliferando durante las dos últimas décadas, existen áreas marginales con altos índices delictivos incluyendo el tráfico de sustancias psicotrópicas asociados a redes de vandalismo procedentes de otros lugares de la provincia y del país. Entre los poblados con mayor delincuencia dentro de la parroquia se encuentra el Barrio San Felipe y el San Pablo, y sin lugar a dudas esta es una grave situación que afecta directamente a la actividad turística ya que limita la pernoctación de quienes desean visitar la cabecera cantonal.

Respecto al área de salud, existe el hospital general "Aníbal Gonzales" que pertenece al distrito de salud 13D06 JUNIN; BOLIVAR y dos subcentros; uno ubicado en el Barrio San Bartolo y otro en la ciudadela Inés Moreno, ambos pertenecen al área urbana de la parroquia y

brindan atención las 24 horas en casos de emergencia y citas médicas (IEE, 2012, p27).

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Las zonas rurales de Calceta presentan diversas problemáticas como la degradación del suelo generado por inadecuadas prácticas desarrolladas por los agricultores y ganaderos (utilización de sustancias químicas para la siembra y cultivo, tala de árboles etc.), lo que a largo plazo ha provocado varios incendios forestales en los alrededores de la parroquia. Las condiciones climáticas de la zona hacen que la población esté propensa a sufrir de enfermedades trópicas (dengue, paludismo) así como de otras enfermedades bactericidas especialmente en las zonas rurales, en donde al no contar con acceso al agua potable, el agua que es suministrada por una red de tuberías que ocasiona graves cuadros de gastroenteritis, poliomiелitis, meningitis y otras (GAD Cantonal de Bolívar, 2015, p53-55; Loor & Moreira, 2013, p26, 27)

Condición similar sucede con el sistema de alcantarillado existente ya que pese a la reingeniería que se le dio el año anterior, aún existen desperfectos de este servicio en varias zonas de Calceta lo que provoca en varias ocasiones la proliferación de enfermedades. Más en cuanto al sector rural éste no posee alcantarillado y se opta por utilizar pozos ciegos o letrinas. La población mayormente afectada son los niños, adultos y mujeres en estado de gestación, implicando además un riesgo para quienes visitan la parroquia con fines turísticos.

4.2. FASE 2. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1. PRODUCTOS DE TURISMO RURAL EN MANABÍ

Esta información ha sido recopilada mediante entrevista a los representantes de las principales agencias de viajes que ofertan productos de turismo rural a nivel de Manabí, entre ellos el Ing. Javier Cherres gerente de Ecuador Ceibo`s tours, a la Ing. Loly Proaño

representante de ventas de MyC Travels y finalmente al Ing. Patricio Muñoz gerente propietario de la agencia de viajes Paker Mundo.

En la provincia, los productos de turismo rural están mayormente enfocados hacia la costa externa destacándose entre ellos los siguientes:

- Parroquia rural de San Lorenzo (Manta)
- Comunidad Pile (Montecristi)
- Comunidad Agua Blanca (Puerto López)
- Hacienda “Bonanza” (Portoviejo)
- Hacienda “Don Atanasio” (Portoviejo)

La mínima oferta de turismo rural que se evidencia tiene mucho que ver con la débil organización de las comunidades rurales ya que poseen los recursos turísticos pero no los aprovechan adecuadamente, también no se brindan las facilidades en cuanto a la vialidad y señalización para desarrollar paquetes que incluyan la visita a dichos atractivos o recursos.

En cuanto a las características de la demanda que compra paquetes de turismo rural se tiene que prefieren actividades turísticas que impliquen un contacto directo con la naturaleza y sobre todo que les generen experiencias, las actividades deportivas son una buena opción. Además están interesados en hospedajes económicos y que brinden facilidades complementarias como restaurantes, piscinas, acceso a internet, un aspecto fundamental de este segmento es que son bastante exigentes en cuanto a la calidad de los servicios. La media del presupuesto de gasto turístico es de \$161,00 por persona lo que podría incluir de uno a dos días en un destino y los meses en los que se presenta mayor afluencia de turistas hacia esta zona, son de enero a marzo y de junio a octubre.

Actualmente las agencias de viajes recién está incursionando en el turismo emisor por lo que la demanda internacional es mínima y los

productos mayormente son consumidos por turistas nacionales. Al no contar dentro de la provincia con un Complejo Turístico, la idea del proyecto en mención crearía la oportunidad de generar productos mucho más integrales enfocados en la parte interna de Manabí.

4.2.2. DEMANDA TURÍSTICA EN CALCETA

Con la finalidad de recopilar información sobre las principales motivaciones y preferencias de los visitantes para el diseño y desarrollo de las actividades del Complejo Turístico, se aplicaron encuestas donde había presencia de visitantes dentro de la parroquia Calceta (Sitio Platanales y centros de recreación). Previamente, se seleccionó un muestro infinito utilizando la siguiente fórmula propuesta por Gálvez (2012):

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2} \quad (4.1)$$

Donde:

Z = Nivel de confianza

p= Porcentaje de población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de población que no tiene el atributo deseado

e = Error muestral

n= Tamaño de la muestra

Reemplazando los valores de la fórmula se tiene:

$$n = \frac{1.96 \cdot 50\% \cdot 50\%}{0,06} = 266.78$$

n = 267 encuestas

Los resultados derivados de las encuestas aplicadas dentro de la parroquia Calceta se han descrito en el cuadro posterior en donde se ha hecho preciso indicar la mayor y menor valoración de las variables analizadas, seguido se presenta un análisis de dichos resultados (ver cuadro 4.3).

Cuadro 4.3. Resultados derivados de las encuestas.58

VARIABLE	VALORACIONES
Procedencia	(29%) Cantón Bolívar (16%) Junín (12%) Chone (9%) Tosagua (8%) El Carmen (6%) Portoviejo (5%) Manta (4%) Bahía de Caráquez, Sto. Domingo (2%) Jipijapa (1%) Balao y Quito.
Edad	(26%) 26 a 35 años (21%) 36 a 45 años (20%) 18 a 25 años (18%) Más de 50 años (15%) 46 a 50 años
Sexo	(54%) masculino (43%) femenino
Motivos de visita	(28%) Ocio y recreación (25%) Visita a familiares (19%) Negocios (17%) Trabajo (11%) Otros
Frecuencia anual	(36%) más de 5 veces (34%) De 3 a 5 veces (30%) De 1 a 2 veces
Presupuesto de gasto	(31%) De \$25,00 a \$30,00, (29%) Más de \$50,00 (27%) De \$35,00 a \$50,00 (13%) Menos de \$20,00
Grupo de viaje	(44%) Familias (33%) Amigos (16%) Pareja (7%) Solo
Promedio de estadía	(39%) 2 a 3 días; (32%) 1 día; (21%) 4 a 5 días; (8%) Más de 5 días
Aceptación del Complejo Turístico rural	(99%) Sí (1%) NO
Servicios de preferencia	(6%) Hospedaje, Restaurante, Seguridad, Piscinas, Área para eventos, Área de juegos infantiles, Acceso para personas con discapacidad, Área de camping, Sistema de Reservas online (5%) Parqueadero, Venta de artesanías locales, Información turística, Canchas deportivas, Bar (4%) Televisión por cable, Rutas o paseos turísticos, servicio de lavandería, Acceso a redes inalámbricas (WIFI) (3%) Servicio de traslado (2%) Spa, Gimnasio
Actividades turísticas de interés	(10%) Ciclismo, Canoping, Paseos en bote, Caminatas, Degustación de comida típica local, Pesca deportiva (9%) Actividades deportivas (8%) Senderismo, Observación de flora y fauna, compra de artesanías (7%) Paseos a caballo (0%) Otros
Medios de información utilizados	(21%) Referencias de amigos y familiares (20%) redes sociales, internet (16%) Televisión, periódicos (6%) Revistas (1%) Folletos (0%) Otros

Fuente: Elaboración propia.

El 71% de los visitantes que llegan a la parroquia Calceta son procedentes de Junín, Chone, Tosagua, El Carmen, Portoviejo, Manta, Bahía de Caráquez, Sto. Domingo y Jipijapa, y en menor proporción de Balao y Quito. Según la edad, son jóvenes de 26 a 35 años, en su mayoría de sexo masculino, motivados por el ocio y la recreación (que fundamentalmente realizan los fines de semana y feriados) y con un presupuesto de gasto medio-bajo de más \$25,00 a \$30,00 por persona.

El promedio de estadía de los visitantes es de 2 a 3 días y la frecuencia de visita al lugar es de más de 5 veces al año, éste dato ayuda a corroborar la aceptación que se tiene en cuanto a la creación del Complejo Turístico ya que en éste lapso necesitarán un lugar para hospedarse y a la vez recrearse. En cuanto a los servicios turísticos la demanda prefiere los siguientes: hospedaje, restaurante, seguridad, piscinas, área para eventos, área de juegos infantiles, acceso para personas con discapacidad, área de camping y sistema de reservas online.

Al ser una demanda joven está interesada en un turismo activo que les genere experiencias y muy apegadas a aspectos culturales como la degustación de la gastronomía local y la compra de artesanías, desarrollando además actividades como senderismo, ciclismo, observación de flora y fauna, canoping, paseos en bote, caminatas, actividades deportivas y pesca deportiva, otro aspecto a considerar es que utilizan los canales tradicionales de información por medio de las referencias de familiares y amigos, así como mediante las redes sociales.

TARGET DEL VISITANTE DE LA PARROQUIA CALCETA

Los resultados de las encuestas aplicadas permitieron determinar que existe la predisposición de los visitantes por conocer los recursos/atractivos de la parroquia para el desarrollo de actividades de turismo rural y la aceptación que tendría la implementación de un

Complejo Turístico en la zona rural de Calceta. El target del visitante que llega a la parroquia posee las siguientes características (ver cuadro 4.4).

Cuadro 4.4. Perfil del visitante de la parroquia Calceta.60

TARGET DEL VISITANTE DE LA PARROQUIA CALCETA	
Procedencia:	Junín, Chone, Tosagua, El Carmen, Portoviejo, Manta, Bahía de Caráquez, Sto. Domingo, Jipijapa, Balao y Quito
Edad:	26 a 35 años
Motivos de visita:	Ocio y recreación
Frecuencia anual:	más de 5 veces
Presupuesto de gasto:	Entre \$25,00 a \$30,00
Grupo de viaje:	Familia
Promedio de estadía:	2 a 3 días
Actividades turísticas de interés:	Senderismo, Ciclismo, Observación de flora y fauna, Canoping, Paseos en bote, Caminatas, Degustación de comida típica local, Compra de artesanías, Actividades deportivas, Pesca deportiva.

Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.2.3.1. PLANTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA CALCETA

La infraestructura hotelera de Calceta, aunque no muy desarrollada, es la más importante dentro del cantón Bolívar, sin embargo los servicios que son ofrecidos en los establecimientos de hospedaje existentes no cumplen con los requisitos establecidos en los reglamentos rectores del turismo a nivel país, a saber el Reglamento General de Actividades Turísticas (2002) y el Reglamento de Alojamiento Turístico (2015), como consecuencia se observa una incorrecta categorización y clasificación de dichos establecimientos lo que afecta la relación precio-calidad y por ende la insatisfacción de quienes visitan la parroquia.

En el estudio post terremoto realizado por Carreño, García, & Doumet (2017) se muestra que el sector hotelero de la parroquia tiene una capacidad de 368 plazas distribuidas en 15 establecimientos de diferentes categorías (ver cuadro 4.5). De ésta el promedio de ocupación es tan solo el 20% en temporada baja y en los días de feriados normalmente se incrementa la demanda.

Cuadro 4.5. Establecimientos de Hospedaje de la Parroquia Calceta.61

No.	Establecimiento	Categoría	Habitaciones	Plazas
1	Hostal Galicia	Hostal 3da	11	30
2	Hotel Cacao	Hostal 2da	20	50
3	Hostal Bolivar	Hostal 2da	13	35
4	Hostal San Placido	Pension 3er	12	27
5	Mi Hotel	Hostal 2da	12	29
6	El Centenario	Hostal 2da	6	20
7	Mangos	Hostal 2da	10	30
8	Hotel Carrizal Inn	Hotel 1er	14	34
9	Higuerón	Hotel-laboratorio	11	30
10	Hotel Calceta	Hostal 3er	11	20
11	Motel Holly Days	Motel	10	10
12	Motel Paraiso	Motel	8	8
13	Motel Il Piacere	Motel	10	10
14	Punto G	Motel	5	5
15	Maratea	Hotel	10	30
			Plazas totales	368 pax

Fuente: Carreño, García, & Doumet (2017).

Pese a que la gastronomía de la parroquia es variada y de buen sabor, la debilidad que se presenta es la incorrecta manipulación de los alimentos sobre todo en los restaurantes que se encuentran en el denominado “patio de comidas” en la calle 10 agosto así como en otros sitios marginales de Calceta. Al igual que los centros de hospedaje tampoco se cumple con estándares de calidad en cuanto a la prestación de dicho servicio, y la atención al cliente sobretodo es deficiente. En lo relacionado a los establecimientos de A&B, la parroquia cuenta con una capacidad total de 684 plazas distribuidas en 17 lugares de restauración (ver cuadro 4.6) (Carreño, García, & Doumet, 2017).

Cuadro 4.6. Establecimientos de A&B de la Parroquia Calceta.62

No.	Establecimiento	Categoría	Capacidad
1	Encebollados Nato	Restaurante 2da	42
2	Mami Nina	Bar restaurante 1ra	100
3	Cevichería Chavito	Restaurante 2da	42
4	Cevichería Sol de Manta	Restaurante 2da	30
5	Cevichería Mesón del Mar	Restaurante 2da	20
6	Pizzería Mama Gina	Restaurante 1era	60
7	Cevichería Pedernales	Restaurante 2da	20
8	Asadero La Esquina de Ales	Restaurante 2da	40
9	La Olla	Restaurante 4ta	40
10	Asadero su mejor pollo	Restaurante 3ra	40
11	Pico Rico	Restaurante-asadero 3ra	30
12	Gracimar	Restaurante 4ta	20

13	Klz	Restaurante 4ta	20
14	Domingo Criollo	Restaurante 4ta	20
15	Cabañas Jessy	Restaurante 4ta	20
16	Doña Meche	Restaurante 4ta	20
17	Asociación de Bares y Restaurantes del Mercado Central	Restaurantes populares de comida típica	80
Plazas totales			338 pax

Fuente: Carreño, García, & Doumet (2017).

Por otra parte, mediante observación se pudo constatar que no existen Complejos Turísticos dentro de la parroquia, solo se da la presencia de 6 centros de entretenimiento los cuales cuentan con servicios de piscinas, bar, área de eventos y de alimentación, más no brindan servicios de alojamiento. Sumado a éstos existen otros lugares como bares y discotecas con una capacidad total de 830 pax (ver cuadro 4.7).

Cuadro 4.7. Centros de recreación y entretenimiento.⁶³

No.	Establecimiento	Categoría	Capacidad
1	Choco chips	Bar-Karaoke	30
2	Quinta El Rocío	Centro Recreacional	100
3	Quinta Linda	Centro Recreacional	200
4	El Regocijo	Centro Recreacional	200
5	Quinta Colina del Sol	Centro Recreacional cultural y ecológico	200
6	El Cipriano	Centro Recreacional	100
Capacidad total			830 pax

Fuente: Carreño, García, & Doumet (2017).

La parroquia Calceta cuenta con varios recursos turísticos potenciales, 5 de ellos son de origen cultural y 1 natural, los cuales hasta la actual fecha no se encuentran registrados por el MINTUR (Carreño, García, & Doumet, 2017). Mediante visita in situ se pudo detectar otro atractivo cultural que es el de las “Artesanías en Barro” las cuales son elaboradas en el sitio Cabello ubicado en la vía a Canuto, entre los productos elaborados en barro se encuentran ollas y demás instrumentos de cocina que son comercializados los días sábados en la feria parroquial. A continuación se presenta un inventario de los recursos turísticos existentes dentro de la parroquia (ver cuadro 4.8).

Cuadro 4.8. Inventario de Atractivos Turísticos de la Parroquia Calceta.63

No	INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS	
1		Nombre del recurso/atractivo: Calceta histórico Categoría: Manifestaciones culturales Tipo: Histórico Subtipo: Zonas históricas ciudades Jerarquía: II
2		Nombre del recurso/atractivo: ESPAM MFL Categoría: Manifestaciones culturales Tipo: Científico Subtipo: Centro científico y técnico Jerarquía: II
3		Nombre del recurso/atractivo: Balneario Platanales Categoría: Sitios naturales Tipo: Ríos Subtipo: Ribera Jerarquía: I
4		Nombre del recurso/atractivo: Fiestas Patronales de San Agustín Categoría: Manifestaciones culturales Tipo: Etnografía Subtipo: Tradiciones y creencias populares Jerarquía: I
5		Nombre del recurso/atractivo: Paraje natural y cultural quinta colina del sol Categoría: Manifestaciones culturales Tipo: Etnografía Subtipo: Tradiciones y creencias populares Jerarquía: I
6		Nombre del recurso/atractivo: Artesanías en paja mocora Categoría: Manifestaciones culturales Tipo: Etnografía Subtipo: Artesanías; tejidos en paja Jerarquía: I
7		Nombre del recurso/atractivo: Artesanías en barro Categoría: Manifestaciones culturales Tipo: Etnografía Subtipo: Artesanías; alfarería Jerarquía: I

Fuente: Carreño, García, & Doumet (2017).

4.2.3.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Al no existir complejos turísticos dentro del área de estudio, la competencia directa para el proyecto en mención será el Complejo Turístico y Deportivo “Estancia de Don Vicho” ubicado en la parroquia Estancilla, perteneciente al cantón Tosagua. Este establecimiento ofrece una variada carta de platillos locales así como de menús

internacionales, además ofrece el servicio de alojamiento tipo logde con precios medios-altos que van desde los \$49,00 (habitación simple) a \$98,00 (habitación deluxe), el horario de atención en los días de lunes a viernes es de las 10:00 am hasta las 4:00 pm, mientras que en los fines de semana se atiende desde las 7:30 am hasta las 5:00 pm.

Adicionalmente, esta empresa alquila sus instalaciones para la realización de eventos, más no cuenta con un salón o área destinada exclusivamente para brindar dicho servicio. Para el desarrollo de actividades deportivas y recreativas, cuentan con una piscina grande, área de juegos para niños y una cancha deportiva. El mercado al que se dirige la oferta de la Estancia de Don Vicho es para grupos de familias, visitantes locales e internacionales interesados en temas recreativos pero con un enfoque de turismo rural (ver cuadro 4.9).

Finalmente en cuanto a los canales de comercialización y promoción que utiliza la competencia estos son directos y electrónicos por medio de cuentas de redes sociales como Instagram y Facebook además de las reservas por vía telefónica y whatsapp.

Cuadro 4.9. Matriz de competidores.65

NOMBRE DE LA EMPRESA: Complejo Turístico y Deportivo "Estancia de Don Vicho".			
Producto o servicio	Restaurant: Platos a la carta	Hospedaje	Piscinas
Precio	\$6,50	\$49,00 c/pax	\$1,50 entrada
Capacidad instalada	500 personas	20 pax	50 pax
Estacionalidad	Lunes a domingo		
Canales de comercialización	<u>Tradicional:</u> Venta directa. <u>Electrónico:</u> Vía telefónica y redes sociales.		
Promoción	Teléfono: 0991481495 Instagram: @estanciadedonvicho Facebook: Estancia de Don Vicho Correo:roberth_garzon@hotmail.com		
Localización	Vía Tosagua, Km 4.5 Sector Cristo Negro		

Fuente: Elaboración propia.

4.2.4. MERCADEO Y COMERCIALIZACION

4.2.4.1. PRODUCTOS/SERVICIOS DEL COMPLEJO TURÍSTICO

Para elaborar el portafolio de productos/servicios del Complejo Turístico se ha utilizado información derivada del estudio de mercado. Cada uno de los servicios que brindará la empresa cumplirá con estándares de

calidad en busca de satisfacer al cliente externo, tanto en la atención al cliente así como en la presentación de la oferta de los menús del restaurante, las bebidas del bar piscina, cabañas de hospedaje y demás actividades recreativas.

Los productos alimenticios utilizados para la preparación de los menús, serán en lo posible cosechados en las comunidades locales con el objetivo de apoyar el sector primario de la parroquia Calceta. Por otra parte, las bicicletas utilizadas para el recorrido de los senderos del Complejo Turístico serán alquiladas por comuneros del sitio Matapalo, con la finalidad de generar empleo indirecto en la comunidad.

Para la venta de artesanías se comprarán las piezas a un precio razonable a los artesanos locales, esto les permitirá generar un ingreso extra para sus familias y por ende se logrará promocionar dichos productos incrementando su demanda a largo plazo. El capital humano de la empresa estará conformado por personas de la localidad con el fin de generar empleo directo a la población residente, dicho personal será constantemente capacitado para su eficaz desempeño de acuerdo al área operativa en que labore.

Bajo las afirmaciones anteriores se ha elaborado el siguiente portafolio de productos el cual reúne los servicios de hospedaje, alimentación, recreación y eventos, en el cuadro 4.10 se indican las especificaciones que componen cada uno de los servicios mencionados de manera específica.

PRODUCTOS/SERVICIOS DEL COMPLEJO TURÍSTICO	
HOSPEDAJE:	☀ Habitaciónes ecológicas, confortables y vanguardistas (matrimoniales, simples, dobles y triples) con acceso a wifi, Smart TV, baño privado, ducha fría y caliente, servicio de lavandería y service room las 24 horas del día.
ALIMENTACIÓN:	☀ Restaurante al aire libre donde se podrá degustar de una gran variedad de menús nacionales e internacionales.
EVENTOS	☀ Sala de eventos ☀ Asesoramiento técnico para la realización de eventos

RECREACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ☼ Bar piscina ☼ Piscina para adultos ☼ Piscinas para niños ☼ Cancha de fútbol ☼ Zonas de camping ☼ Canoping ☼ Sala de juegos para adultos ☼ Zona de juegos para niños ☼ Senderos turísticos ☼ Paseo en bote y pesca deportiva en el lago artificial ☼ Venta de artesanías
-------------------	---

Cuadro 4.10. Productos/servicios que ofertará el Complejo Turístico.67

Fuente: Elaboración propia.

