



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:
PROPUESTA PARA LA REACTIVACIÓN Y PROMOCIÓN
TURÍSTICA EN LA QUINTA FORESTAL “EL BOSQUE” DEL
CANTÓN MILAGRO PARA INCENTIVAR EL TURISMO
RECREACIONAL Y FAMILIAR**

**AUTORA:
Zambrano Franco Joamely Danixa**

**Trabajo de Seminario de Graduación
previo a la Obtención del Título de:
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

**TUTOR:
Ing. Walter Rodríguez, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Joamely Danixa Zambrano Franco**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR

Ing. Walter Rodríguez Aroca, Mgs

REVISORES

Ing. Said Diez Farhat, Mgs

Dra. María Teresa Villamar Ochoa, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs

Guayaquil, a los 31 días del mes de Enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Joamely Danixa Zambrano Franco

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la Reactivación y promoción turística en la Quinta forestal “El Bosque” del Cantón Milagro para incentivar el turismo recreacional y familiar**, previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 días del mes de Enero del año 2014

AUTORA

Joamely Danixa Zambrano Franco



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, Joamely Danixa Zambrano Franco

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la Reactivación y promoción turística en la Quinta forestal “El Bosque” del Cantón Milagro para incentivar el turismo recreacional y familiar**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

AUTORA

Joamely Danixa Zambrano Franco

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la bendición de culminar mi proyecto de graduación. A mis padres por ser el pilar fundamental en mi vida, en especial a mi papi quien me ha apoyado cada segundo de mi carrera, a mi hijo por inspirarme y darme el motivo para seguir adelante. A los catedráticos por sus enseñanzas, y a mi tutor por compartir sus conocimientos para mi formación profesional.

Joamely Danixa Zambrano Franco

DEDICATORIA

Esta Tesis se la dedico a Dios por bendecirme y no desampararme en el transcurso de mi caminar y a mi mami que estuvo siempre a mi lado brindándome su apoyo, amor incondicional, consejos y oraciones. A mi papi, por ser un ejemplo a seguir y por su apoyo de siempre, sin él todos mis sueños y logros no se hubieran realizado, a mi hermano por sus consejos y enseñanzas, a mi babyboy Sam por ser mi principal fuente de inspiración.

Joamely Danixa Zambrano Franco

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN-----	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN -----	3
1.2 Delimitación del problema-----	4
1.3 Formulación del problema -----	5
1.4 Objetivo General -----	5
1.5 Objetivos Específicos -----	5
1.6 JUSTIFICACIÓN -----	5
CAPÍTULO II	
MARCO REFERENCIAL	
2.1 Antecedentes -----	7
2.2 Antecedentes referenciales-----	8
2.3 Marco teórico -----	10
2.4 Marco conceptual-----	24
2.5 Marco legal-----	28
2.6 HIPÓTESIS Y VARIABLES -----	32
2.6.1 Hipótesis General -----	32
2.7 Variables-----	38

2.8 Operacionalización de las variables -----	33
---	----

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Alcance de la investigación -----	34
3.2 Tamaño de la muestra -----	35
3.3 Métodos aplicados a la investigación -----	37
3.4 Técnica de recogida de datos -----	38
3.5 El procesamiento estadístico de la información -----	38

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis De La Situación Actual -----	39
4.2 Análisis de los resultados -----	40
4.3 Análisis Global De Los Resultados Obtenidos -----	49

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA -----	51
5.2 JUSTIFICACIÓN -----	51
5.3 OBJETIVOS -----	52
5.3.1 Objetivo general de la propuesta -----	52
5.3.2 Objetivos específicos de la propuesta -----	52

5.4 Ubicación	52
5.5 Filosofía Corporativa	53
5.6 Actividades	55
5.7 Análisis de mercado	57
5.8 Segmentación del mercado	61
5.9 Marketing Mix	62
5.10 Análisis Financiero	69
5.11 Estudio de Factibilidad	75
5.12 Análisis de impactos	78
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	81
ANEXOS	83

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1

Operacionalización de las variables independientes y dependientes -----33

CUADRO 2

Enfoque en la población del cantón Milagro-----36

CUADRO 3

Identificación del género-----40

CUADRO 4

Cantidad de personas que integran una familia-----41

CUADRO 5

Costo aproximado que realiza una familia -----42

CUADRO 6

Sitios que la familia prefiere visitar -----43

CUADRO 7

Aspecto al escoger un centro de distracción -----44

CUADRO 8

Conocen la Quinta Forestal El Bosque -----45

CUADRO 9

Frecuencia que visitan las familias a los lugares de recreación -----46

CUADRO 10	
Juegos tradicionales que prefiere su familia -----	47
CUADRO 11	
Otras actividades que desea realizar en familia. -----	48
CUADRO 12	
Matriz FO-FA-DO-DA-----	56
CUADRO 13	
Barreras de Entrada-----	58
CUADRO 14	
Servicios Sustitutos-----	58
CUADRO 15	
Determinantes de la rivalidad -----	59
CUADRO 16	
Poder de los compradores -----	59
CUADRO 17	
Negociación con los proveedores.-----	60
CUADRO 18	
Análisis del sector comercial-----	60