4.2.4.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

Para la comercialización de los servicios del Complejo Turístico se ha definido una serie de estrategias enfocadas en el Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción) considerando los resultados derivados del análisis de la oferta y la demanda.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Las estrategias de producto se han formulado con la finalidad de diseñar actividades y servicios que permitan satisfacer las necesidades de la demanda, el cuadro posterior indica las estrategias seleccionadas (ver cuadro 4.11):

Cuadro 4.11. Estrategias de producto.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	
Nuevas líneas de producto	El Complejo Turístico ofrecerá servicios no convencionales que los diferencian a nivel local, cantonal y provincial (Canoping, camping), donde los turistas podrán generar nuevas experiencias y conocimientos.
Necesidades de la demanda	El enfoque del producto del Complejo Turístico estará encaminado a satisfacer el interés que tiene la demanda en relación a la modalidad de turismo rural mediante la realización de actividades turísticas innovadoras (canoping, camping, pesca deportiva, senderismo, ciclismo).
Variedad de productos	El establecimiento ofrecerá una gama completa de servicios de hospedaje, alimentación, eventos y recreación.
En función de la estacionalidad	Se aprovecharán los días feriados a nivel local y nacional para impulsar un mayor número de ventas (navidad, fin de año, vacaciones, carnaval, semana santa, fechas especiales y otros).

Fuente: Elaboración propia.

ESTRATEGIAS DE PRECIO

En relación al precio se han estructurado varias estrategias que ayudarán en la generación e incremento de la demanda en la empresa (ver cuadro 4.12).

Cuadro 4.12. Estrategias de precio.

ESTRATEGIAS DE PRECIO	
De inserción en el mercado	Durante los seis primeros meses, la empresa cobrará un precio menor en relación a la competencia con la finalidad de captar la demanda presente e incursionar en el mercado.
En paquete todo incluido	Se diseñarán paquetes de estadía todo incluido (all inclusive) con precios acorde a cada uno de los servicios ofrecidos.
Estrategias de atracción	Para los primeros tres meses, por la compra de 2 paquetes todo incluido (de cualquiera de las habitaciones disponibles) se accederá a un descuento del 10%. En días de feriado se realizarán concursos aleatorios donde se premie con un paquete todo incluido (de cualquiera de las habitaciones disponibles) a los clientes que se encuentren registrados en la base de datos de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

ESTRATEGIAS DE PLAZA

Debido a que el Complejo Turístico es un producto que recién va incursionar en el mercado de la parroquia Calceta y cantón Bolívar en general, se ha optado por utilizar los dos tipos de canales existentes: directo e indirecto. El primero enfocado en la demanda local y el segundo direccionado hacia la demanda nacional e internacional. Dentro de las estrategias de distribución se tiene la siguiente (ver cuadro 4.13):

Cuadro 4.13. Estrategias de plaza.

ESTRATEGIAS DE PLAZA	
Distribución selectiva	Se establecerán alianzas con agencias de viajes y operadoras turísticas a nivel provincial y nacional que vendan productos de turismo rural, con la finalidad de captar un mayor número de la demanda.
Página Web	El negocio contará con una página web oficial donde detallará la oferta de servicios incluyendo los precios, paquetes, eventos y descuentos especiales. La página será amigable al usuario, podrá hacer las reservas on-line y registrarse utilizando sus cuentas de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) o mediante e-mail. Al momento de que el cliente haga su reserva y se registré de manera física u online, se solicitará información personal para formar una base de datos de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Las estrategias de promoción se han definido en base al comercio electrónico ya que según las características de la demanda ésta se informa por medios digitales (ver cuadro 4.14).

Cuadro 4.14. Estrategias de promoción.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	
Buscadores Online	El negocio se encontrará también mediante los buscadores Trivago y Booking.com donde los clientes podrán hacer sus reservas desde estas plataformas y a la vez dejar sus comentarios y sugerencias, además de obtener una calificación de los turistas y/o visitantes en cuanto a la calidad de los servicios brindados.
Redes sociales	Mediante las cuentas de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp) del Complejo Turístico se enviarán a los clientes que se encuentren en la base de datos, links y hashtags sobre las ofertas de los servicios y fotografías actualizadas de la empresa con la finalidad que las compartan con sus amigos y familiares. La empresa promocionará eventos en días especiales y feriados con el objetivo de captar mayor afluencia, dichos eventos serán publicados a través de las redes sociales del Complejo Turístico.

Fuente: Elaboración propia.

4.3. FASE 3. ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Macro localización: El proyecto se desarrolla en la zona rural de la parroquia Calceta perteneciente al cantón Bolívar, provincia de Manabí.

Micro localización: Entrada del sitio Matapalo, a 5 minutos de la cabecera cantonal Calceta, en la vía Calceta-Quiroga-Pichincha. Coordenadas: Latitud oeste: -0.84080838, longitud sur: -80.1585865 (ver figura 4.2).



Figura 4.2. Micro localización y georreferenciación de la zona de intervención del proyecto.

Fuente: Google Earth, editada por el autor.

4.3.2. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL COMPLEJO TURÍSTICO

En la distribución física y administrativa del Complejo Turístico se utilizó información derivada del análisis de la demanda con la finalidad de determinar las áreas operativas para el desarrollo de las actividades de preferencia de los visitantes. La propiedad privada considerada para el proyecto en mención tiene una extensión de 14 has, cuyo territorio estará dividido en las siguientes 6 áreas:

ÁREA DE ALOJAMIENTO: El espacio destinado para el área de hospedaje es de 1283 m², en la cual serán construidas 12 rústicas y elegantes cabañas (4 matrimoniales, 3 triples, 3 dobles y 2 individuales) con una dimensión de 5,72 m² de frente y 6,93 m² de fondo acondicionadas con baño independiente, acceso a wifi, TV por cable, camas y butacas confortables y armario las cuales tendrán opcionalmente a disposición el servicio de lavandería y room service las 24 horas al día.

AREA DE ESTACIONAMIENTO: Esta área comprende una extensión de 555 m² dotada de una infraestructura óptima para el estacionamiento de vehículos teniendo una capacidad de aparcamiento total de 23 automóviles además de una pequeña zona para parqueo de motos y bicicletas.

ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: El área de alimentos y bebidas tiene una extensión de 310 m² y posee un gran restaurante principal que ofrecerá el servicio de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas el cual estará amoblado con sillas y mesas rústicas fabricadas con troncos de madera de guachapelí y amarillo con una capacidad máxima de 80 personas, además posee una gran cocina totalmente equipada tanto con utensilios originarios de la cultura montubia (ollas de barro, horno de leña) así como de instrumentos de la cocina vanguardista basándose en estrictas normas de orden, asepsia y adecuada manipulación de los alimentos y bebidas con la finalidad de que los clientes puedan acceder a la cocina si así lo desearan, dentro de la

cocina se encontrará 1 bodega de vegetales y alimentos secos y 2 cámaras una de congelación y otra de refrigeración.

ÁREA DE RECREACIÓN: Esta área comprende una dimensión de 1307 m² y posee las siguientes instalaciones:

- 1 Bar piscina.
- 1 Piscina principal (adultos).
- 1 Piscina pequeña (niños).
- 1 Sala de eventos (capacidad máxima 100 personas).
- 1 Local de venta de artesanías locales (sombreros de paja mocora, y demás souvenirs).
- 1 Oficina de información turística.

ÁREA DE DEPORTES: Esta área comprende un territorio de 6550 m² la cual contiene espacios adecuados para el desarrollo de actividades deportivas en las siguientes instalaciones:

- 1 Cancha de futbol (45 cm de ancho x 90 de longitud).
- 2 Zonas de camping (2908 m²).
- 1 Sala de juegos (adultos) (ping pong, billar, cartas, ajedrez)
- 1 zona de juegos infantiles (columpio, sube y baja, casa de juegos didácticos, sillas y mesas de jardín, tobogán).
- 4 senderos que podrán recorrerse en bicicletas de montaña o a pie, el primero con una dimensión de 4780 m², el segundo con 571 m², el tercero con 323 m² y finalmente el que se encuentra cercano a la vía de acceso que tiene 1157 m².
- 1 Lago artificial (para pesca deportiva de tilapias y paseos en bote).
- 1 zona de canoping.

ÁREA ADMINISTRATIVA: Esta es área cuenta con una extensión de 345 m² en la cual se encuentra la oficina de gerencia, una sala de reuniones y una sala de espera para la recepción.

Para definir de manera precisa la distribución física y administrativa del Complejo Turístico se han elaborado los planos arquitectónicos del mismo. La figura 4.4 muestra la planimetría y altimetría del proyecto logrando obtener una representación topográfica respecto a la superficie plana y el relieve del terreno donde este será construido. Seguido, en la figura 4.5 se muestra el diseño arquitectónico el cual reúne las características técnicas de construcción y distribución de las áreas destinadas para el desarrollo de las actividades y servicios que ofrecerá el establecimiento, conforme a las necesidades de la demanda turística.

Finalmente en las figuras 4.3 a la 4.7 se indica en qué lugar dentro del diseño arquitectónico se encuentran las diversas áreas del complejo turístico.

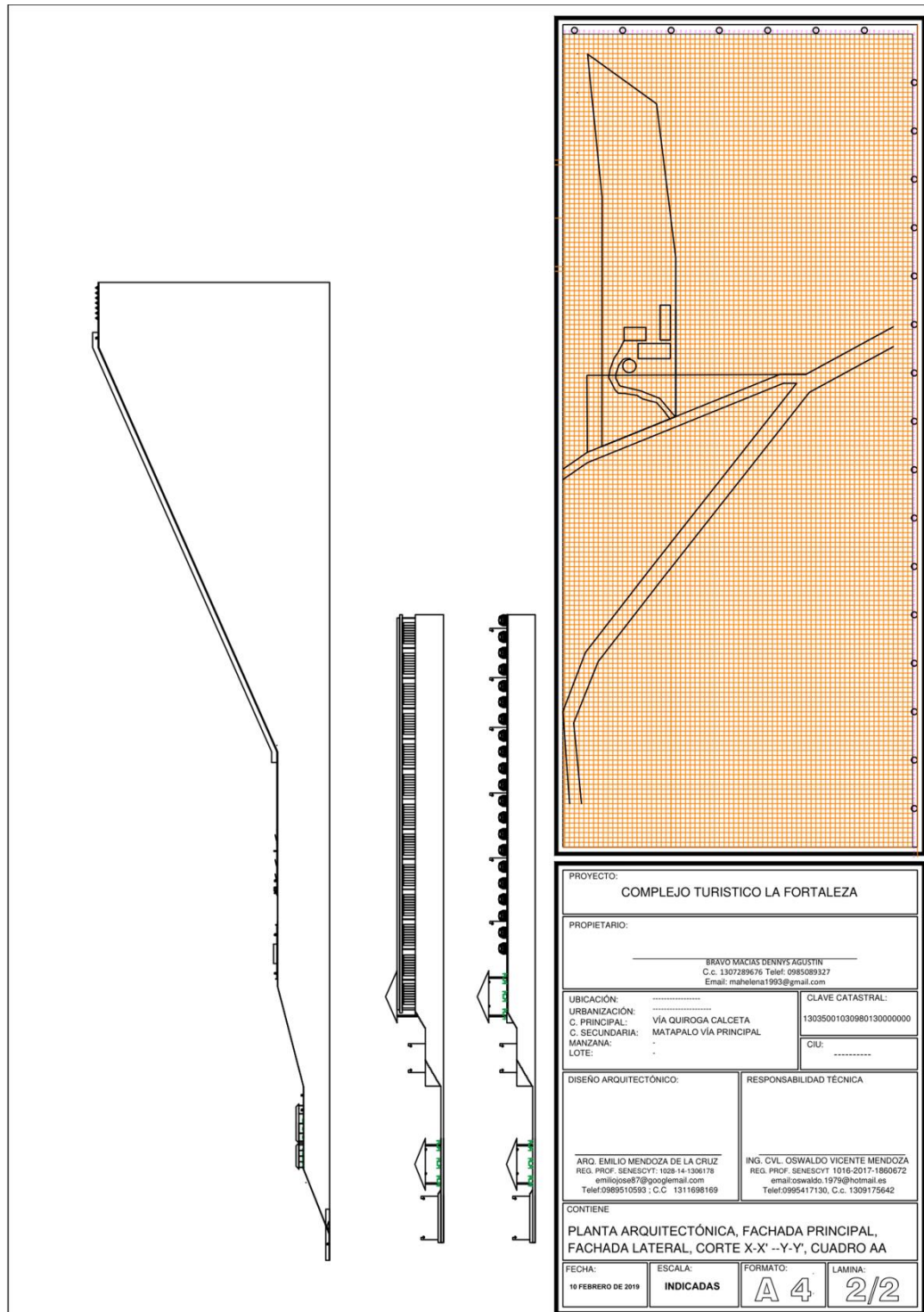


Figura 4.3. Planimetría y altimetría del proyecto.
 Fuente: Elaboración propia.

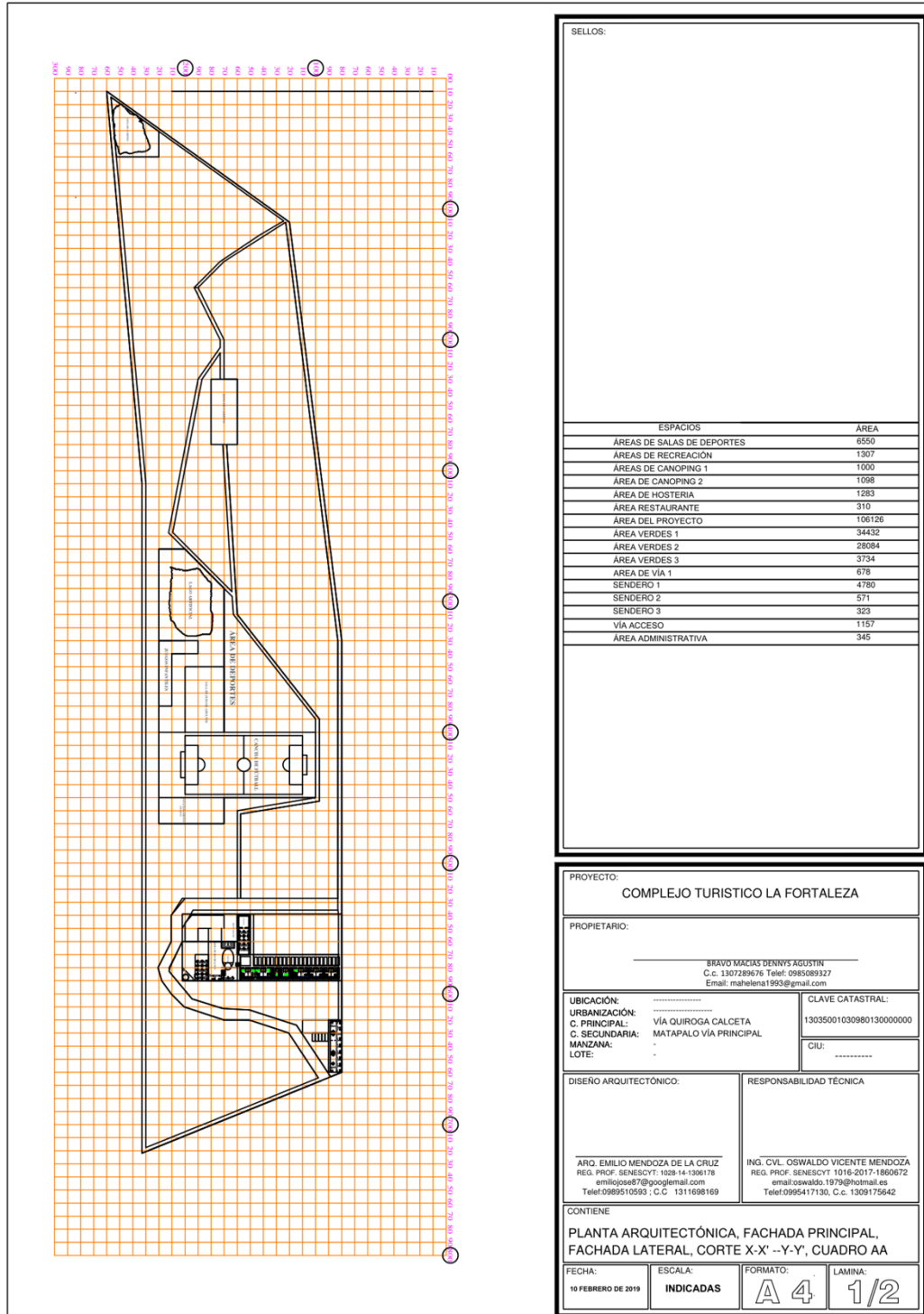


Figura 4.4. Diseño arquitectónico del Complejo Turístico.
Fuente: Elaboración propia.

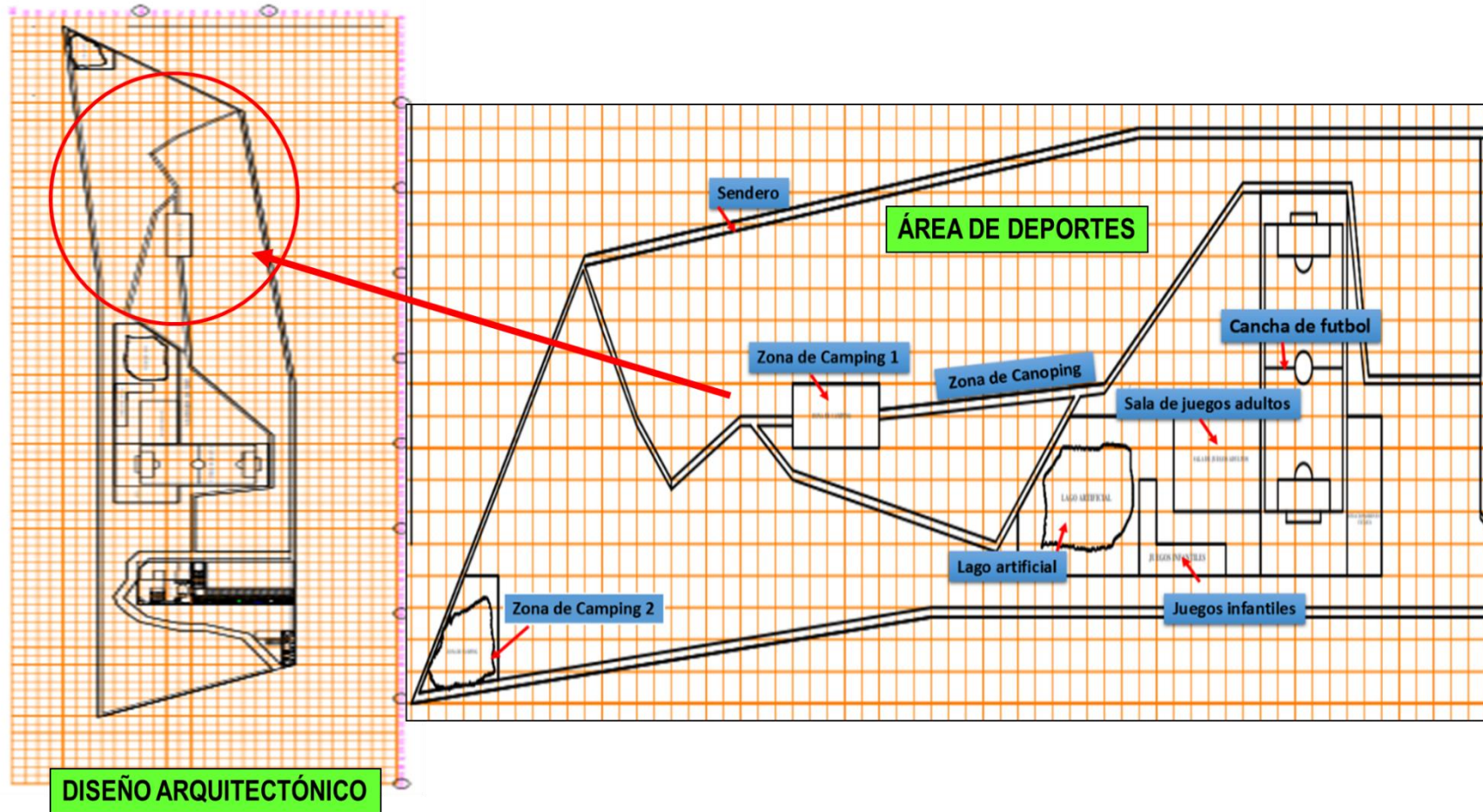


Figura 4.5. Área de deportes.
Fuente: Elaboración propia.

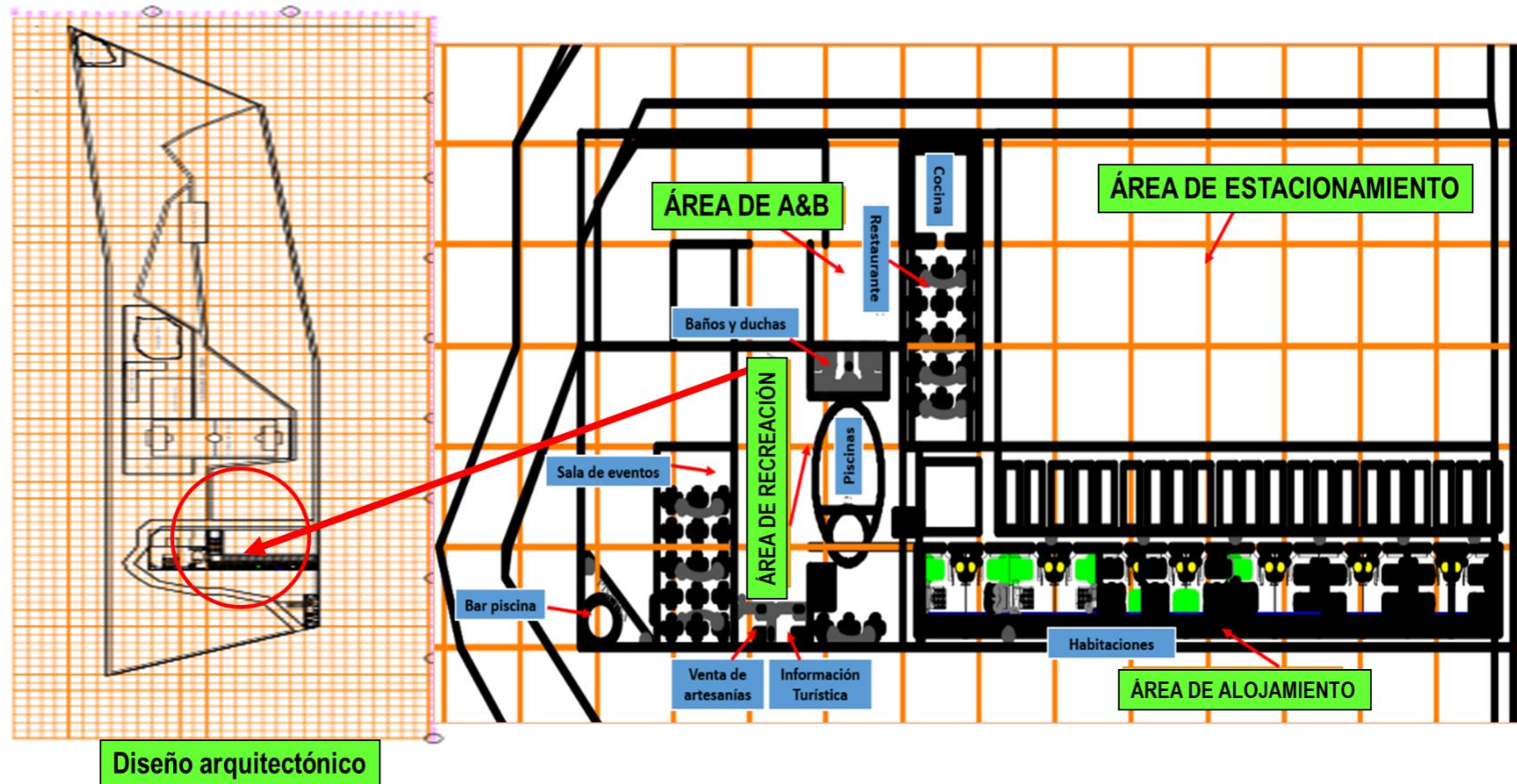


Figura 4.6. Áreas operativas del Complejo Turístico.
Fuente: Elaboración propia.

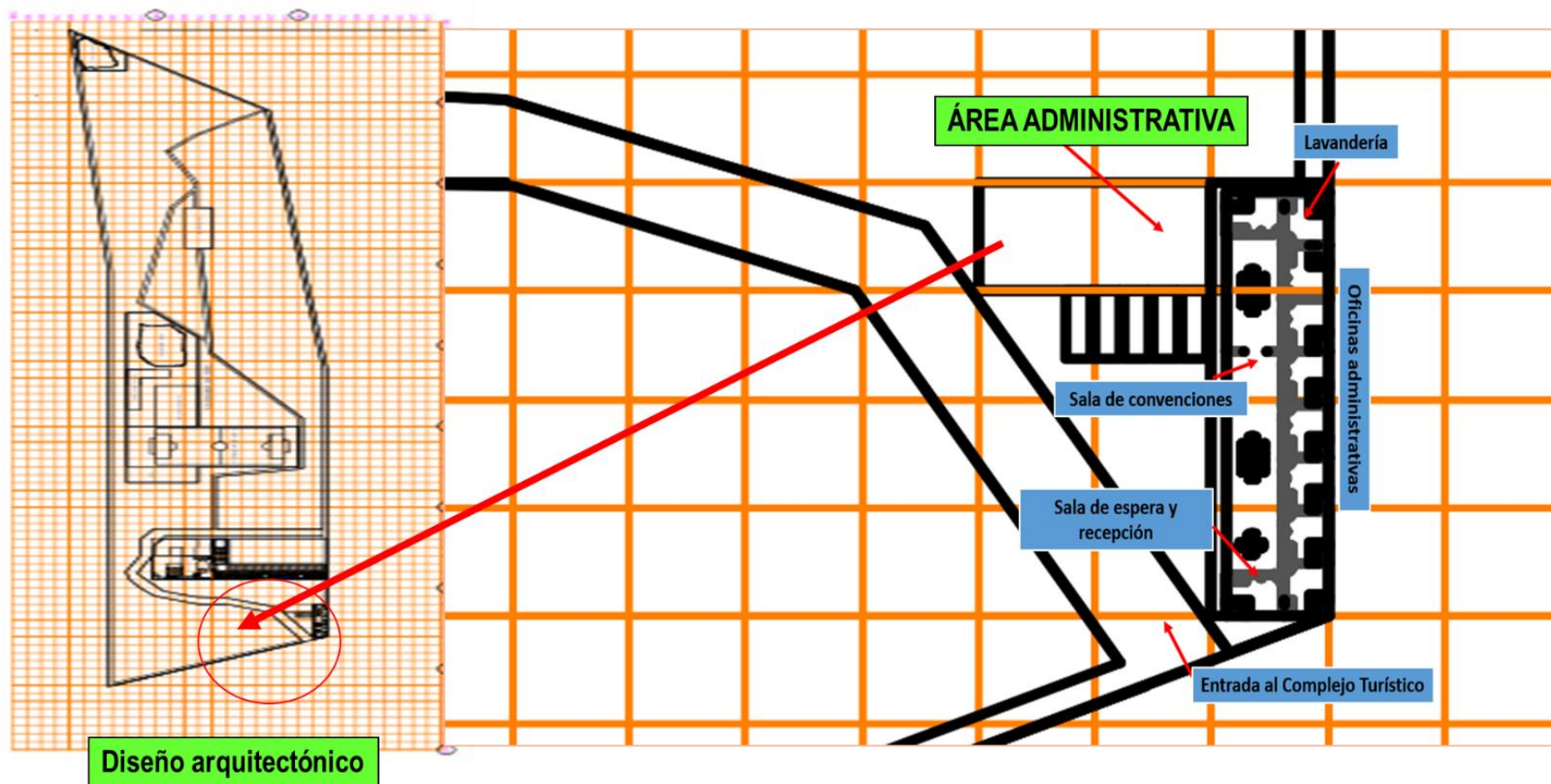


Figura 4.7. Área administrativa.
Fuente:

Elaboración

propia

4.3.3. PROCESOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DEL COMPLEJO TURÍSTICO

Los procesos de una empresa ayudan a formar la cultura de servicio en el talento humano y son vitales para el desarrollo y competitividad de la organización, "todo proceso debe tener un inicio y una conclusión, congregar recursos, componer tareas, delegar responsables y, sobre todo, deben generar resultados concretos" (Talledo, 2012). El producto que pretende vender el complejo turístico está enfocado en los servicios de alojamiento, alimentación, eventos y recreación, en modalidad "todo incluido" y a elección de lo que la demanda requiera, en las figuras posteriores se presentan los procesos productivos de dichos servicios desde que el cliente entra en contacto con la empresa hasta finalizar el servicio. Las siguientes figuras corresponden a los procesos de producción de los servicios de hospedaje, alimentación, eventos y recreación (ver figuras de la 4.8 a 4.11).

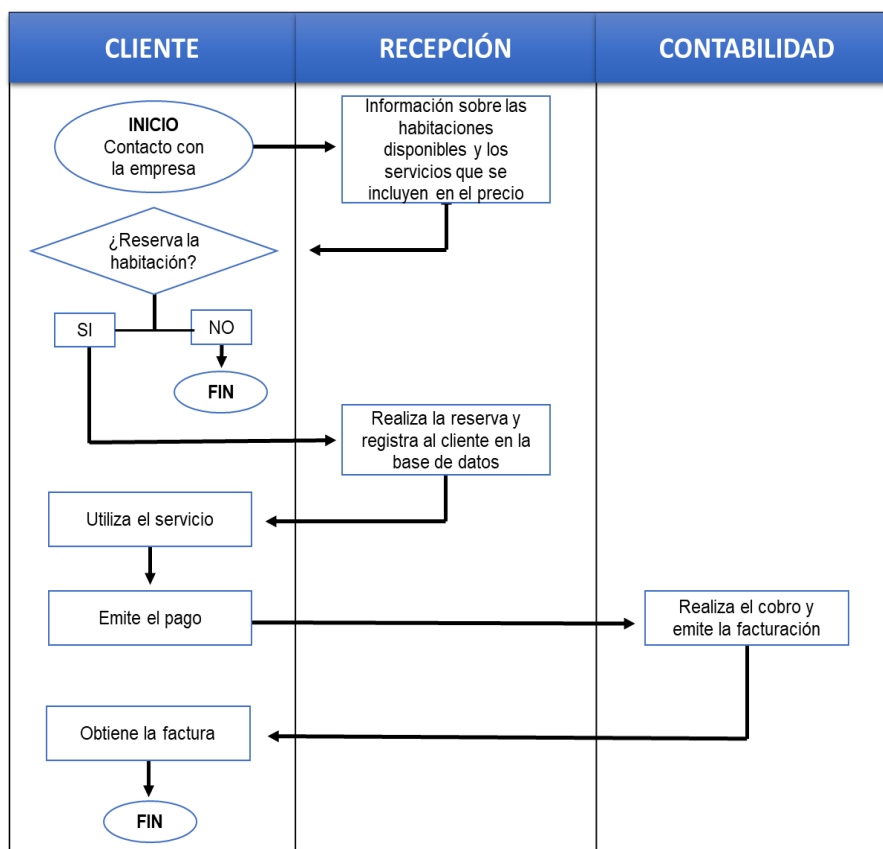


Figura 4.8. Flujo del proceso de producción del servicio de hospedaje en el Complejo Turístico.
Fuente: Elaboración propia.

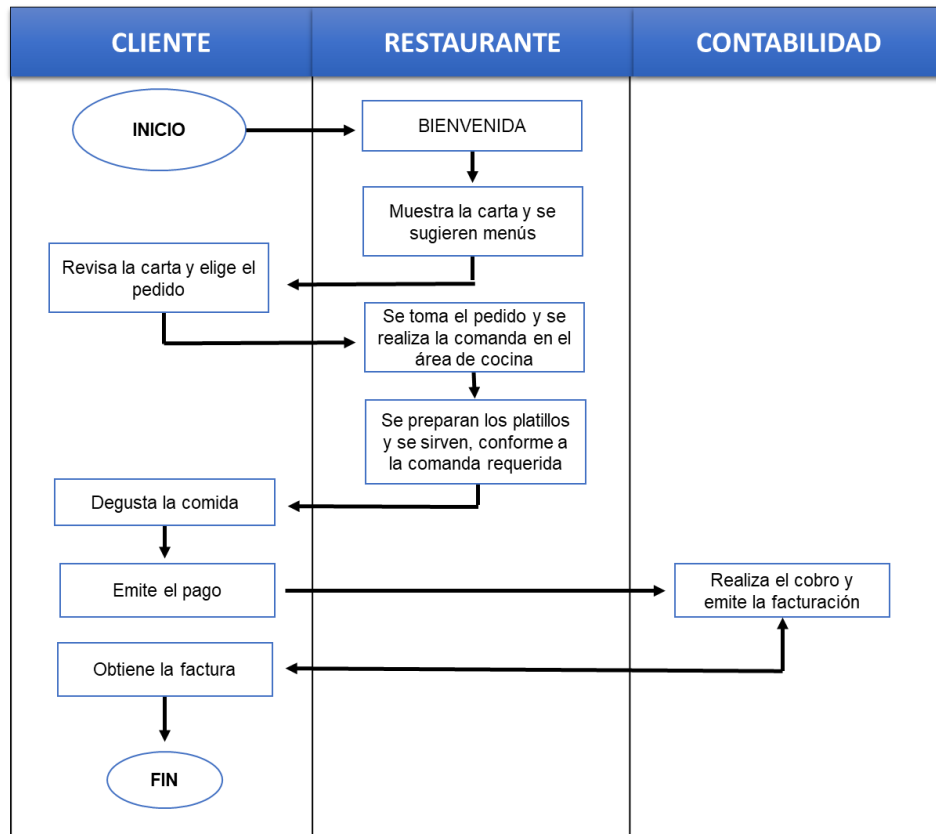


Figura 4.9. Flujo del proceso de producción del servicio de alimentación en el Complejo Turístico.
Fuente: Elaboración propia.

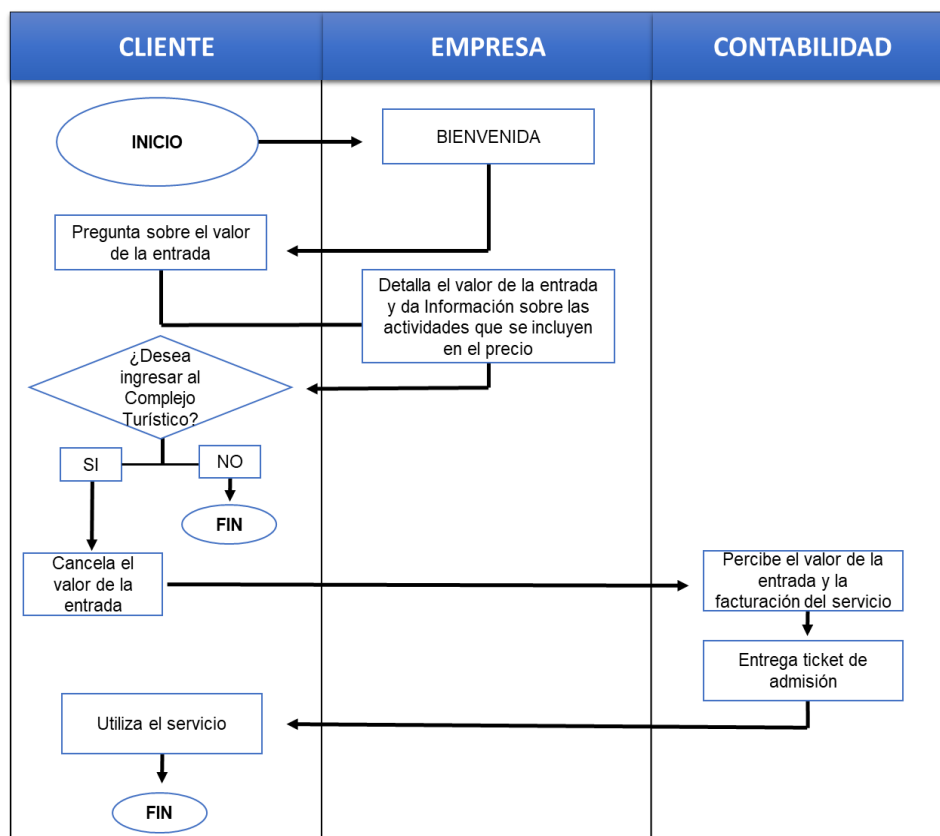


Figura 4.10. Flujo del proceso de producción del servicio de eventos en el Complejo Turístico.
Fuente: Elaboración propia.

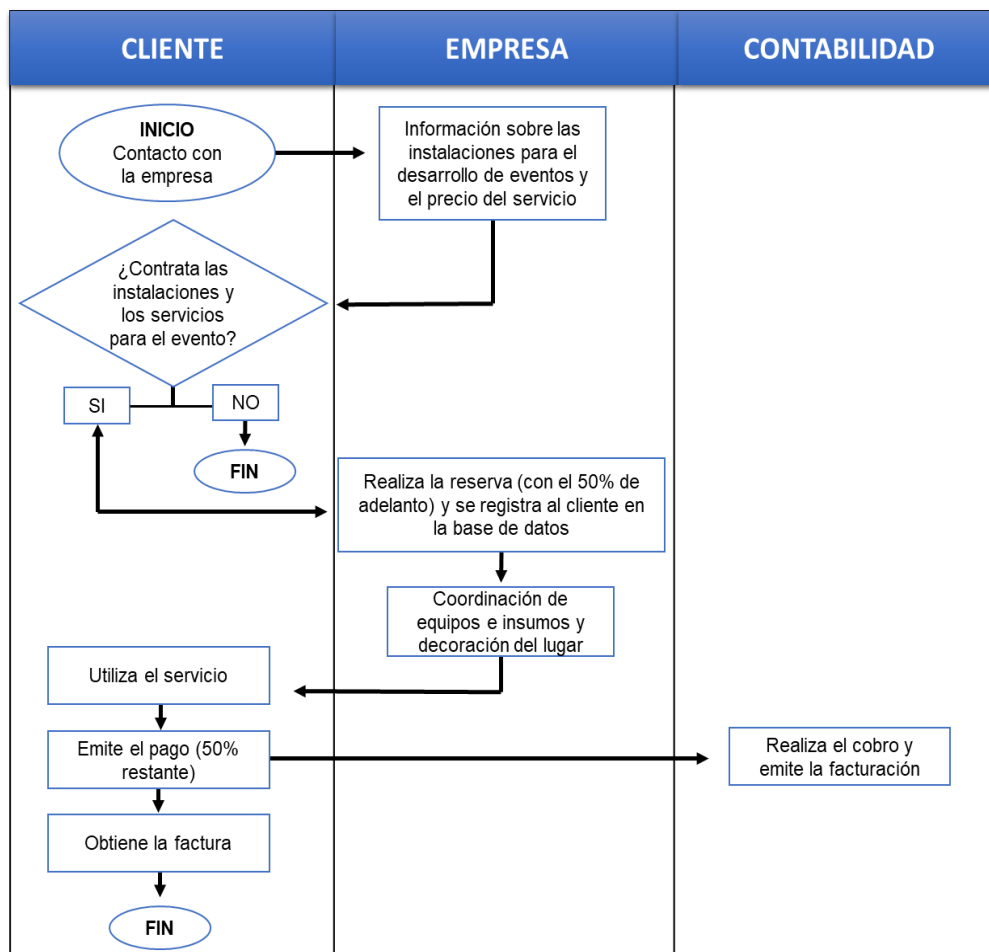


Figura 4.11. Flujo del proceso de producción del servicio de recreación en el Complejo Turístico.
Fuente: Elaboración propia.

4.4. FASE 4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

4.4.1. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El Complejo Turístico será una empresa de carácter unipersonal que se registrará en el cumplimiento de los aspectos legales descritos en los reglamentos y normativas vigentes emitidos por el Ministerio de Turismo, organismo rector del sector turístico a nivel país.

De acuerdo al capítulo 1, artículo 3 de la Ley de Turismo (2002) el diseño del Complejo Turístico se fundamenta en el siguiente principio:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

Actividades turísticas

Según el artículo 5 del documento antes dicho, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Registro de Turismo

Según el capítulo 1, Art. 9 de la Ley de Turismo (2002) el Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Para iniciar el proceso de registro del establecimiento, en el capítulo 1, artículo 7 del Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) se menciona que las personas naturales o jurídicas previamente deberán contar con los siguientes documentos:

- a. En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil;

- b. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
- c. Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;
- d. Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;
- e. Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente;
- f. Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;
- g. Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos;
- h. Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la Autoridad Nacional de Turismo.

Licencia anual de funcionamiento

Según el capítulo 2, sección 2, artículo 11 del Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento son los siguientes:

- a) Pago del impuesto predial.
- b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped.

Clasificación y categorización

Según el capítulo 3, artículo 12 del Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) el proyecto a desarrollar está clasificado en el inciso f) como Resort con la nomenclatura RS, donde se define como “un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto.

Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

En el artículo 13 del mismo capítulo de este reglamento, se señala que las categorías según la clasificación del Complejo Turístico (Resort) son de 4 a 5 estrellas.

Por otro lado en el título 1, sección 1, artículo 3 del Reglamento General de actividades turísticas (2002) los Complejos turísticos se encuentran en el Grupo 2 de los Alojamientos Extra hoteleros, reconocidos como Complejos vacacionales que pudieran tener de 3 a 1 estrellas plateadas.

Servicios que debe ofrecer un Complejo Turístico

En el en título 1, sección 1, artículo 32 del Reglamento General de actividades turísticas (2002) se menciona que para que un alojamiento

sea considerando complejo vacacional deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

a) De hospedaje y complementarios:

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor. Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado. Servicio de asistencia médica.
- Servicio de venta de "souvenirs" y artículos de uso, frecuente, así como revistas y periódicos.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento; y,

b) Servicios de carácter deportivo:

Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.

Las comidas serán servidas dentro del horario señalado en el reglamento al que se refiere el artículo. En los complejos vacacionales, cualquiera que sea su categoría, podrá utilizarse en el comedor el sistema de autoservicio.

La asistencia médica será prestada con cargo a los clientes que lo soliciten. En todo caso, el médico realizará una visita diaria, cuyo horario deberá figurar en la recepción y en el exterior de la enfermería.

El servicio de vigilancia estará encomendado a personal especializado, en número suficiente, personal al que corresponderá custodiar todo el recinto del establecimiento, especialmente durante la noche, cuidando que no se introduzcan personas extrañas y que los huéspedes cumplan las prescripciones del reglamento al que se refiere el artículo 34, el mismo que comprenderá como mínimo un período de dos horas para cada una de las comidas principales. Dentro de este horario, deberán

establecerse dos turnos en los complejos vacacionales de dos y una estrellas.

Tarifas de los Complejos turísticos

Los complejos vacacionales según el artículo 33 del Reglamento de Actividades Turísticas (2002) cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios del establecimiento, con excepción de las siguientes:

- Campo de golf.
- Pista de tenis.
- Bolos.
- Alquiler de caballos, embarcaciones y demás material y equipo deportivo.

El Ministerio de Turismo autorizará el cobro de un valor adicional por la utilización de los citados servicios o de otros que a su criterio no se encuentren incluidos dentro de la tarifa por hospedaje. La celebración de veladas folklóricas, bailes, concursos o entretenimientos, dentro de los complejos vacacionales, podrá dar lugar al cobro de un valor adicional, siempre y cuando lo autorice el Ministerio de Turismo.

Protección al consumidor de servicios turísticos

En el capítulo 10, artículo 23 de la Ley de Turismo (2002) de conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

En el artículo 44 de este mismo capítulo también se expresa que el empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause

a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Finalmente en el artículo. 45 se menciona que habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes.

Derechos y obligaciones de los huéspedes y establecimientos de alojamiento turístico

Mediante el capítulo 10, artículo 5 del Reglamento de Alojamiento Turístico (2015) se expresa que los huéspedes tendrán los siguientes derechos y obligaciones:

- a. Ser informados de forma clara y precisa del precio, impuestos, tasas y costos aplicables al servicio de alojamiento;
- b. Ser informados de las políticas, planes, y procedimientos determinados por el establecimiento;

- c. Recibir el servicio conforme lo contratado, pagado y promocionado por el establecimiento de alojamiento;
- d. Recibir el original de la factura por el servicio de alojamiento;
- e. Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, sin signos de deterioro y en correcto funcionamiento;
- f. Comunicar las quejas al establecimiento de alojamiento turístico;
- g. Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, las irregularidades de los establecimientos de alojamiento turístico;
- h. Pagar el valor de los servicios recibidos y acordados;
- i. Entregar la información requerida por el establecimiento previo al ingreso (check in), incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresan;
- j. Cumplir con las normas del establecimiento de alojamiento y aquellas determinadas por la normativa vigente;
- k. Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al establecimiento, cuando le fuere imputable.

Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico

De acuerdo al capítulo 10, artículo 6 del reglamento antes mencionado, los establecimientos de alojamiento turístico gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

- a. Recibir el pago por los servicios entregados al huésped;
- b. Solicitar la salida del huésped del establecimiento de alojamiento cuando se contravenga la normativa vigente y el orden público, sin que esto exima a los huéspedes de su obligación de pago;
- c. Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la operación ilegal de establecimientos de alojamiento turístico;

- d. Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;
- e. De ser el caso, cobrar un valor extra por los servicios complementarios ofrecidos en el establecimiento, conforme al tipo de servicio ofrecido;
- f. Obtener el registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento;
- g. Exhibir la licencia única anual de funcionamiento en la cual conste la información del establecimiento, conforme a lo dispuesto por la Autoridad Nacional de Turismo;
- h. Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento;
- i. Cumplir con los servicios ofrecidos al huésped;
- j. Otorgar información veraz del establecimiento al huésped;
- k. Notificar a la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la transferencia de dominio o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los diez días de producida;
- l. Contar con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente; así como, propiciar la capacitación continua del personal del establecimiento, los mismos que podrán ser realizados mediante cursos en línea.
- m. Determinar la moneda extranjera que se acepta como forma de pago en el establecimiento;
- n. Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al huésped, cuando le fuere imputable;
- o. Cumplir con los requisitos de seguridad previstos en el presente Reglamento y demás normativa vigente relacionada con el fin de proteger a los huéspedes y sus pertenencias;
- p. En caso de incidentes y accidentes el establecimiento deberá informar sobre el hecho a las Autoridades competentes;

- q. Respetar la capacidad máxima del establecimiento;
- r. Respetar y cumplir con los límites máximos de ruido establecidos conforme a la Autoridad competente;
- s. Exigir información al huésped, incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresen al establecimiento;
- t. Prestar las facilidades necesarias para que se realicen inspecciones por parte de la Autoridad competente;
- u. Cumplir las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad dispuestas en la normativa pertinente y de conformidad con lo previsto en este Reglamento;
- v. Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información sobre el perfil del huésped donde se incluya al menos nombre, edad, nacionalidad, género, número de identificación, tiempo de estadía y otros que se determinen

4.4.2. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

NOMBRE DEL PROYECTO

El proyecto se denomina “Complejo Turístico La Fortaleza”, su nombre está ligado a los valores culturales de la comunidad local e inspirado en la sensación de relax y energía que ofrece el paisaje montañoso de la zona.

MISIÓN

Ofrecer una experiencia rural integral y exclusiva bajo estándares de calidad en los servicios de alimentación, recreación y hospedaje en armonía con el entorno natural y cultural de la comunidad local.

VISIÓN

“La Fortaleza” busca ser un Complejo Turístico referente dentro del cantón Bolívar y la provincia de Manabí ofreciendo una gama completa

de actividades turísticas que permitan satisfacer la estadía de visitantes y turistas nacionales e internacionales, dinamizando la oferta turística local y contribuyendo en el desarrollo rural.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Crear espacios y servicios integrales para el descanso, la recreación y el deleite de la exquisita gastronomía local, nacional e internacional con la participación de la comunidad anfitriona, contribuyendo al desarrollo rural de la parroquia Calceta.

Objetivos específicos

- Desarrollar actividades turísticas que procuren ser amigables con el entorno socio-cultural y ambiental de la comunidad local.
- Generar empleo a la población local de la parroquia Calceta en las diversas funciones operativas y administrativas del Complejo Turístico.
- Articular la actividad turística con todos los actores involucrados dentro de la parroquia Calceta y del cantón Bolívar en general.

VALORES CORPORATIVOS

Al formar parte de la industria de servicios como es el turismo, el capital humano de la empresa deberá interactuar día a día con distintos tipos de personas, por lo tanto es imprescindible que tanto el personal de contacto como el administrativo se moldeen a los principales valores corporativos que se encuentran a continuación:

- ✓ Amabilidad
- ✓ Actitud proactiva
- ✓ Respeto
- ✓ Honradez
- ✓ Flexibilidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Eficiencia

- ✓ Trabajo en equipo

LOGOTIPO Y SLOGAN

En el logotipo del “Complejo Turístico La Fortaleza” se han utilizado cuatro elementos importantes detallados en la siguiente leyenda (ver figura 4.12):

1. **Sol:** característico del clima tropical y caluroso de la costa.
2. **Montañas:** representan la exuberante vista panorámica del Sitio Matapalo y los alrededores.
3. **Agua:** representa tanto la riqueza hídrica de la localidad así como los espacios creados para las actividades acuáticas que ofertará el establecimiento.
4. **Familia:** hace referencia a la familia como segmento al que estará dirigido el conjunto de servicios del Complejo Turístico.

En cuanto al slogan de la marca “vive la mejor experiencia rural” invita a descubrir el encanto de la zona rural y de las actividades turísticas que se pueden desarrollar en ella bajo las modalidades de turismo de aventura, naturaleza, agroturismo y turismo cultural.



Figura 4.12. Logotipo y slogan del Complejo Turístico “La Fortaleza”.
Fuente: Elaboración propia.

4.4.3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA FORTALEZA”

El organigrama funcional de la empresa está constituido por rectángulos que representan los departamentos de la organización y están unidos por líneas ascendentes horizontales y verticales que figuran las relaciones funcionales indicando autoridad a nivel jerárquico. De acuerdo a la distribución física y administrativa del Complejo Turístico realizado en la fase tercera de este documento se han identificado 4 áreas: Gerencia, la cual se convierte en el principal responsable de todas las actividades de la empresa, el área de alojamiento, el área de alimentos y bebidas y el área de mantenimiento y seguridad (ver figura 4.13).

Para cumplir la labor de las áreas ya mencionadas la empresa dispondrá de personal polifuncional, es decir que pueda desarrollar una o más actividades cuando se requiera, además en días de mayor demanda se realizarán contratos eventuales de personal según las actividades requeridas.

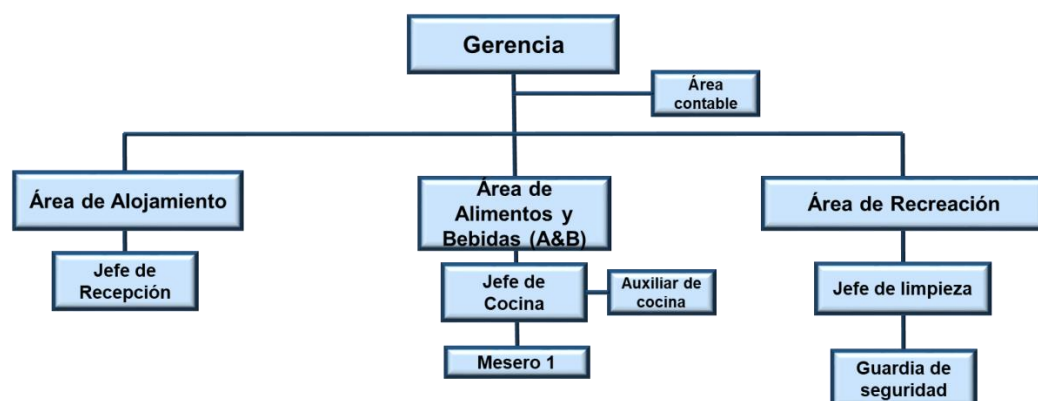


Figura 4.13. Organigrama funcional del Complejo Turístico “La Fortaleza”.
Fuente: Elaboración propia.

4.4.4. PERFIL DE PUESTOS Y FUNCIONES

En los cuadros siguientes se han descrito los perfiles de puestos y funciones del capital humano que conformará la empresa (ver cuadro 4.14):

Cuadro 4.13. Perfiles de puestos y funciones.

NOMBRE DEL PUESTO	CONOCIMIENTOS NECESARIOS	EXPERIENCIA MÍNIMA	DESTREZAS Y HABILIDADES PERSONALES	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestión hotelera ➤ Administración empresarial ➤ Manejo de programas y sistemas informáticos (Computadora (Word, Excel) internet, otros...) 	3 años	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en equipo ✓ Relaciones humanas ✓ Pensamiento crítico ✓ Creatividad ✓ Capacidad de liderazgo 	El gerente será el responsable de planificar, organizar y desarrollar la gestión administrativa, financiera y la gestión de la calidad de la empresa lo que incluye el reclutamiento, la selección y supervisión del personal, la logística, la coordinación de los menús, el mercadeo y la comercialización, así como el adecuado control de los gastos e ingresos de la misma. Además deberá desenvolverse como JEFE DE RECEPCIÓN.
JEFE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Técnicas culinarias ➤ Asepsia y manipulación de alimentos ➤ Preparación de menús locales, nacionales e internacionales ➤ Seguridad alimentaria 	1 año	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntualidad ✓ Trabajo en equipo ✓ Flexibilidad ✓ Creatividad ✓ Orden ✓ Determinación ✓ Disciplina 	Es el encargado de planificar, organizar, controlar y dirigir todas las tareas de cocina y del personal a su cargo. Lo que incluye la coordinación del menú del día con el gerente administrativo, la preparación del menú diario y de platos a la carta y el control general de la seguridad alimentaria del restaurante.
AUXILIAR DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Técnicas culinarias ➤ Asepsia y manipulación de alimentos ➤ Preparación de menús locales, nacionales e internacionales 	1 año	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Flexibilidad ✓ Trabajo en equipo ✓ Resistencia ✓ Orden ✓ Disciplina ✓ Puntualidad 	Tiene como tarea organizar y ordenar los ingredientes (mise en place) que el jefe de cocina requiera para la preparación del menú según los turnos operativos, así como medir y mesclar ingredientes, preparar comida simple (salsas, aliños, etc.) y mantener limpios y en orden los menajes y utensilios de cocina para preparar y servir los alimentos.
MESERO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparación básica de alimentos y bebidas ➤ Tipos de servicios a la mesa ➤ Normas de etiqueta ➤ Asepsia 	1 año	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntualidad ✓ Disciplina ✓ Amabilidad ✓ Orientación de ventas ✓ Buena presentación personal ✓ Rapidez 	El mesero deberá pulir y limpiar la cristalería utilizada para servir las bebidas, montar la mantelería en las mesas del restaurante, mostrar el menú o carta, tomar la comanda de los clientes, llevar los platos de la cocina a la mesa y emitir la facturación del servicio que ha brindado. Además deberá limpiar la mesa y retirar el menaje utilizado una vez finalizado el servicio.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asepsia ➤ Manejo adecuado de productos y herramientas de limpieza 	1 año	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad ✓ Puntualidad ✓ Buena actividad física 	El personal de limpieza es el encargado de la limpieza general del Complejo Turístico. La tarea incluye; barrer, limpiar, restregar, arreglar, pulir y acondicionar todas las instalaciones, camas de las habitaciones,

JEFE DE LIMPIEZA			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Resistencia ✓ Adaptabilidad ✓ Disciplina ✓ Actitud discreta 	baños, restaurante, oficinas, mesas, sillas, muebles, cristales, escaleras, espacios de uso común, pisos y paredes. Así como reponer los amenities necesarios y eliminar los residuos de cada una de las áreas operativas y administrativa de la empresa.
GUARDIA DE SEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manipulación de armas y equipos de seguridad. ➤ Estrategia psicológica ➤ Defensa personal 	1 año	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amabilidad ✓ Observación ✓ Comunicación clara ✓ Inteligencia ✓ Actitud discreta 	Vigilar, proteger y mantener la seguridad y el orden dentro de las instalaciones del Complejo Turísticos.

Fuente:

Elaboración

propia

4.5. FASE 5. IMPACTO AMBIENTAL DEL NEGOCIO

4.5.1. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE IMPACTOS

VALORACIÓN

Para valorar los impactos se aplicará la matriz de la importancia mediante la siguiente fórmula propuesta por los Servicios Hidrológicos y Ambientales, hidroAr (2015).

$$P = We * E + Wd * D + Wr * R \quad (4.2)$$

Dónde:

Imp = Valor calculado de la Importancia del impacto ambiental

E = Valor del criterio de Extensión

We = Peso del criterio de Extensión

D = Valor del criterio de Duración

Wd = Peso del criterio de Duración

R = Valor del criterio de Reversibilidad

Wr = Peso del criterio de Reversibilidad

Se definió los siguientes valores para los pesos o factores de ponderación:

- Peso del criterio de Extensión = We = 0.20
- Peso del criterio de Duración = Wd = 0.50
- Peso del criterio de Reversibilidad = Wr = 0.30

Para saber si se cumple con los pesos de los criterios se realiza el siguiente cálculo:

$$W_e + W_d + W_r = 1$$

La valoración de las características de cada interacción se la realiza en un rango de 1 a 10, considerando los criterios de puntuación utilizados para medir la importancia de los impactos ambientales expuestos por los Servicios Hidrológicos y ambientales, HidroAr (2015) que se detallan en la figura posterior (ver figura 4.14).

Características de importancia del impacto ambiental	PUNTUACIÓN DE ACUERDO A LA MAGNITUD DE LA CARACTERÍSTICA				
	1.0	2.5	5.0	7.5	10.0
EXTENSIÓN	Puntual	Particular	Local	Generalizada	Regional
DURACIÓN	Esporádica	Temporal	Periódica	Recurrente	Permanente
REVERSIBILIDAD	Completamente reversible	Medianamente reversible	Parcialmente irreversible	Medianamente irreversible	Completamente irreversible

Figura 4.14. Criterios de puntuación de la importancia y los valores asignados.

Fuente: Servicios Hidrológicos y ambientales, HidroAr (2015).

Los Servicios Hidrológicos y ambientales, HidroAr (2015) consideran las siguientes indicaciones para la valoración de los impactos:

- ✓ Cuando el impacto es de total trascendencia y directa influencia en el entorno recibe una calificación de 10 y 1 cuando existe poca trascendencia y casi ninguna influencia sobre el entorno. Estos valores de importancia fluctúan entre valores máximos de 10 y mínimos de 1.
- ✓ La magnitud es el grado de incidencia en sobre el factor ambiental en el espacio que se actúa, mantiene una escala de 1 a 10 en base al juicio técnico del evaluador. Una magnitud de 10 indica alta incidencia sobre la calidad ambiental del factor con el que interacciona, sin embargo una magnitud de 1 y 2.5 corresponde a interacciones baja incidencia.

Finalmente, se tiene que el valor de impacto resulta de la siguiente ecuación:

$$\text{Valor del impacto} = \text{Imp} * \text{Mag} \quad (4.3)$$

CATEGORIZACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Los Servicios Hidrológicos y Ambientales, hidroAr (2015) distinguen cuatro categorías de impactos:

- **Impactos Altamente Significativos:** Son aquellos de afecciones negativas de alta incidencia sobre el factor ambiental, difícil de corregir, de extensión generalizada, con afección de tipo irreversible y de duración permanente cuyo valor del impacto es mayor o igual a 7.0.
- **Impactos Significativos:** Son aquellos que tienen un valor del impacto negativo menor a 7.0 y mayor o igual a 4.5 cuyas características son: factibles de corrección, de extensión local y duración temporal.
- **Depreciables:** Son aquellos que tienen un valor del impacto negativo menor a 4.5 cuyas características son: factibles de corrección, de extensión local y duración temporal. Pertenecen a esta categoría los impactos capaces plenamente de corrección y por ende compensados durante la ejecución del Plan de Manejo Ambiental PMA, pueden ser reversibles, de duración esporádica y con influencia puntual.
- **Benéficos:** Son aquellos que impulsan el desarrollo económico y son ventajoso, positivos o favorables producidos durante el proyecto.

4.5.2. IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE GENERAN IMPACTOS AMBIENTALES EN EL COMPLEJO TURÍSTICO

FASE DE CONTRUCCIÓN

La identificación de los impactos ambientales, es el proceso de revisión de una interacción entre la causa (acción considerada) y su efecto sobre el medio ambiente (factores ambientales), se ha realizado una matriz causa–efecto, desarrollada específicamente para la fase de

construcción, obteniéndose como resultado la denominada Matriz de Identificación de Impactos Ambientales (ver cuadro 4.14).

Cuadro 4.14. Matriz de identificación de impactos ambientales en la fase de construcción.

 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO COMPLEJO TURÍSTICO "LA FORTALEZA" MATRIZ CAUSA-EFECTO DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES FASE: CONSTRUCCIÓN ELABORACIÓN: DENNYS AGUSTÍN BRAVO MACÍAS										
Factores ambientales				Fases de construcción						Número de acciones
				C1	C2	C3	C4	C5	C6	
CÓDIGO	COMPONENTE	FACTOR	SUBFACTOR	Limpieza del terreno	Excavación del suelo y relleno	Transporte de materiales	Construcción de obras civiles	Instalación de equipos	Operación de equipos y maquinarias	
fis 1	Físico	Aire	Calidad del aire7ambiente	X	X	X	X	X	X	6
fis 2	Físico	Suelo	Calidad del suelo		X	X				2
fis 3	Físico	Agua	Hidrografía y calidad del agua							0
bio1	Biótico	Fauna	Especies faunísticas	X			X		X	3
bio2	Biótico	Flora	Flora del área	X			X		X	3
ant1	Antrópico	Población	Actividades socioeconómicas	X	X	X	X	X	X	6
ant2	Antrópico	Empleo	Contratación de mano de obra no calificada	X	X	X	X	X	X	6
ant3	Antrópico	Percepción visual	Paisaje	X			X			2
ant4	Antrópico	Calidad de vida	Salud pública	X	X	X	X	X	X	6
Numero de factores afectados				7	7	5	7	4	6	34

Fuente: Elaboración propia.

Mediante la ecuación de la importancia se identificó seis actividades que tienden a afectar a los componentes del medio ambiente en la construcción del "Complejo Turístico La Fortaleza" mismos que se detallan a continuación:

- Limpieza del terreno
- Excavación del suelo y relleno
- Transporte de materiales
- Construcción de obras civiles
- Instalación de equipos
- Operación de equipos y maquinarias

Entre los factores ambientales (bióticos, abióticos y componente social) se identificó:

- Alteración de la calidad del aire
- Alteración de las propiedades físicas químicas y microbiológicas
- Pérdida de la flora
- Generación de actividades socioeconómicas (puntos de ventas, puntos de comidas entre otros)
- Contratación de mano de obra no calificada
- Calidad paisajísticas
- Salud pública

De acuerdo al cuadro 4.16, existen 34 interacciones entre las actividades a realizarse dentro de la fase de construcción y los componentes físicos, bióticos y antrópicos en el área de intervención del proyecto. Se determinó un impacto significativo relacionado con la calidad del aire, 4 impactos depreciables relacionados con la calidad del suelo, las especies faunísticas, la flora y fauna y el paisaje, y 3 impactos benéficos relacionados con las actividades socioeconómicas, contratación de mano de obra no calificada y salud pública.

FASE DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO

Dentro de la fase de operación y mantenimiento se identificaron 5 actividades que tendrán a impactar los componentes del medio:

- Limpieza de instalaciones
- Mantenimiento de infraestructura básica
- Manejo de residuos solidos
- Manejo de aguas residuales
- Mantenimiento de áreas verdes

En la siguiente matriz se detallan las actividades que se suscitarían durante la fase de operación y mantenimiento del proyecto y los factores que tienden a ser modificados. Se identificó que existen 20 interacciones

entre las actividades y componentes del ambiente, 4 impactos considerados como depreciables relacionados con la calidad del aire/ambiente, la calidad del suelo, la hidrografía y calidad del agua, las especies faunísticas y flora del área,. Así mismo se identificaron 3 impactos benéficos relacionados con las actividades socioeconómicas, la contratación de mano de obra no calificada y la salud pública (ver cuadro 4.15).

Cuadro 4.15. Matriz de identificación de impactos ambientales en la fase de operación y mantenimiento.

 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO COMPLEJO TURÍSTICO "LA FORTALEZA" MATRIZ CAUSA-EFECTO DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES FASE: OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO ELABORACIÓN: DENNYS AGUSTÍN BRAVO MACÍAS									
Factores ambientales				Fases de construcción					
				C1	C2	C3	C4	C5	C6
CÓDIGO	COMPONENTE	FACTOR	SUBFACTOR	Limpieza de instalaciones	Mantenimiento de infraestructura básica	Manejo de residuos sólidos	Manejo de aguas residuales	Mantenimiento de áreas verdes	Número de acciones
fis 1	Físico	Aire	Calidad del aire/ambiente	X	X	X			3
fis 2	Físico	Suelo	Calidad del suelo			X	X	X	3
fis 3	Físico	Agua	Hidrografía y calidad del agua				X		1
bio1	Biótico	Fauna	Especies faunísticas			X	X		2
bio2	Biótico	Flora	Flora del área						0
ant1	Antrópico	Población	Actividades socioeconómicas		X				1
ant2	Antrópico	Empleo	Contratación de mano de obra no calificada	X	X	X	X	X	5
ant3	Antrópico	Percepción visual	Paisaje						0
ant4	Antrópico	Calidad de vida	Salud pública	X	X	X	X	X	5
Numero de factores afectados				3	4	5	5	3	20

Fuente: Elaboración propia.

Aplicados los criterios que contempla la ecuación de la importancia se identificó el carácter o afección, se ponderó el impacto ambiental, obteniéndose imp. Calculada, Magnitud del impacto y el valor (VI) (ver cuadro 4.16 y cuadro 4.17).

Cuadro 4.16. Valoración de los impactos ambientales del Complejo Turístico "La Fortaleza".

INTERACCIÓN CAUSA - EFECTO		CARACTER O AFECCIÓN ±	CARACTERÍSTICAS DEL IMPACTO AMBIENTAL			IMPORTANCIA CALCULADA Imp	MAGNITUD DEL IMPACTO Mag	VALOR DEL IMPACTO VI
Acción Código	Factor Código		Extensión E	Duración D	Reversibilidad R			
C1	fis1	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	2,00	-2,02
C1	bio2	- Negativo	10,0	10,0	10,0	10,00	4,00	-6,32
C1	ant1	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	5,00	-3,20
C1	ant2	+ Positivo	5,0	2,5	2,5	3,00	3,00	3,00
C1	ant3	- Negativo	1,0	2,5	1,0	1,75	4,00	-2,65
C1	ant4	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	3,00	-2,48
C2	fis1	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	2,00	-2,02
C2	fis2	- Negativo	2,5	10,0	10,0	8,50	7,00	-7,71
C2	ant1	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	3,00	-2,74
C2	ant2	+ Positivo	5,0	7,5	10,0	7,75	3,00	4,82
C2	ant4	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	3,00	-2,74
C3	fis1	- Negativo	7,5	2,5	1,0	3,05	4,00	-3,49
C3	fis2	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	4,00	-3,16
C3	ant1	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	7,00	-4,18
C3	ant2	+ Positivo	2,5	2,5	2,5	2,50	4,00	3,16
C3	ant4	- Negativo	5,0	2,5	2,5	3,00	4,00	-3,46
C4	fis1	- Negativo	2,5	2,5	10,0	1,00	3,00	-1,73
C4	ant1	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	6,00	-3,87
C4	ant2	+ Positivo	7,5	2,5	1,0	3,05	4,00	3,49
C4	ant3	- Negativo	7,5	2,5	1,0	3,05	5,00	-3,91
C4	ant4	- Negativo	7,5	2,5	1,0	3,05	6,00	-4,28
C5	fis1	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	5,00	-3,20
C5	ant1	- Negativo	2,5	2,5	7,5	4,00	6,00	-4,90
C5	ant2	+ Positivo	2,5	2,5	2,5	2,50	5,00	3,54
C5	ant4	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	6,00	-3,87
C6	fis1	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	4,00	-3,16
C6	ant1	- Negativo	2,5	2,5	7,5	4,00	5,00	-4,47
C6	ant2	+ Positivo	2,5	2,5	10,0	4,75	5,00	4,87
C6	ant4	- Negativo	2,5	2,5	5,0	3,25	5,00	-4,03

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.17. Categoría de impactos del Complejo Turístico "La Fortaleza".

CATEGORIAS DE IMPACTOS	NÚMEROS	PORCENTAJE
ALTAMENTE SIGNIFICATIVO	1	3
SIGNIFICATIVO	2	7
DEPRECIABLE	20	69
BENEFICIOSO	6	21
Total	29	100

Fuente: Elaboración propia.

Una vez realizadas las matrices, evaluadas y analizadas detalladamente, se concluyó que de acuerdo con la categorización de impactos ambientales propuesta por la metodología de ecuación de la importancia, en la fase construcción del "Complejo Turístico La Fortaleza" existe: 1 impacto altamente significativo relacionado con la calidad del suelo, 2 significativo relacionados con la flora del área, 20

depreciables relacionados con la calidad del aire/ambiente, calidad del suelo, especies faunísticas, flora del área y paisaje y 6 benéficos que están relacionado primordialmente con la generación de empleo (actividades socioeconómicas, contratación de mano de obra no calificada) (ver cuadro 4.18 y cuadro 4.19).

Cuadro 4.18. Valoración de impacto ambiental del Complejo Turístico en la fase de Operación y Mantenimiento.

INTERACCIÓN CAUSA - EFECTO		CARACTER O AFECCION ±	CARACTERÍSTICAS DEL IMPACTO AMBIENTAL			IMPORTANCIA CALCULADA Imp	MAGNITUD DEL IMPACTO Mag	VALOR DEL IMPACTO VI
Acción Código	Factor Código		Extensión E	Duración D	Reversibilidad R			
OM1	fis1	- Negativo	2,5	10,0	1,0	5,80	2,00	-3,41
OM1	ant4	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	3,00	-2,48
OM2	fis1	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	2,00	-2,02
OM2	ant1	- Negativo	2,5	10,0	7,5	7,75	2,00	-3,94
OM2	ant2	+ Positivo	5,0	2,5	10,0	5,25	3,00	3,97
OM2	ant4	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	3,00	-2,48
OM3	fis1	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	4,00	-2,86
OM3	fis2	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	4,00	-2,86
OM3	ant2	+ Positivo	5,0	10,0	10,0	9,00	4,00	6,00
OM3	ant4	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	4,00	-2,86
OM4	fis1	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	3,00	-2,74
OM4	fis2	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	3,00	-2,74
OM4	fis3	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	3,00	-2,74
OM3	ant2	+ Positivo	5,0	10,0	10,0	9,00	4,00	6,00
OM4	ant4	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	4,00	-3,16
OM5	fis1	- Negativo	2,5	2,5	2,5	2,50	5,00	-3,54
OM5	ant2	+ Positivo	5,0	10,0	10,0	9,00	4,00	6,00
OM5	ant4	- Negativo	2,5	2,5	1,0	2,05	4,00	-2,86

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.19. Categoría de impactos del Complejo Turístico "La Fortaleza".

CATEGORIAS	NÚMEROS	PORCENTAJE
ALTAMENTE SIGNIFICATIVO	0	0
SIGNIFICATIVO	0	0
DESPRECIABLE	14	78
BENEFICIOSO	4	22
Total	18	100

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la categorización de impactos ambientales propuesta por la metodología de ecuación de la importancia, en la fase operación y

mantenimiento del “Complejo Turístico La Fortaleza” se obtuvieron los siguientes resultados: no existe impactos altamente significativos ni significativos, existen 14 impactos depreciables relacionados con la calidad del aire/ambiente, la calidad del suelo, la hidrografía y calidad del agua y el paisaje y 4 benéficos que están relacionados con la generación de empleo (actividades socioeconómicas, contratación de mano de obra no calificada) en cada una de las actividades.

La creación del Complejo Turístico en las fases de construcción y operación tienen una repercusión en los componentes del medio ambiente de un 3% altamente significativo, 7% significativo y en su mayoría depreciable con un 69%, considerándose un **proyecto de baja adversidad**. Así mismo este proyecto en ambas etapas genera un 20% de impactos benéficos por la generación de empleo (actividades socioeconómicas, contratación de mano de obra no calificada).

De acuerdo con los resultados obtenidos en esta evaluación se pueden implementar medidas que minimicen los impactos ambientales altamente significativo y significativo.

4.5.2. PROGRAMA DE MEDIDAS DE MITIGACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Se elaboraron medidas de mitigación para las actividades de las fases de construcción y operación que tendrán a impactar los componentes ambientales involucrados en el proyecto.

Cuadro 4.20. Programa de medidas de mitigación de impactos para las fases de construcción y operación y mantenimiento del CT.

FASES	MEDIDAS DE MITIGACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES
CONSTRUCCIÓN	Emplear maquinaria de menor capacidad que tienda a compactar el suelo.
	Realizar una sola frecuencia del uso de maquinaria para evitar el exceso de ruido y vibraciones.
	Emplear el material removido en espacios que necesiten relleno o disponerlos en lugar de disposición final más cercano (vertederos).
	Determinar las características física-química inicial y final del agua superficial para determinar alteraciones de la calidad durante las fases de construcción de la empresa.
	Realizar un inventario de micro y macro fauna del lugar, para conocer las especies que tenderán a migrar.
	Utilizar materiales biodegradables para la construcción de la infraestructura del

	Complejo Turístico.
OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO	Usar tecnología eficiente para minimizar el consumo de agua.
	Generar un sistema ecológico de cloración de la piscina con sal mineral.
	Realizar análisis quincenales de aguas potables y piscinas.
	Cubrir las piscinas cuando no se utilicen, lo cual evita la evaporación.
	Instalar piscinas con circuito cerrado de depuración que reutiliza el agua.
	La construcción de una estación de transferencia para la gestión de los residuos sólidos.
	Instalar medidas de reducción de consumo de energía.
	Información y concienciación a trabajadores y clientes.

Fuente: Elaboración propia a partir de lo expuesto por el Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia (2006) y la Cámara Santiago de Compostela (2006).

4.5.3. CAPACIDAD DE CARGA FISICA EN AREAS OPERATIVAS DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA FORTALEZA"

Henry (2013) manifiesta que la capacidad de Carga Física (CCF) es el límite máximo de grupos que pueden visitar un sitio durante un día. Para este cálculo, se usan los factores de visita (horario y tiempo de visita) y la superficie disponible. En base a esta información se calcula la CCF de acuerdo a la siguiente formula:

$$CCF = \frac{S}{AG} \times NV/\text{día.} \quad (4.4)$$

Donde:

S = superficie disponible

AG = área ocupado por un grupo

NV/día = número de veces que el sitio puede ser visitado por el mismo grupo en un día

S: la superficie disponible es la longitud del sendero (m) o, en áreas abiertas, el área disponible (m).

En el cuadro 4.21 se muestra la capacidad de carga física (CCF) de las áreas evaluadas para el complejo turístico donde se consideró los supuestos, mismos que fueron tomados de las especificaciones técnicas

del estudio. La CCF muestra que la mayor concentración de visitas que se pueden hacer al sitio durante un día está en el área de recreación con 105 visitas diarias, en segunda instancia se encuentra el área de recreación con 100 visitas diarias, así mismo se denota que con 67 visitas diarias se encuentra el área de estacionamiento y en menores visitas se sitúan el área de alojamiento y alimentación (ver cuadro 4.21).

Cuadro 4.21. Supuestos para Capacidad de Carga Física.

Supuestos	Áreas				
	Alojamiento	Estacionamiento	Alimentos y bebidas	Recreación	Deportes
Espacio usado por persona	2,86m ²	33m ²	3.8 m ²	52m ²	262m ²
Superficie	5,72M ² * 6,93M ²	555m ²	310m ²	1307 m ²	6550m ²
Tiempo de visita	2 horas	4	4	4	4
Flujo de visita	10-15 personas por grupo	23 automóviles	80 personas	25	25
Número de personas por grupo incluido guía	4 personas	N/A	4	4	4
Número de visitas	4 (calculado)	4	4	4	4
CAPACIDAD DE CARGA FISICA	16 visitas diarias	67 Visitas diarias	16 visitas diarias	105 visitas diarias	100 visitas diarias
CCF TOTAL	304 VISITAS/ DIARIAS				

Fuente: Elaboración propia.

El complejo Turístico tiene una capacidad de carga física de 304 visitantes/diarios relativamente, para generar una actividad turística satisfactoria y equilibrada en los espacios sin efectos negativos en los ecosistemas.

4.6. FASE 7. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.6.1. ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO

La estructuración financiera el negocio se la ha realizado a partir de los servicios de hospedaje, alimentación, eventos y recreación que ofrecerá el Complejo Turístico, considerando la información detallada en el portafolio de producto/servicios del Complejo Turístico. Para realizar la estructura financiera de la empresa se detallado la siguiente información.

ALOJAMIENTO: Se espera que las habitaciones operen 80 días (de viernes a domingo) a partir del año 2020. Los siguientes cuadros muestran las tarifas de las habitaciones matrimoniales, simples, dobles y triples por día y por pax., así mismo se indican las especificaciones de los servicios que se incluyen en el precio (ver cuadros 4.22).

Cuadro 4.22. Tarifa de precio de habitaciones.

TARIFAS DE HABITACIONES / PAQUETE TODO INCLUIDO		
SERVICIO	Valor unitario/hab/pax	Valor Total
MATRIMONIAL (2 personas)		
1 Habitación	\$17.50	\$35.00
2 Desayunos	\$2.50	\$5,00
Acceso a piscinas, sala de juegos de adultos, zona de juegos infantiles, cancha de futbol, senderismo	\$2.50	\$5.00
TOTAL		\$45,00
HABITACIÓN SIMPLE (1 persona)		
1 Habitación		\$17.00
1 Desayuno		\$2,50
Acceso a piscinas, sala de juegos de adultos, zona de juegos infantiles, cancha de futbol, senderismo		\$5.00
TOTAL		\$24,50
HABITACIÓN DOBLE (2 personas)		
1 Habitación	\$15.00	\$30.00
2 Desayunos	\$2.50	\$5,00
Acceso a piscinas, sala de juegos de adultos, zona de juegos infantiles, cancha de futbol, senderismo	\$2,50	\$5.00
TOTAL		\$40,00
HABITACIÓN TRIPLE (3 personas)		
1 Habitación	\$15.00	\$45.00
3 Desayunos	\$2.50	\$7,50
Acceso a piscinas, sala de juegos de adultos, zona de juegos infantiles, cancha de futbol, senderismo	\$2,50	\$7,50
TOTAL		\$60,00
* El precio no incluye compra de artesanías, consumo de otros alimentos y bebidas en área de recreación ni alquiler de bicicletas, canoping y paseos en bote.		

Fuente: Elaboración propia.

En base a las tarifas de las habitaciones determinadas se ha calculado el precio de venta por habitación, precio de venta por pax y costo del servicio de alojamiento (ver cuadro 4.23).

Cuadro 4.23. Especificaciones financieras del servicio de alojamiento.

Tipo de habitaciones	Número de habitaciones	Capacidad diaria	Precio de venta por habitación	Precio de habitación por pax
Matrimoniales	4	8	\$45,00	\$45,00
Dobles	3	6	\$40,00	\$40,00
triples	3	9	\$60,00	\$60,00
Simples	2	2	\$24,50	\$24,50
Total	12	25		

Fuente: Elaboración propia.

RESTAURANTE: El costo de alimentos y bebidas representa el 40% del precio de venta de cada oferta gastronómica. Se espera que el restaurante opere en el año 120 días, (de viernes a domingo) a partir del 2020. Según los datos mencionados en el siguiente cuadro se ha establecido el precio de venta y se calculado el precio de costo de los servicios de alimentación (ver cuadro 4.24).

Cuadro 4.24. Especificaciones financieras del servicio de restaurante.

MENÚ	PRECIO DE VENTA
Desayunos	\$2,50
Almuerzos	\$6,00
Meriendas	\$6,00

Fuente: Elaboración propia.

RECREACIÓN: Se espera que en relación a las actividades deportivas y de recreación se operen 150 días a partir de los días jueves, viernes, sábados y domingos del 2020, considerando una capacidad máxima de 200 personas y un promedio de gasto de \$4,00 según el precio unitario de las actividades y servicios descritos en el cuadro 4.25.

Cuadro 4.25. Precio unitario de actividades de recreación y deportes.

ACTIVIDADES/SERVICIOS	PRECIO
Entrada general (incluye: piscinas, sala de juegos de adultos, zona de juegos infantiles, cancha de futbol, senderismo)	\$3,00
Canoping	\$5,00
Paseos en bote	\$3,00
Camping (alquiler de carpas)	\$5,00
Alquiler de bicicletas c/1h	\$3,00

Fuente: Elaboración propia.

EVENTOS: Respecto a los eventos se estima operar 20 días a partir de los meses febrero, marzo, agosto, octubre, noviembre y diciembre del año 2020, los cuales presentan mayor actividad turística dentro de la parroquia Calceta (ver cuadro 4.26).

Cuadro 4.26. Especificaciones financieras del servicio de eventos.

SERVICIOS	PRECIO DE VENTA POR PAX
Decoración, animación, audio, alimentación y asesoría técnica del evento	\$10,00

Fuente: Elaboración propia.

TALENTO HUMANO: Para conformar el capital humano de la empresa se requiere contratar el siguiente personal:

- 1 Gerente general/recepcionista: sueldo mensual de \$650,00 más beneficios de ley.
- 1 Jefe de cocina: sueldo mensual de \$450,00 más beneficios de ley.
- 1 Auxiliar de cocina: sueldo mensual de \$394,00 más beneficios de ley.
- 1 Mesero: sueldo mensual de \$394,00 más beneficios de ley.
- 1 Persona de limpieza: sueldo mensual de \$394,00 más beneficios de ley.
- 1 Guardia de seguridad: sueldo mensual de \$500,00 más beneficios de ley.

INVERSIÓN: Para obtener los valores de la inversión se han utilizado proformas de precios respecto a los materiales necesarios para la fase de construcción del proyecto, así como del equipamiento en sus diversas áreas (ver cuadro 4.27). Cabe recalcar que el monto de inversión del terreno no se lo considerará, puesto a que ya se dispone del mismo.

Cuadro 4.27. Especificaciones financieras de materiales de construcción y equipamiento del CT.

DESCRIPCIÓN	PRECIO
CONSTRUCCIÓN (movimiento de tierra, estructura, mampostería, enlucido, piso, cubierta, carpintería meta/madera/aluminio, recubrimiento, instalación de agua potable, aparatos sanitarios, agua servida, instalaciones eléctrica)	\$ 237.376,88
MOBILIARIO DE ALOJAMIENTO (camas de madera 2 plazas y media, camas de madera 1 plaza y media, camas de madera de 2 plazas, colchón 2 plazas y media, colchón 1 plaza y media, colchón 2 plazas, sofás, butacas, cortinas 2mt ancho x 250 de alto, juego de sábanas de 2 plazas y media, juego de sábanas de 2 plazas, juego de sábanas de 1 plaza y media, almohadas, cojines)	\$ 7.963,00
MOBILIARIO DE RESTAURANTE (mesas de madera para restaurante, manteles, sillas de madera para restaurante)	\$ 3.440,00
EQUIPO DE COCINA (cocina industrial, cilindro de gas, batidora, licuadora, extractor de jugos, horno industrial, horno de leña, nevera industrial, congelador, ollas, calderos, plancha de cocina a gas, cucharas de postre (x12), cucharas grandes (x12), cucharones, tenedores (x12), cuchillo de mesa (x12), platos grandes (x12), platillos (12), bowls (x12), soperas (x12), ensaladeras, vasos de cristal (x12), tasas)	\$ 3.698,50
MOBILIARIO DE OFICINA (pack escritorio y silla giratoria de oficina, mesa de computadora)	\$ 430,00
EQUIPO DE COMPUTO (Impresora, Computadora)	\$ 569,75
EQUIPO DE OFICINA (Caja registradora)	\$ 500,00
IMPLEMENTOS DEPORTIVOS (tobogán 12mt, columpio, casa de niños con accesorios fisher price, sube y baja, sillas de jardín, mesas de jardín, mesa de pin	\$ 14.570,00

pong, mesa de billar, mesa de paño de 2,50mt de largo x 1,50mt de ancho, botes de fibra con remos, juego de rodilleras y manillas, casco de protección, tirolesa)	
---	--

Fuente: Elaboración propia.

COSTOS Y GASTOS:

- Los gastos de energía eléctrica, agua, teléfono e internet son \$350,00, \$30,00, \$30,00 y \$50 mensuales respectivamente.
- El costo por mantenimiento de las instalaciones ascienden a \$3000,00 mensuales.
- Por suministros de oficina se establece \$100,00 mensuales.
- Para publicidad se destina el valor de \$300,00 mensuales.
- El costo del diseño de la planimetría y altimetría del proyecto es de \$700,00.
- El costo del estudio de impacto ambiental tiene un valor de \$150,00.

Los trámites legales del proyecto tienen los siguientes costos:

- Licencia única de funcionamiento anual \$250,00.
- Permiso de bomberos \$110,00.
- Patente de la marca empresarial \$85,00
- Registro de Turismo \$800,00.

OTRAS CONSIDERACIONES:

- Tanto las ventas como los costos y gastos se incrementan en un 10% cada año.
- Se requiere un capital de trabajo para el primer mes de operación del proyecto.
- El 20% de la inversión del negocio será financiamiento propio y el 80% mediante crédito a BanEcuador a 5 años plazo con una tasa de interés anual del 9,23%.

7.2.1. PLAN DE INVERSION

El plan de inversión reúne los rubros para la inversión del proyecto lo que incluye los totales de los activos fijos, los totales del capital de trabajo y los totales de los activos diferidos. Según los datos del cuadro

posterior, el 20% del financiamiento propio del negocio corresponde a \$56.140,33 mientras que el 80% financiado mediante banca pública suma un valor de \$ 224.561,32 dólares americanos (ver cuadro 4.28).

Cuadro 4.28. Plan de inversión del Complejo Turístico "La Fortaleza".

PLAN DE INVERSIÓN				
RUBROS PARA LA INVERSIÓN DEL NEGOCIO		VALOR	FINANCIAMIENTO	
			PROPIO	TERCEROS (crédito)
	Construcción/infraestructura	237.376,88	47.475,38	189.901,50
	Mobiliario de alojamiento	7.963,00	1.592,60	6.370,40
	Mobiliario de restaurante	3.440,00	688,00	2.752,00
	Mobiliario de oficina	430,00	86,00	344,00
	Equipos de oficina	500,00	100,00	400,00
	Equipos de cómputo	569,75	113,95	455,80
	Equipos de cocina	3.698,50	739,70	2.958,80
	Implementos deportivos	14.570,00	2.914,00	11.656,00
VALOR TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		268.548,13	53.709,63	214.838,50
CAPITAL DE TRABAJO	Mano de obra operativa y personal administrativo (para primer mes)	1.898,52	379,70	1.518,82
	Alimentos y bebidas (para operar máximo primer mes).	1.333,33	266,67	1.066,67
	Insumos en general	2.916,67	583,33	2.333,33
	Otros costos y gastos administrativos	3.610,00	722,00	2.888,00
	Materia promocional o publicidad.	300,00	60,00	240,00
VALOR TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		10.058,52	2.011,70	8.046,82
ACTIVOS DIFERIDOS	Costo del proyecto	2.095,00	419,00	1.676,00
VALOR TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		2.095,00	419,00	1.676,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN		280.701,65	56.140,33	224.561,32

Fuente: Elaboración propia.

7.2.2. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Para obtener el valor de la depreciación de los activos fijos se han realizado estimaciones respecto a la vida útil de la construcción de la infraestructura del establecimiento, de los mobiliarios de alojamiento, restaurante y oficina, así como de los equipos de oficina, cocina e implementos deportivos. El cuadro posterior indica de manera específica

el valor residual y la depreciación de cada uno de las variantes antes mencionadas (ver cuadro 4.30).

Cuadro 4.29. Valor de la depreciación de la infraestructura, mobiliarios, equipos e implementos del CT.

DEPRECIACIÓN			
VARIANTE	VIDA ÚTIL (años)	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPRECIACIÓN
Construcción/infraestructura	20	11.868,84	11.275,40
Mobiliario de alojamiento	10	796,30	716,67
Mobiliario de restaurante	10	344,00	309,60
Mobiliario de oficina	10	43,00	38,70
Equipos de oficina	10	50,00	45,00
Equipos de cómputo	3	188,02	127,24
Equipos de cocina	10	369,85	332,87
Implementos deportivos	10	1.457,00	1.311,30
TOTAL			14.156,78

Fuente: Elaboración propia.

7.2.3. PROYECCIÓN DE VENTAS

Para la proyección de ventas del negocio, se realizó el cálculo de los días operativos en los que se espera trabajar respecto a cada uno de los servicios a ofrecer (hospedaje, alimentación, eventos y recreación), luego se determinó la capacidad diaria considerando los meses de mayor afluencia turística. El promedio de venta anual resulta de la multiplicación de los días operativos por el número de capacidad diaria del establecimiento (ver cuadro 4.30). Se tiene previsto que las ventas anuales incrementen el 6% a partir del segundo año de operación.

Cuadro 4.30. Ventas anuales respecto a los servicios que ofrecerá el CT.

PASO 1					
VARIANTE	DIAS REALES	DIAS OPERATIVOS	CAPACIDAD DIARIA	PRECIO DE VENTA PROMEDIO POR PAX	VENTA ANUAL
Alojamiento	365	80	25	\$21,75	\$43.500,00
Restaurante	365	120	80	\$5,00	\$48.000,00
Recreación	365	150	200	\$4,00	\$120.000,00
Eventos	365	20	100	\$10,00	\$20.000,00

Fuente: Elaboración propia.

7.2.4. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

La proyección de costos y gastos se enfocó en el costo de la mano de obra directa, del personal administrativo, del alojamiento y el costo de la materia prima de los suministros e insumos para recreación y eventos, mantenimiento de instalaciones, gastos administrativos y otros costos y gastos.

Para establecer el costo de alojamiento se realizó el cálculo del número de habitaciones disponibles, por la capacidad diaria, y al resultado de dicho cálculo se le sacó un porcentaje específico que representa el costo de cada habitación, para las habitaciones matrimoniales se manejó un porcentaje del 28%, para las habitaciones simples el 50%, para las dobles el 28% y para las triples el 22%. Para los eventos se calculó el 3% de las ventas del primer año. Para determinar el costo de la materia prima se lo determinó mediante el precio promedio de los tipos de comida (desayuno, almuerzo, merienda), a estos se le sacó el 40% lo que representa el costo unitario de cada plato (ver cuadro 4.31).

Cuadro 4.31. Costo de suministros de habitación, eventos e insumos de materias primas.

PASO 1				
Variante	Días operativos	Capacidad	Costo	Costo primer año
Alimentos y bebidas	80	25	\$12,50	16.000,00
Suministros, Insumos y otros de eventos	20	100	2.000,00	10.000,00
PASO 2				
Variante	Ventas del año 1	Porcentaje	Costo primer año	
Suministros de habitación	43.500,00	3%	1.305,00	

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, para los costos de la mano de obra directa y personal administrativo se establecieron sueldos que incluyen los beneficios de ley según lo estipulado en el código de trabajo ecuatoriano (ver cuadros 4.32 y 4.33).

Cuadro 4.32. Costo de mano de obra directa.

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA									
Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
Jefe de cocina	1	450,00	54,68	504,68	6.056,10	394,00	450,00	6.900,10	6.900,10
Auxiliar de cocina	1	394,00	47,87	441,87	5.302,45	394,00	394,00	6.090,45	6.090,45
Mesero	1	394,00	47,87	441,87	5.302,45	394,00	394,00	6.090,45	6.090,45
Personal de limpieza	1	394,00	47,87	441,87	5.302,45	394,00	394,00	6.090,45	6.090,45
Guardia de seguridad	1	500,00	60,75	560,75	6.729,00	394,00	500,00	7.623,00	7.623,00
SUMA	5	844,00	102,55	946,55	11.358,55	788,00	844,00	12.990,55	12.990,55

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.33. Costo de personal administrativo.

COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO									
Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
Gerente general/Recepción	1	650,00	78,98	728,98	8.747,70	394,00	650,00	9.791,70	9.791,70
SUMA	1	650,00	78,98	728,98	8.747,70	394,00	650,00	9.791,70	9.791,70

Fuente: Elaboración propia.

7.2.5. CAPITAL DE TRABAJO

El siguiente cuadro contiene los datos contables generales del capital de trabajo, donde se encuentran los costos de materia prima, suministros de alojamiento y eventos, remuneración del personal, otros gastos y costes (luz, energía eléctrica, agua, suministros de oficina, internet) y los costes de promoción del Complejo Turístico. De acuerdo a los resultados obtenidos el capital de trabajo que se necesita para operar el primer año es de \$10.058,52 dólares americanos (ver cuadro 4.34).

Cuadro 4.34. Capital de trabajo.

CAPITAL DE OPERACIÓN				
Días de efectivo en caja para capital de operación: 1 mes				
	UNIDAD	COSTO PRIMER AÑO	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL
MATERIA PRIMA Alimentos y bebidas	global	16.000,00	44,44	1.333,33
INSUMOS DE HOSPEDAJE Suministros de habitación	global	25.000,00	69,44	2.083,33
INSUMOS DE EVENTOS Suministros de eventos	global	10.000,00	27,78	833,33
REMUNERACION DEL PERSONAL Mano de obra directa	sueldo	12.990,55	36,08	1.082,55
Personal administrativo	sueldo	9.791,70	27,20	815,98
OTROS COSTOS Y GASTOS Mantenimiento de instalaciones	global	36.000,00	100,00	3.000,00
Agua	global	360,00	1,00	30,00
Energía eléctrica	global	4.200,00	11,67	350,00
Teléfono	global	360,00	1,00	30,00
Internet	global	600,00	1,67	50,00
Suministros de oficina	global	1.800,00	5,00	150,00
PROMOCIÓN Publicidad	global	3.600,00	10,00	300,00
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN:				\$10.058,52

Fuente: Elaboración propia.

7.2.6. AMORTIZACIÓN

Para el financiamiento del 80% de la inversión del proyecto se accederá a un crédito a través de la banca pública, a un plazo de 5 años, el pago de las cuotas anuales las cuales tienen el 9,23% de interés son amortizadas a través del método de cuotas contantes. El monto total del préstamo será de \$225.000,00 (ver cuadro 4.35).

Cuadro 4.35. Cuadro de amortización de préstamo bancario.

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS					
importe		225.000		PAGOS TOTALES	
años		5			
comisión de apertura		0,00%			
interés nominal		9,23%			
periodo de pago		1			
tipo amortización		2			
cuotas constantes					
coste efectivo		9,23%		www.economia-excel.com	
años	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					225.000,00
1	65.767,50	20.767,50	45000,00	45.000,00	180.000,00
2	61.614,00	16.614,00	45000,00	90.000,00	135.000,00
3	57.460,50	12.460,50	45000,00	135.000,00	90.000,00
4	53.307,00	8.307,00	45000,00	180.000,00	45.000,00
5	49.153,50	4.153,50	45000,00	225.000,00	0,00

Fuente: Elaboración propia.

7.2.7. FLUJO DE CAJA

A continuación se expresan en el siguiente cuadro los flujos netos generados a partir del año 2020 hasta el 2026, en la operación del Complejo Turístico "La Fortaleza" (ver cuadro 4.36).

Cuadro 4.36. Flujo de caja proyectado.

FUJO DE CAJA PROYECTADO (expresado en dólares)							
	0	1	2	3	4	5	6
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
A. INGRESOS OPERACIONALES							
Alojamiento	-	43.500,00	46.110,00	48.876,60	51.809,20	54.917,75	58.212,81
Restaurante		48.000,00	50.880,00	53.932,80	57.168,77	60.598,89	64.234,83
Recreación	-	120.000,00	127.200,00	134.832,00	142.921,92	151.497,24	160.587,07
Eventos	-	20.000,00	21.200,00	22.472,00	23.820,32	25.249,54	26.764,51
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	-	231.500,00	245.390,00	260.113,40	275.720,20	303.292,22	333.621,45
B. EGRESOS OPERACIONALES							
Materia prima		16.000,00	17.600,00	19.360,00	21.296,00	23.425,60	25.768,16
Insumo de hospedaje y eventos		35.000,00	38.500,00	42.350,00	46.585,00	51.243,50	56.367,85
Mano de obra directa		12.990,55	14.289,61	15.718,57	17.290,42	19.019,47	20.921,41
Gastos de administración		17.111,70	18.822,87	20.705,16	22.775,67	25.053,24	27.558,56
Costos indirectos de producción		39.600,00	43.560,00	47.916,00	52.707,60	57.978,36	63.776,20
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	-	120.702,25	132.772,48	146.049,72	160.654,70	176.720,17	194.392,18
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-	110.797,75	112.617,52	114.063,68	115.065,51	126.572,06	139.229,26
D. INGRESOS NO OPERACIONALES							
Crédito a largo plazo	224.561,32	-	-	-	-	-	-
Aportación propia	56.140,33	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	280.701,65	-	-	-	-	-	-
E. EGRESOS NO OPERACIONALES							
Pago de intereses al banco	-	20.767,50	16.614,00	12.460,50	8.307,00	4.153,50	-
Pago del capital al banco	-	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	-
Adquisición de activos fijos:							
Construcción civil	237.376,88	-	-	-	-	-	-
Equipamiento	33.266,25	-	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	270.643,13	65.767,50	61.614,00	57.460,50	53.307,00	49.153,50	-

F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	10.058,52	(65.767,50)	(61.614,00)	(57.460,50)	(53.307,00)	(49.153,50)	-
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	10.058,52	45.030,25	51.003,52	56.603,18	61.758,51	77.418,56	139.229,26
H. SALDO INICIAL DE CAJA	-	10.058,52	55.088,77	106.092,29	162.695,47	224.453,97	301.872,53
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	10.058,52	55.088,77	106.092,29	162.695,47	224.453,97	301.872,53	441.101,79
	(280.701,65)	45.030,25	51.003,52	56.603,18	61.758,51	77.418,56	139.229,26
VALOR PRESENTE NETO	(\$21.851,78)						
TASA COSTO EFECTIVA	9,23%						
TIR	11%						

Fuente: Elaboración propia.

4.6.2. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO

Para la evaluación financiera se consideraron los resultados obtenidos de los valores netos generados en el flujo de caja proyectado, determinando los siguientes datos:

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN que se obtuvo en el flujo de caja proyectado es de \$21.851,78 lo que indica que el proyecto es financieramente rentable.

TASA INTERNA DE RETORNO (VAN)

Según los resultados obtenidos, la tasa interna de retorno (TIR) (11%) es mayor a la tasa de costo efectivo (9,23%) indicando que el negocio es económicamente rentable.

Por su parte, en los flujos netos obtenidos se determina que la inversión, de acuerdo a las ventas proyectadas, se recupera en el primer trimestre del 5to año.

4.6.3. ANÁLISIS DEL COSTO/BENEFICIO

Para determinar la relación costo beneficio del proyecto se ha realizado el siguiente cálculo:

$$R = \frac{b}{c} \quad (4.4)$$

Monto de inversión:		280.701,65
fn1	45.030,25	41.225,17
fn2	51.003,52	42.748,05
fn3	56.603,18	43.432,52
fn4	61.758,51	43.383,95
fn5	77.418,56	49.789,23
fn6	139.229,26	81.974,53

$$R \frac{302.553,43}{280.701,65} 1,08$$

Criterios de relación costo-beneficio:

El resultado obtenido mediante el cálculo anterior permitió determinar que el proyecto se encuentra en el rango >1 por lo que **SE ACEPTA** el proyecto.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- ◆ Según el diagnóstico efectuado, el 42% de la población calcetense se dedica a la producción agraria, el 15% al sector comercial, el 5.6% a la industria manufacturera y apenas el 2.5% al sector turístico. Un 73,28% de la población se autoidentifica como mestiza, el crecimiento porcentual poblacional es del 26,58% en el área urbana y del 8,31% en la zona rural. Respecto a la educación, el 43,29% corresponde al nivel primario y el 0,47% al nivel de postgrado. Entre los principales problemas ambientales se encuentran la degradación del suelo generado por inadecuadas prácticas agrícolas y ganaderas.
- ◆ Respecto a los productos de turismo rural en Manabí, éstos se enfocan hacia la costa externa destacándose entre ellos los cantones Manta, Montecristi, Puerto López y Portoviejo. La demanda es mayormente nacional, está interesada en hospedajes económicos pero que incluyan servicios complementarios como restauración y recreación, cuentan con un presupuesto de gasto medio-alto de \$161,00, pernoctan de 1 a 2 días en un destino y los meses en los que viajan son de enero a marzo y de junio a octubre. Los propietarios de las agencias de viajes entrevistadas indicaron que estarían dispuestos a establecer alianzas de mercadeo con el Complejo Turístico, una vez puesta en marcha su operacionalización.
- ◆ Quienes visitan Calceta son procedentes de Junín, Chone, Tosagua, El Carmen, Portoviejo, Manta, Bahía de Caráquez, Sto. Domingo y Jipijapa, y en menor proporción de Balao y Quito. Jóvenes motivados por el ocio y recreación, con un presupuesto de gasto medio-bajo, su estadía en el lugar es de 2 a 3 días, viajan más de 5 veces al año, están interesados en actividades como la degustación de la gastronomía local, compra de artesanías, canoping, paseos en bote, caminatas, actividades deportivas y pesca deportiva y el medio de información más utilizado son las referencias de familiares y amigos.

- ◆ En cuanto a la oferta de la parroquia Calceta, existen 15 establecimientos de hospedaje (368 plazas), 17 lugares de restauración (684 plazas), 6 centros de recreación (830 pax) y además se cuenta con 7 recursos turísticos potenciales, 6 de ellos de origen cultural y 1 natural. En función de las necesidades de la demanda se han establecido 4 tipos de servicios dentro de la oferta del Complejo Turístico; hospedaje, alimentación, recreación y eventos y para su comercialización se han diseñado 11 estrategias de marketing mix.
- ◆ El Complejo Turístico (CT) tendrá una extensión de 14 has distribuidas en 6 áreas; alojamiento, estacionamiento, A&B, recreación, deportes y área administrativa. En base a la oferta del CT se determinó los procesos de producción de los servicios de alojamiento, alimentación, recreación y eventos. La empresa será de carácter unipersonal y su estructura organizativa estará conformada por la gerencia, área contable, área de alojamiento, área de A&B y área de recreación. El personal polifuncional administrativo y operativo que necesitará contratar la empresa será: 1 gerente/recepcionista, 1 jefe de cocina, 1 auxiliar de cocina, 1 mesero, 1 jefe de limpieza y 1 guardia de seguridad.
- ◆ Por otro lado, se concluye que el proyecto es de baja adversidad ya que éste tiene una repercusión en los componentes ambientales de un 3% altamente significativo, 7% significativo y un 69% depreciable. Para los impactos altamente significativos y significativos se elaboró un programa de medidas de mitigación y se determinó que la capacidad de carga física del mismo será de 304 pax por día.
- ◆ Para la creación del proyecto se requiere la inversión de \$280.701,65, para lo cual el 20% (\$56.140,33) será financiamiento propio y el 80% (\$224.561,32) mediante crédito a BanEcuador a 5 años plazo con una tasa de interés anual del 9,23%. Finalmente se determinó que la creación del Complejo Turístico "La Fortaleza" es económicamente rentable ya que la TIR (11%) supera la TCE (9,23%) y según los flujos netos obtenidos el VAN es de \$21.851,78.

- ◆ De esta forma se demuestra que la creación del Complejo Turístico "La Fortaleza" es viable de manera técnica, ambiental y financiera lo que permitirá contribuir positivamente en el desarrollo rural de la parroquia Calceta, ya que mediante la oferta de los productos y servicios y la estrategias de comercialización establecidas para su fin, se logrará captar un mayor número de visitantes hacia la zona, incentivando a las comunidades locales a la generación de nuevas líneas de negocio relacionadas con el sector, logrando así la diversificación de la oferta turística, la generación de nuevas plazas de trabajo y la mejora de la calidad de vida de la población residente.

5.2. RECOMENDACIONES

- ◆ Se recomienda a las agencias de viajes, generar productos mucho más integrales enfocándose en la costa interna de Manabí, de manera que se incremente la demanda hacia los cantones que conforman esta parte de la provincia y se fomente la inversión y mejora de la oferta turística en los sectores rurales.
- ◆ La Banca privada debe de abrir nuevas líneas de crédito, bajo tasas de interés flexibles que permitan a la población residente generar nuevos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia Calceta.
- ◆ Se recomienda a la ESPAM MFL a través la carrera de Turismo, incentivar y colaborar mancomunadamente en la generación de proyectos de emprendimiento que mejoran la oferta turística y puedan contribuir en el desarrollo rural del Cantón Bolívar en general.
- ◆ Al GAD de Bolívar, priorizar la actividad turística como un sector productivo estratégico que permita por medio de normativas y ordenanzas públicas el ejercicio pleno de la misma. Además se recomienda a las autoridades municipales pertinentes, establecer mesas de diálogo abierto con las comunidades, para conocer sus necesidades y así definir estrategias y mecanismos que permitan

mejorar las condiciones socioeconómicas de la población a través del turismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, Á. (2004). *Aproximación conceptual al fenómeno turístico en la actualidad*. Universidad de Granada, Departamento de Antropología Social.
- Álava, M. (2018). "El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí, Año 2017". (Tesis de Maestría inédita), Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Maestría en Finanzas, Guayaquil, Ecuador.
- Alfonso, R., García, N., & Rodríguez, A. (2017). *Promoción turística basada en una herramienta web para el cantón Bolívar, Ecuador*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí - Ecuador. Obtenido de https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/Vol8_1_pag_6 1-74
- Arévalo, V., & Fuentes, R. (2012). *Propuesta de creación de un complejo turístico en el sector rural de Barcelona*. Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, Milagro, Ecuador.
- Arroyo, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 3(1), 47.
- Atiencia, J. (2017). *Caracterización de los establecimientos turísticos rurales que prestan servicio de alojamiento en el Cantón Santa Cruz-Galápagos*. (Tesis inédita), Universidad Central del Ecuador. Sede Galápagos, Carrera de Turismo Ecológico, Puerto Ayora, Galápagos, Ecuador.
- Baltazar, O., & Zavala, J. (2015). El turismo rural como experiencia significativa y su estudio desde la fenomenología existencial. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6(6), 4.
- Banco del Pichincha. (5 de agosto de 2019). Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/Portals/0/Transparencia/TarifarioUnificadoInformativoAgendaAgosto2019V2.pdf>
- BanEcuador. (5 de agosto de 2019). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiara/credito-empresarios/>
- Barrera, E., & Muñoz, R. (2003). *Manual de Turismo Rural para Micro Pequeños y Medianos Empresarios Rurales*. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola FIDA.

- Barroso, M., & Flores, D. (2012). El turismo como estrategia de desarrollo rural sostenible. Los parques naturales Andaluces. *Revista de Estudios Empresariales*, Vol. 2, 23.
- Boullón, R. (2006). Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable. *Aportes y Transferencias*, Vol. 10(Núm. 2), pag, 18-24.
- Bravo, M., & Zambrano, J. (2017). *Producto Turístico basado en el Potencial Agroproductivo de la Provincia de Manabí*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Carrera de Ingeniería en Turismo, Calceta, Manabí, Ecuador.
- Cámara Santiago de Compostela. (2006). *Buenas prácticas ambientales en el sector hotelero*. España. Obtenido de <http://www.camaracompostela.net/mambiente/sh.pdf>
- Carreño, A., García, N., & Doumet, N. (2017). *Diagnóstico Turístico Estratégico. Caso de estudio del Cantón Bolívar, Manabí, Ecuador*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta.
- Carrillo, S., & Converti, L. (2016). *Informe de Coyuntura Económica de Ecuador*. Celag.
- Castillo, O. (2008). Paradigmas y conceptos de Desarrollo Rural. En *Colección Apuntes de Clase No. 2* (2 ed., pág. 7). Bogotá, Colombia.
- Chávez, M. (21 de Mayo de 2019). Entrevista sobre la realidad turística actual de la parroquia Calceta. (D. Bravo, Entrevistador) Calceta, Manabí, Ecuador.
- Cherres, J. (30 de Mayo de 2019). Principales motivaciones y preferencias sobre los productos turísticos que se ofertan en la provincia de Manabí. (D. Bravo, Entrevistador) Portoviejo, Manabí, Ecuador.
- CLIRSEN, I. E. (2012). *Generación de Geoinformación para la Gestión del Territorio a nivel nacional escala 1: 25 000*. Recuperado el 10 de noviembre de 2018.
- CÓDIGO ORGÁNICO DEL AMBIENTE [COA]. (2017). *CAPÍTULO IV DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA REGULARIZACIÓN AMBIENTAL*. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec>
- Conesa, V. (2009). *Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental* (4ta ed.). Madrid, México: Mundi-Prensa.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>

- Díaz, P., Santana, A., Rodríguez, A., & Moreira, P. (2010). *Valoración del paisaje y desarrollo turístico: efectos del ritmo de crecimiento de influencia turística en Fuerteventura*. Universidad de La laguna, Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, Montevideo, Uruguay.
- Félix, Á., Campos, S., Martí, J., & Mejía, M. (2017). Recuperación de destinos turísticos post terremoto: revisión del caso Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80).
- Foladori, G. (1999). Sustentabilidad ambiental y contradicciones sociales. *Ambiente y Sociedad*(Núm. 5), pág. 15.
- Galarza, C., & Lara, A. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico sustentable en la parroquia Posorja, cantón Guayaquil*. (Tesis inédita), Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Guayaquil, Ecuador.
- Galvez, J. (2012). Determinación del tamaño de muestra. Guatemala. Obtenido de <http://asedesto.com/documents/CTMuestra.xls>
- García, N., Carreño, A., & Doumet, N. (2016). *Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador)*. Calceta-Manabí. Obtenido de <http://oaji.net/articles/2017/5813-1516635570.pdf>
- González, C. (2014). *Estudio de las políticas implementadas para el desarrollo turístico del Ecuador en el Gobierno de Galo Plaza Lasso 1948-1952*. Universidad del Azuay, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, Cuenca, Ecuador.
- Google Earth. (2019). *Mapa Satelital de la Parroquia Calceta*. Obtenido de https://satellites.pro/plano/mapa_de_Calceta.Ecuador#O-0.861107,-80.156937,13
- Henry, S. D. (2013). *Determinación de la capacidad de carga turística en los sitios de visita de la Reserva Nacional Allpahuayo - Mishana, Loreto - Perú*. Obtenido de <http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/UNAP/2450>
- Herrera, F. (2013). Enfoques y políticas de desarrollo rural en México. Una revisión de su construcción institucional. *Gestión y Política Pública*, 22(1), 136. doi:ISSN: 1405-1079
- Hiernaux, N. (2000). Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. *Cuaderno de Ciencias Sociales*, 123.
- Huízar, M., Villanueva, R., & Rosales, G. (2016). Turismo y empleo de calidad ¿Una relación posible? Puerto Vallarta, Bahía de Banderas, México . Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/305399956>

- IEE. (2012). *Generación de Geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000. (Memoria Técnica)*,. Bolívar-Calceta.
- INEC. (2010). *Fascículos cantonales*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Manabi/Fasciculo_Bolivar.pdf
- Inostroza , G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión Turística*(10), 83, 85, 86.
- Lamboggia, J. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso del Ecuador*. (Tesis de Maestría inédita), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador, Departamento de Desarrollo, Ambiente y Territorio.
- Limpia, C. d. (2006). *Buenas prácticas ambientales en los hoteles. Plan de Acción para el Mediterráneo*. Barcelona, España. Obtenido de file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/hotels_cast.pdf
- Loor, L., Alonso, A., & Pérez, M. (2018). La Actividad Turística en el Ecuador: Turismo Consciente o Turismo Tradicional? *Revista ECA Sinergia*, 9(1), 105, 106.
- Loor, M., & Moreira, M. (2013). *Evaluación de la relación entre las actividades en la lubricadoras del cantón Bolívar y la carga contaminante que disponen al ambiente*. Tesis inédita, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Mannabí. Obtenido de <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/190/1/TMA54.pdf>
- Mantero, J. (2013). Desarrollo turístico: de la etica de los principios a la practica del turismo responsable. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 223, 225.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA (Actividad emprendedora temprana) 2018-2021*. Obtenido de <https://mail.google.com/mail/u/0/#search/maribelmejia%40hotmail.com?projector=1>
- MINTUR. (2002). *Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf

- MINTUR. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2018). *Boletín Mensual 2017-2018*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/18-turismo-en-cifras/analisis-economico/95-boletin-mensual>
- MINTUR. (2018). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Mora, I. (2017). *Diseño del complejo turístico “La Providencia”, mediante la elaboración del plan de negocios, para fomentar el turismo de recreación, en la Parroquia Puerto Limón, Cantón Santo Domingo*. (Tesis inédita), Universidad Nacional de Loja, Carrera de Administración Turística, Loja, Ecuador.
- Muñoz, A., Fuentes, L., & Fayos, E. (2012). Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(5), 444, 445.
- Muñoz, P. (30 de Mayo de 2019). Principales motivaciones y preferencias sobre los productos turísticos que se ofertan en la provincia de Manabí. (D. Bravo, Entrevistador) Portoviejo, Manabí, Ecuador.
- Orgáz, F. (2013). El Turismo Comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38(2), 5, 9.
- Orozco, J., Núñez, P., & Virgen, C. (2008). *Desarrollo turístico y sustentabilidad social* (1 ed.). México: Miguel Ángel Porrúa.
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A., & Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, Vol. 10(Núm. 1), pág. 74.
- Pachón, F. (2007). Desarrollo Rural: Más que desarrollo Agrícola. *Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia*, 54(1), 60.
- Palomo, S. (1998). La aportación del turismo al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo (PVD). El caso del mercado receptor de Bolivia. *Estudios Turísticos*(136), 72, 73.
- Pérez, E. (1998). Una visión del desarrollo rural en Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 41, 19.

- Pérez, J. (4 de agosto de 2018). *El Comercio*. Recuperado el 3 de enero de 2019, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/manabi-hoteleria-renovacion-turismo-ecuador.html>
- Perona, E., & Molina, E. (2016). Evolución y etapas del desarrollo turístico en la provincia de Córdoba, Argentina: ¿Cuán lejos está el ideal del turismo sustentable? *Cuadernos de Turismo*(37), 332-334.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2026. (2015). Recuperado el 10 de noviembre de 2018., de <http://www.cantonbolivar.gob.ec/>
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021. (s.f.). Recuperado el 18 de noviembre de 2018, de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Proaño, L. (30 de Mayo de 2019). Principales motivaciones y preferencias sobre los productos turísticos que se ofertan en la provincia de Manabí. (D. Bravo, Entrevistador) Protoviejo, Manabí, Ecuador.
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2015). Recuperado el 10 de noviembre de 2018., de www.lexis.com.ec
- Reglamento General de Actividades Turísticas*. (2002). Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turísticas.pdf>
- Renda, A., & Teotonio, I. (2017). Alojamiento Turístico en Espacio Rural. La Percepción de los emprendedores. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(4), 846.
- Rodríguez, G., Balestrini, S., Balestrini, S., Meleán, R., & Rodríguez, B. (2002). Análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial. *Revista de Ciencias Sociales*, 8(1), 137.
- Rojas, H. (2009). Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirán al desarrollo rural territorial? *Cuadernos de Desarrollo Rural*, Vol. 6(Núm. 62), 14.
- Romero, B. (2016). Sector turístico, buscando una luz al final del tunel. *Gestión*, 265, 20.
- Sánchez, A. (2003). *Proposición metodológica para evaluar la producción de servicios turísticos asociados al bosque*. (Tesis de Ingeniería inédita), Universidad de Chile, Departamento de Recursos Forestales, Santiago de Chile.

- Sánchez, D. (2017). *La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015*. (Tesis de Ingeniería inédita), Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Economía, Quito, Ecuador.
- Sancho, A. (1998). *Crecimientos y Desarrollo Turístico Sostenible. Componentes socioculturales e institucionales del desarrollo*. Valencia, España: Universidad de Valencia.
- Santana, M. (2003). *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria)*. (Tesis Doctoral inédita), Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Sociologia, Bellaterra.
- SENPLADES. (2014). *Fichas de cifras generales del cantón Bolívar*. Obtenido de http://app.sni.gov.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1302_BOLIVAR_MANABI.pdf
- SENPLADES. (2015). *Agenda Zonal ZONA 4-Pacífico. Provincias de: Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas 2013-2017*. Quito, Ecuador .
- Servicios Hidrologicos y Ambientales, hidroAr. (2015). *Metodología para el Cálculo de las Matrices Ambientales*. Obtenido de <http://www.chubut.gov.ar/portal/wp-organismos/ambiente/wp-content/uploads/sites/8/2015/01/Metodolog%C3%ADa-para-el-Calculo-de-las-Matrices-Ambientales.pdf>
- Socatelli, M. (2013). Extracto del Libro: *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. 1. Intermark, S.A Consultores en Turismo.
- Swisscontact. (2015). *Desarrollo Turístico para un crecimiento económico sostenible*.
- Szmulewicz, P. (1998). *Perspectivas del Turismo Rural. Aportes y Transferencias*, 12, 14.
- Talledo, J. (2012). *Udep*. Recuperado el 25 de 11 de 2019, de <http://udep.edu.pe/hoy/2012/el-concepto-de-los-procesos-en-los-servicios-y-las-funciones-de-un-responsable-de-procesos/>
- Valcárcel, M. (2007). *Desarrollo y Desarrollo Rural. Enfoques y Reflexiones*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Departamento de Ciencias Sociales.
- Valenciano, J., & Carretero, A. (2006). *Desarrollo local en el mundo rural: El caso europeo. Perspectivas*, 9(3), 58.
- Vargas, C., Segovia, S., Hernández, H., & Méndez, J. (2018). *La Situación del Turismo Comunitario en Ecuador. Vol. 4(Núm. 1)*, 2.

Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. (Tesis de Maestría inédita), Universidad Nacional de Mar del Plata, Departamento de Economía, Argentina.

ANEXOS

ANEXO N°1. FICHA DE OBSERVACIÓN



Esta ficha de observación ha sido aplicada mediante visita in situ con la finalidad de obtener datos primarios sobre la situación actual de la parroquia Calceta.	
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL LUGAR:	Provincia:
	Cantón:
	Zona:
	Región:
	Limites:
	Población:
	Extensión:
	Clima:
	Altitud:
	División Política:
	Hidrografía:
	Geografía:
Historia	
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	Sector Primario:
	Sector Secundario:
	Sector Terciario:
ASPECTOS SOCIOCULTURALES	Autoidentificación cultural:
	Actividades migratorias:
	Niveles de instrucción:
	Índices delictivos:
	Establecimientos de salud
ASPECTOS AMBIENTALES	Principales problemáticas ambientales:

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N°2. ENTREVISTA PARA AUTORIDADES LOCALES



Esta entrevista está dirigida a los representantes del Departamento de Turismo del GAD cantonal de Bolívar, con la finalidad de recopilar información sobre la situación turística actual de la parroquia Calceta.

Nombre:

Cargo:

1. ¿Considera usted que la parroquia Calceta tiene potencial turístico? ¿Por qué?
2. ¿Cuál es el número aproximado de visitantes que llegan a la parroquia Calceta y cuáles son los meses en los que se recibe mayor afluencia?
3. ¿Por qué motivos visitan la parroquia Calceta?
4. ¿Cómo se caracteriza la oferta turística de la parroquia calceta (recursos/atractivos, establecimientos de hospedaje, restauración, centros de ocio y entretenimiento etc.)?
5. ¿Por qué no se ha desarrollado la actividad turística dentro de la parroquia Calceta?
6. ¿Qué medidas realiza el GAD municipal respecto a la adecuación de los servicios básicos y demás facilidades que permitan el desarrollo del turismo?
7. ¿Existe algún programa o proyecto turístico que se esté desarrollando en la actualidad dentro de Calceta o en alguna otra parroquia del cantón Bolívar?
8. ¿Qué presupuesto destina el GAD Municipal para el fomento de la actividad turística dentro de la parroquia Caceta?
9. ¿Cómo se promociona turísticamente la parroquia Calceta?
10. ¿Cree usted que la creación de un complejo turístico ayudaría en el desarrollo turístico de la parroquia Calceta?
11. ¿De qué manera el GAD Parroquial apoyaría en el desarrollo de proyectos de turismo en el interior de la Parroquia Calceta?
12. ¿Considera que para alcanzar el desarrollo turístico de la parroquia se requiere el apoyo de entidades públicas (MINTUR, universidades) y privadas (cámaras de turismo)?

**ANEXO N°3. ENTREVISTA A AUTORIDAD DEL DPTO. DE TURISMO
DE LA PARROQUIA CALCETA.**



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO Nº4. ENTREVISTA PARA OPERADORES TURÍSTICOS



Esta entrevista está dirigida a los representantes de agencias de viajes de Manabí, con la finalidad de recopilar información sobre los productos turísticos mayormente consumidos por la demanda nacional e internacional dentro de la provincia.

Nombre:

Cargo:

Empresa:

1. ¿Dentro de la cartera de productos que ofrece la empresa se encuentra la modalidad de turismo rural?
2. ¿Cuáles son los productos turísticos sobre turismo rural que se oferta dentro de la provincia de Manabí?
3. ¿Cuáles son las actividades de preferencia de los turistas en cuanto a la compra de paquetes turísticos?
4. ¿Según su registro de ventas, cuáles son los meses de mayor afluencia de visitantes nacionales e internacionales?
5. ¿La demanda es en su mayoría Nacional o internacional?
6. ¿Cuáles son los tipos de hospedaje y los servicios que mayormente prefiere la demanda?
7. ¿Cuál es el promedio de gasto con esos productos que ofrecen a sus clientes?
8. ¿Cree usted que la creación de un Complejo Turístico incidiría en el desarrollo rural de la provincia de Manabí?
9. ¿Estaría dispuesto a establecer algún convenio con un Complejo Turístico para el desarrollo de los productos que oferta?

ANEXO N°5 A. ENTREVISTA A GERENTE DE ECUADOR CEIBOS TOURS.



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N°5 B. ENTREVISTA A GERENTE DE MYC TRAVELS.



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N°6. ENCUESTA PARA VISITANTES



ESPAMMFL
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ



Carrera de
TURISMO

Esta es una encuesta anónima dirigida a los visitantes del cantón Bolívar, con la finalidad de recopilar información sobre sus principales motivaciones y preferencias en el desarrollo de actividades turísticas para la creación de un Complejo Turístico en la parroquia Calceta.

Indique con un su respuesta seleccionada

Lugar de procedencia: _____

Edad: Entre 18 a 25 De 26 a 35 De 36 a 45 De 46 a 50 Más de 50
años

Sexo: Femenino Masculino

1. ¿Cuáles son los motivos de su visita a Calceta?

- Trabajo
- Negocios
- Visita a Familiares
- Ocio y recreación
- Otros _____

2. **¿Anualmente, con qué frecuencia viaja o visita un sitio turístico?**
 - 1 a 2 veces
 - 3 a 5 veces
 - Más de 5 veces
3. **¿Cuál es su promedio de gasto al momento que visita un destino?**
 - Menos de \$20,00
 - De \$25 a \$30
 - De \$ 35 a 50
 - Más de \$50,00
4. **¿Cuándo viaja lo hace en compañía de?**
 - Familia
 - Amigos
 - Pareja
 - Solo(a)
5. **¿Cuál es su tiempo máximo de estadía en un sitio turístico?**
 - 1 día
 - De 2 a 3 días
 - De 4 a 5 días
 - Más de 5 días
6. **¿Le gustaría hospedarse en un Complejo Turístico en un área rural?**
 - Sí
 - No
7. **¿Qué servicios de preferencia espera encontrar en un Complejo Turístico? (Opción múltiple).**
 - Hospedaje
 - Acceso a redes inalámbricas (WIFI)
 - Restaurante
 - Servicio de lavandería
 - Parqueadero
 - Televisión por cable
 - Venta de artesanías locales

- Seguridad
- Piscinas
- Servicio de traslado (origen-destino)
- Área para eventos
- Información turística
- Área de juegos infantiles
- Rutas o paseos turísticos
- Canchas deportivas
- Acceso para personas con discapacidad
- Área de camping
- Sistema de Reservas online
- Spa
- Gimnasio
- Bar
- Otros _____

8. **¿Qué actividades le gustaría que le ofreciera un Complejo Turístico? (Opción múltiple).**

- Senderismo
- Ciclismo
- Observación de flora y fauna
- Canoping
- Paseos en bote
- Caminatas
- Degustación de comida típica local
- Compra de artesanías
- Paseos a caballo
- Actividades deportivas
- Pesca deportiva
- Otras _____

9. **¿Por cuáles de los siguientes medios se informa para visitar un sitio turístico? (Opción múltiple).**

- Internet (páginas web, blogs)
- Redes Sociales
- Revistas
- Periódicos
- Televisión
- Referencia de familiares y amigos
- Folletos
- Otros _____

**ANEXO N°7 A. ENCUESTA A VISITANTES DE LA PARROQUIA
CALCETA.**



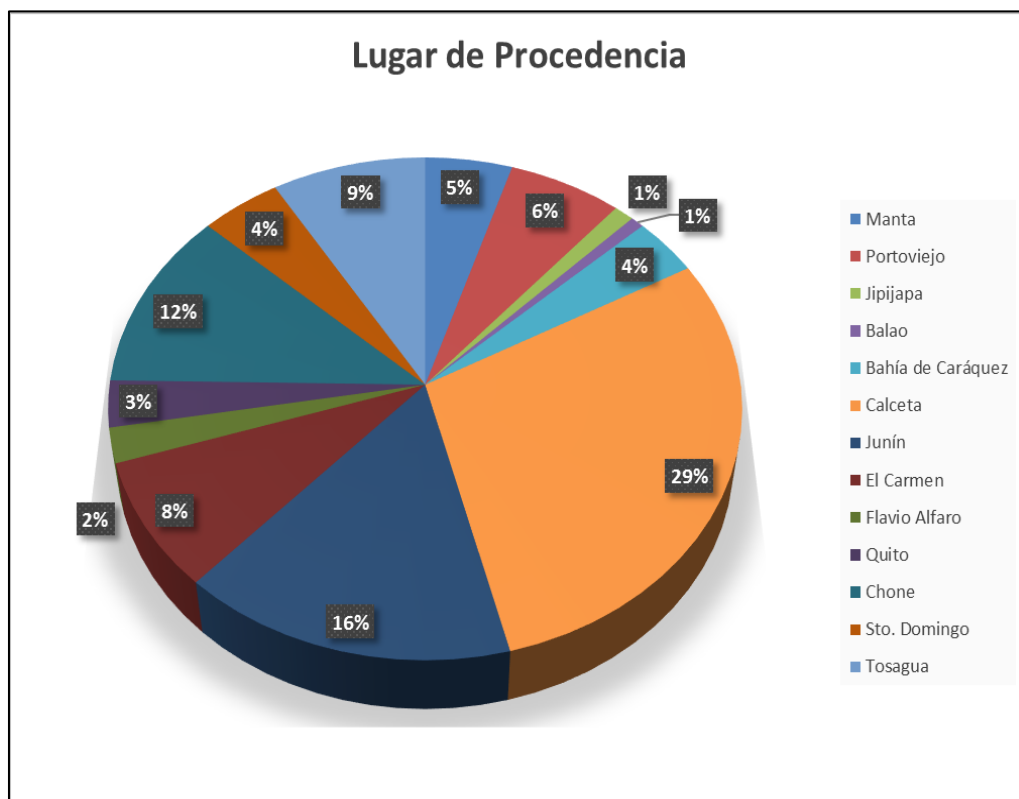
Fuente: Elaboración propia.

**ANEXO N°7 B. ENCUESTA A VISITANTES DE LA PARROQUIA
CALCETA.**

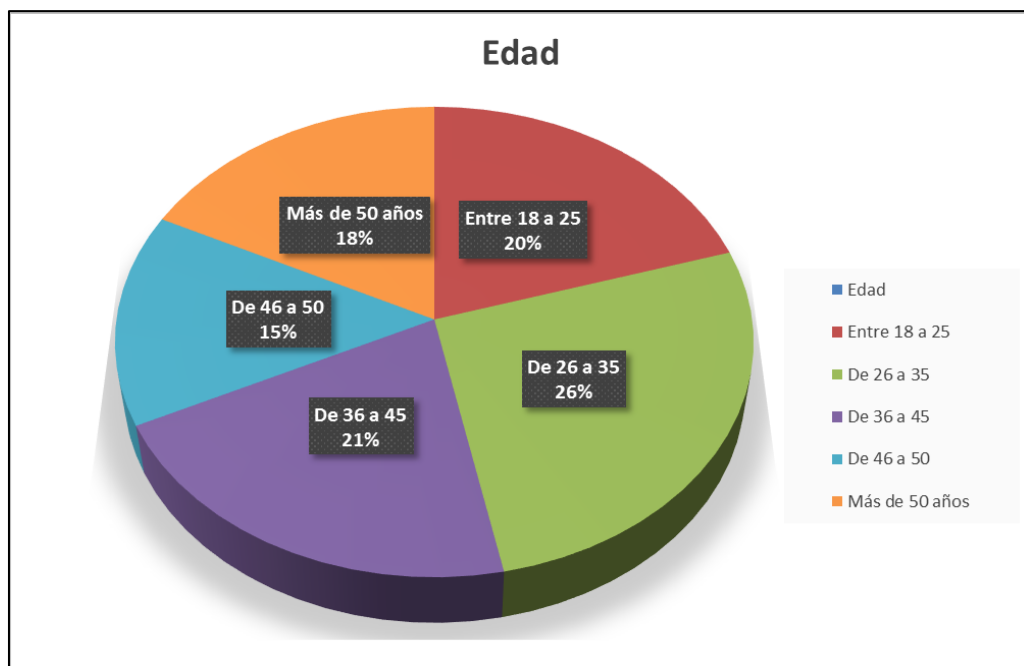


Fuente: Elaboración propia.

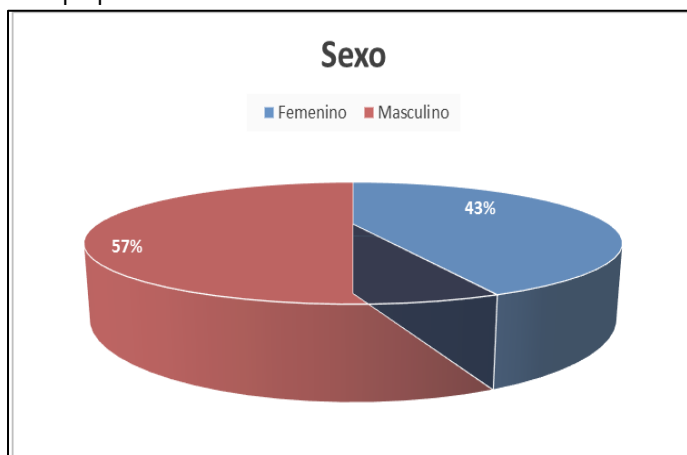
ANEXO Nº8. TABULACIÓN DE ENCUESTAS



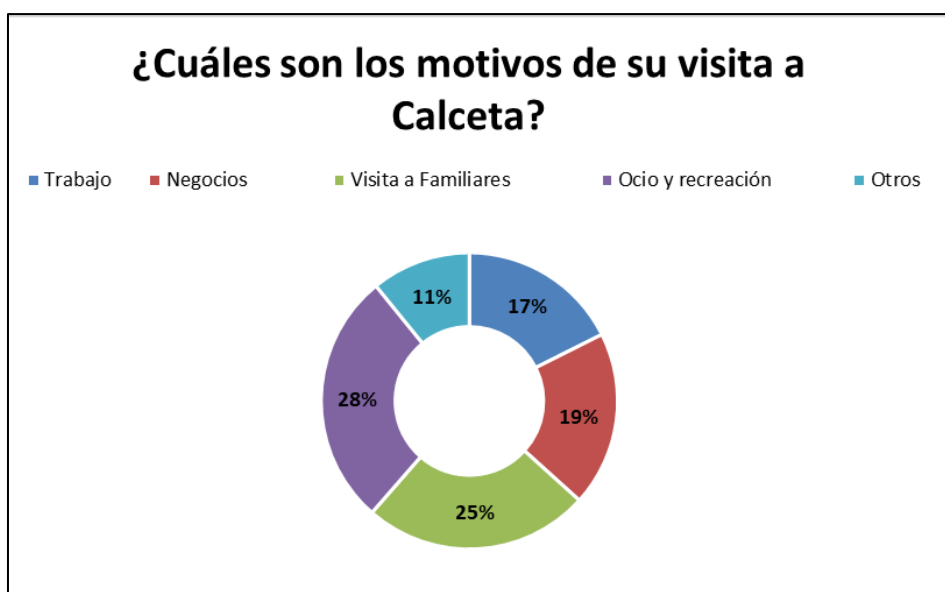
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



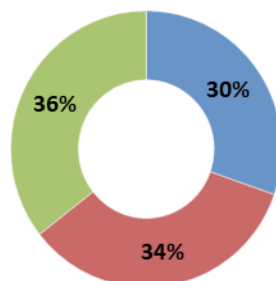
Fuente: Autor.



Fuente: Elaboración propia.

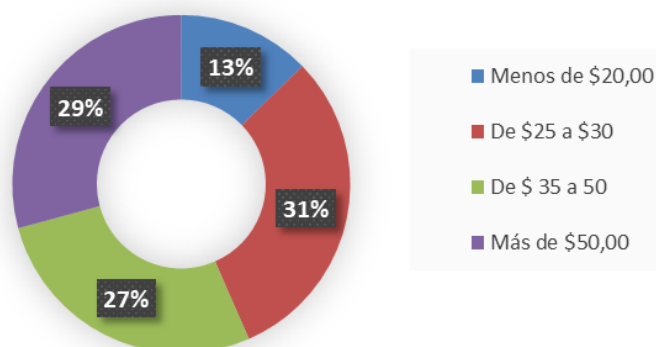
¿Anualmente, con qué frecuencia viaja o visita un sitio turístico?

■ 1 a 2 veces ■ 3 a 5 veces ■ Más de 5 veces



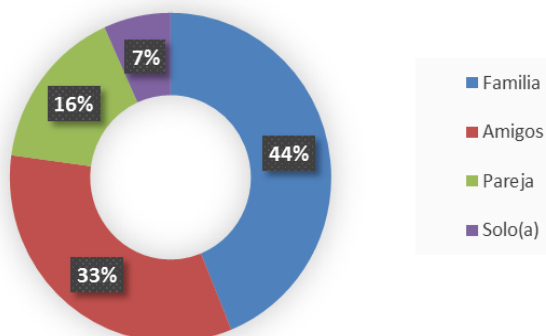
Fuente: Elaboración propia.

3. ¿Cuál es su promedio de gasto al momento que visita un destino?

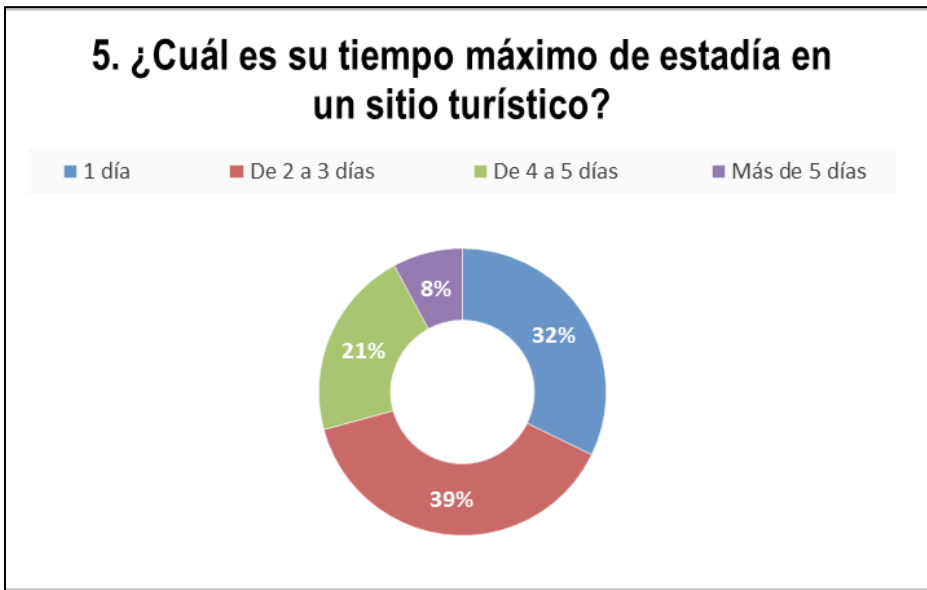


Fuente: Elaboración propia.

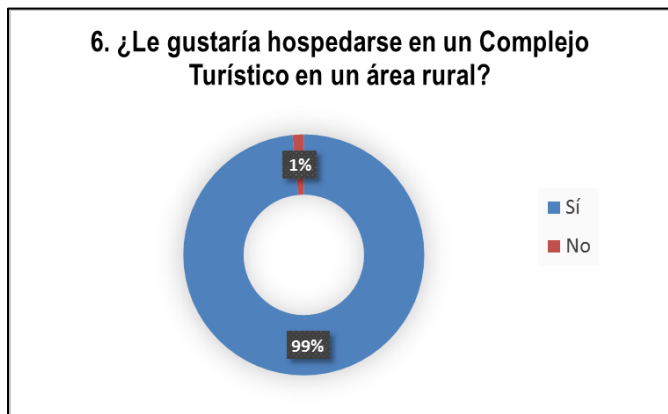
4. ¿Cuándo viaja lo hace en compañía de?



Fuente: Elaboración propia.



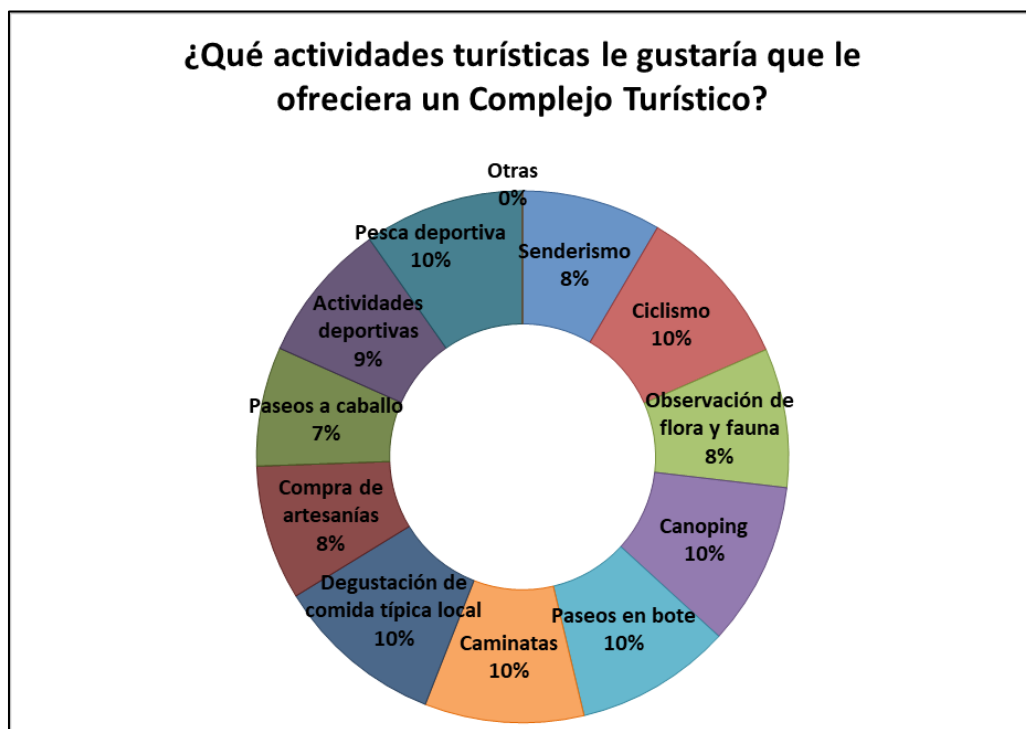
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.




Fuente: Elaboración propia.




Fuente: Elaboración propia.

ANEXO Nº9 A. PROFORMA PRESUPUESTO GENERAL DE CONSTRUCCIÓN DEL COMPLEJO TUÍSTICO "LA FORTALEZA"

FERRETERÍA "SANTA MARIANITA"					
		Dirección: Avenida Las Vegas entre la calle Luis María Pinto, Calceta-Manabí. Gerente propietario: Abg. Luis Mendoza Vivas RUC: 1307052389001 Teléfono: 0999438960 Obra: Complejo Turístico La Fortaleza Ubicación: Matapalo via Quiroga			
		PROFORMA GENERAL DE CONSTRUCCIÓN			
	Rubro	Unidad	Cantd.	P. Unitario	P. Total
Movimiento de tierra					
1	Persimos de construcción	Global			1300
2	Via acceso doble riego	MI	150	62	9300
3	Replanteo y nivelación	M2	1283,00	0,75	962,25
4	Excavación y desalojo	M3	256,60	5,50	1411,30
5	Relleno compactado	M3	256,60	5,50	1411,30
6	Piedra bola bajo plinto colocada a mano	M3	23,04	18,00	414,72
Sub total 1					14799,57
Estructura					
7	Replantillo de h. Simple 180 kg*cm2 (replantillo)	M2	1,44	190,00	273,60
8	Hormigón simple en plinto 210 kg*cm2 (plintos)	M3	5,76	180,00	1036,80
9	Muro de hormigón ciclópeo	M3	24,08	160,00	3852,80
10	Hormigón simple en vigas inferiores 210 kg*cm2 (cadenas)	M3	19,87	75,00	1490,13
11	Hormigón simple en columnas 210 kg*cm2 (columna)	M3	22,65	200,00	4530,48
12	Hormigón simple vigas superiores 210 kg*cm2 (vigas)	M3	0,00	201,00	0,00
13	Hormigón simple en dinteles 210 kg*cm2	MI	90,00	45,80	4122,00
14	Hormigón armado mesón de cocina	MI	9,00	140,00	1260,00
15	Acero de refuerzo	Kg	9430,59	1,90	17918,12
Sub total 2					34483,93
Mampostería					
16	Mampostería de bloque macizo e=10 cm	M2	1909,79	10,00	19097,92
17	Caja de revisión	U	12,00	82,00	984,00
Sub total 3					20081,92
Enlucido					
18	Enlucido vertical	M2	2750,28	8,00	22002,20
19	Enlucido horizontal	M2	147,20	8,50	1251,20
20	Cerámica en paredes	M2	570,66	21,00	11983,86
Sub total 4					35237,26
Piso					
21	Contrapiso (con malla electrosoldada) e=8 cm	M2	1340,68	10,50	14077,09
22	Cerámica de piso antideslizante	M2	1340,68	19,00	25472,83
Sub total 5					39549,92
Cubierta					


23	Cubierta de estructura metálica	M2	1340,68	19,50	26143,17
Sub total 8					26143,17
Carpintería metal /madera /aluminio					
24	Cielo raso gypsum (item 514f)	M2	475,68	12,00	5708,10
25	Puerta posterior metálica con cerradura	U	6,00	110,00	660,00
26	Protección de hierro con varilla de 1/2 cuadrada	M2	15,04	55,00	827,20
27	Ventanas de aluminio y vidrio 4 mm	M2	180,48	58,00	10467,84
28	Puerta de madera dura 0.90x2.0 m exterior	U	5,00	180,00	900,00
29	Puerta de madera dura 0.80x2.0 m interior	U	24,00	120,00	2880,00
30	Muebles de cocina anaqueles	MI	15,68	77,00	1207,36
31	Closet en dormitorio	MI	24,00	120,00	2880,00
32	Revestimiento mesón de cocina	MI	3,00	25,00	75,00
Sub total 6					25605,50
Recubrimiento					
33	Pintura exterior incluye empastado	M2	540,12	5,00	2700,59
35	Pintura interior incluye empastado	M3	603,48	4,60	2776,02
Sub total 7					5476,61
Instalación de agua potable					
36	Instalación de agua potable de 1/2	Punto	40,00	28,00	1120,00
37	Ducha regulable de 1/20	Global	16,00	25,00	400,00
38	Acometida agua poblé	Global	1,00	5,00	50,00
Sub total 9					1570,00
Aparatos sanitarios					
39	Juego de baño (inodoro, lavamanos, accesorios)	Global	16,00	85,00	1360,00
40	Lavaplatos de dos pozos acero inoxidable (inc. Accesorio)	U	2,00	80,00	160,00
Sub total 10					1520,00
Agua servida					
41	Instalación para agua servida 110 mm	Punto	36,00	33,00	1188,00
42	Instalación para agua servida 50 mm	Punto	18,00	28,00	504,00
43	Rejilla de piso	Punto	16,00	5,50	88,00
Sub total 11					1780,00
Instalaciones eléctricas					
44	Punto de toma corriente 110v	Punto	48,00	22,00	1056,00
45	Punto de luz tipo led	Punto	73,00	21,00	1533,00
46	Punto de toma corriente 220 v	Punto	2,00	28,00	56,00
47	Tablero de breakers 8 a 16	U	15,00	90,00	1350,00
48	Punto de teléfono	Punto	14,00	22,00	308,00
49	Punto de internet	Punto	18,00	22,00	396,00
50	Punto de tv	Punto	18,00	18,00	324,00
51	Acometida eléctrica	MI	40,00	5,20	208,00
52	Puesta a tierra	U	18,00	31,00	558,00
53	Cámaras de seguridad	U	15,00	160,00	2400,00
54	Puntos de alumbrando público	U	8,00	830,00	6640,00

55	Transformador eléctrico	U	1,00	3000,00	3000,00
56	Planta eléctrica	U	1,00	13300,00	13300,00
				Sub total 12	31129,00
				Total	237376,88


Abg. Luis Mendoza Vivas
Propietario Ferreteria "Santa Marianita"
Ci. 1307052389

FERRETERIA "Santa Marianita"
Abg. Jorge Mendoza Vivas
GERENTE
TEL: 2-885-383
CALLE CESAR OCHOA VILLAMAR
CALCETA - MANABI - ECUADOR

ANEXO N°10 A. PROFORMA PRESUPUESTO GENERAL DE EQUIPAMIENTO DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA FORTALEZA"

 FERRETERÍA "SANTA MARIANITA" Dirección: Avenida Las Vegas entre la calle Luis María Pinto, Calceta-Manabí. Gerente propietario: Abg. Luis Mendoza Vivas RUC: 1307052389001 Teléfono: 0999438960 Obra: Complejo Turístico La Fortaleza Ubicación: Matapalo vía Quiroga				
PROFORMA DE EQUIPAMIENTO FÍSICO				
Variables	Producto	Cantd.	Valor Unitario Incluido Iva	Valor total
Mobiliario de alojamiento	Camas de madera 2 plazas y media	4	\$ 130,00	\$ 520,00
	Camas de madera 1 plaza y media	15	\$ 70,00	\$ 1.050,00
	Camas de madera de 2 plazas	2	\$ 90,00	\$ 180,00
	Colchón 2 plazas y media	4	\$ 120,00	\$ 480,00
	Colchón 1 plaza y media	15	\$ 70,00	\$ 1.050,00
	Colchón 2 plazas	2	\$ 90,00	\$ 180,00
	Sofás	12	\$ 60,00	\$ 720,00
	Butacas	24	\$ 30,00	\$ 720,00
	Cortinas 2mt ancho x 250 de alto	12	\$ 90,00	\$ 1.080,00
	Juego de Sabanas de 2 plazas y media	12	\$ 35,00	\$ 420,00
	Juego de Sabanas de 2 plazas	6	\$ 28,00	\$ 168,00
	Juego de Sabanas de 1 plaza y media	45	\$ 17,00	\$ 765,00
	Almohadas	42	\$ 10,00	\$ 420,00
	Cojines	42	\$ 5,00	\$ 210,00
		Subtotal		
Mobiliario de restaurante	Mesas de madera para restaurante	20	\$ 40,00	\$ 800,00
	Manteles	80	\$ 8,00	\$ 640,00
	Sillas de madera para restaurante	80	\$ 25,00	\$ 2.000,00
		Subtotal		
Equipo de cocina	Cocina industrial	1	\$ 350,00	\$ 350,00
	Cilindro de gas	2	\$ 55,00	\$ 110,00
	Batidora	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Licuadaora	1	\$ 65,00	\$ 65,00
	Extractor de jugos	1	\$ 15,00	\$ 15,00
	Horno industrial	1	\$ 240,00	\$ 240,00
	Horno de leña	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Nevera industrial	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
	Congelador	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Ollas	7	\$ 15,00	\$ 105,00
	Calderos	2	\$ 50,00	\$ 100,00
	Plancha de cocina a gas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Cucharas de postre (x12)	5	\$ 2,00	\$ 10,00
	Cucharas grandes (x12)	5	\$ 3,00	\$ 15,00

	Cucharones	5	\$	4,50	\$	22,50
	Tenedores (x12)	5	\$	3,00	\$	15,00
	Cuchillo de mesa (x12)	5	\$	2,50	\$	12,50
	Platos grandes (x12)	5	\$	15,00	\$	75,00
	Platillos (12)	5	\$	9,50	\$	47,50
	Bowls (x12)	5	\$	14,35	\$	71,75
	Soperas (x12)	5	\$	12,50	\$	62,50
	Ensaladeras	6	\$	3,00	\$	18,00
	Vasos de cristal (x12)	5	\$	12,00	\$	60,00
	Tasas	5	\$	14,75	\$	73,75
	Subtotal				\$	3.698,50
Mobiliario de cocina	Pack escritorio y silla giratoria de oficina	1	\$	350,00	\$	350,00
	1 mesa de computadora	1	\$	80,00	\$	80,00
	Subtotal				\$	430,00
Equipo de oficina	Impresora	1	\$	69,75	\$	69,75
	Computadora	2	\$	250,00	\$	500,00
	Caja registradora	1	\$	500,00	\$	500,00
	Subtotal				\$	1.069,75
Implementos deportivos	Tobogán 12mt	1	\$	1.350,00	\$	1.350,00
	Columpio	2	\$	250,00	\$	500,00
	Casa de niños con accesorios Fisher Price	1	\$	850,00	\$	850,00
	Sube y baja	1	\$	250,00	\$	250,00
	Sillas de jardín	6	\$	25,00	\$	150,00
	Mesas de jardín	3	\$	40,00	\$	120,00
	Mesa de pin pong	1	\$	280,00	\$	280,00
	Mesa de billar	1	\$	600,00	\$	600,00
	Mesa de paño de 2,50mt de largo x 1,50mt de ancho	1	\$	180,00	\$	180,00
	Botes de fibra con remos	2	\$	300,00	\$	600,00
	Juego de rodilleras y manillas	4	\$	25,00	\$	100,00
	Casco de protección	6	\$	15,00	\$	90,00
	Tirolesa (poleas, arneses, cable para canoping)	1	\$	9.500,00	\$	9.500,00
	Subtotal				\$	14.570,00
TOTAL			\$	18.948,85	\$	31.171,25

Abg. Luis Mendoza Vivas
 Propietario Ferreteria "Santa Marianita"
 CI. 1307052389

FERRETERIA "Santa Marianita"
 Abg. Jorge Mendoza Vélez
 GERENTE
 TELEF: 2 - 685 - 393
 CALI - CESAR OVIDIO VILLAMAR
 CALCUTA - MANABI - ECUADOR