CUADRO 19	
Precios-----	63
CUADRO 20	
Ingresos de años anteriores. -----	69
CUADRO 21	
Activo fijos -----	70
CUADRO 22	
Depreciación-----	70
CUADRO 23	
Gastos administrativos -----	71
CUADRO 24	
Costo directo-----	72
CUADRO 25	
Ingresos-----	72
CUADRO 26	
Inversión del proyecto-----	72
CUADRO 27	
Estado de perdida y ganancia -----	73
CUADRO 28	
Flujo de caja -----	73
CUADRO 29	
Balance general -----	74

CUADRO 30
Indices financieros -----75

CUADRO 31
Escenarios financieros-----76

CUADRO 32
Análisis de rentabilidad del proyecto -----76

CUADRO 33
Ratios financieros -----76

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO 1

Universo de la población de la provincia del Guayas -----35

GRÁFICO 2

Identificación del género-----40

GRÁFICO 3

Cantidad de personas que integran una familia. -----41

GRÁFICO 4

Costo aproximado que realiza una familia. -----42

GRÁFICO 5

Sitios que la familia prefiere visitar -----43

GRÁFICO 6

Aspecto al escoger un centro de distracción -----44

GRÁFICO 7

Conocen la Quinta Forestal El Bosque -----45

GRÁFICO 8

Frecuencia que visitan las familias a los lugares de recreación -----46

GRÁFICO 9

Juegos tradicionales que prefiere su familia.-----47

GRÁFICO 10

Otras actividades que desea realizar en familia.-----48

GRÁFICO 11

Frecuencia que visitan las familias a los lugares de recreación -----52

GRÁFICO 12

Cantidad de personas que integran una familia. -----47

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA 1

Demanda turística-----27

FIGURA 2

Carretera principal -----53

FIGURA 3

Ubicación aérea -----53

FIGURA 4

Modelo de la 5 fuerzas competitivas de Porter -----57

FIGURA 5

Logotipo de la Quinta Forestal El Bosque.-----62

FIGURA 6

Volante Quinta Forestal El Bosque -----64

FIGURA 7

Afiches Quinta Forestal El Bosque-----65

FIGURA 8

Díptico Posterior Quinta Forestal El Bosque -----66

FIGURA 9

Díptico Inferior Quinta Forestal El Bosque -----67

FIGURA 10

Tarjeta De Presentación Quinta Forestal El Bosque -----68

RESUMEN

Milagro es un sector que está en pleno desarrollo turístico, ámbito que no ha sido muy explotado, existen pocos lugares de esparcimiento, dando de esta manera escasas alternativas para la sana diversión, con el objeto de contribuir al sistema turístico, por ello se ha realizado un estudio investigativo que comienza con el detalle de la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables.

En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se aplicó una encuesta a los milagreños, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, donde se pudo conocer que La Quinta Forestal El Bosque mantiene una baja participación en el mercado, debido a diferentes factores, tales como; falta de señalización y promoción turística, motivo por el cual se propuso incentivar el turismo recreacional y familiar. Por ello se ha efectuado un plan publicitario donde se dé a conocer los servicios e instalaciones con los que cuenta la Quinta.

Palabras Clave: Turismo Promoción Desarrollo Incentivar Plan Actividad

ABSTRACT

Milagro is a sector that is in the tourist development area that has not been exploited at present is for this reason that there are few places for recreation, thus giving little alternative for healthy fun , with the aim of contributing to tourism system of this land , for it has done a research study that begins with the details of the issues raised , objectives, definition , formulation and justification , has also made a short historical review of this business and the market also all the information necessary for a better understanding of the research work likewise their respective hypotheses which responds to the formulation of the problem and will be variables .

In the methodological framework the universe is determined , a portion of the population for the calculation of the sample where a survey was conducted to milagreños once obtained data to the tool we proceeded to make the interpretation of the results is mean the collection, tabulation and analysis of the research instrument , where it was learned that La Quinta Forestal maintains a low market share , due to various factors such as , lack of signage and tourism promotion, why was proposed what this reactivation and tourism promotion in Quinta Forestal El Bosque to encourage recreational and family holidays . Therefore it has been made an advertising plan which is given to know the services and facilities. In order to enable people to have a different time.

Keywords: Tourism Promotion Activity Encourage Development Plan.

INTRODUCCIÓN

Milagro, es una ciudad dentro de la provincia del Guayas, con grandes recursos naturales, y atractivos turísticos. Durante el transcurso de los últimos años, Milagro ha progresado altamente, debido al desarrollo de los ciudadanos, y sus instituciones, convirtiendo a esta tierra privilegiada de siempre en un núcleo de riqueza, cultura y de trabajo por excelencia, hoy en día su proximidad a Guayaquil, le ha dado muchas ventajas, ya que mantiene una activa relación comercial, laboral y cultural que le ha permitido desarrollarse como una urbe moderna.

El cantón Milagro se encuentra ubicado en la parte Suroeste de la provincia del Guayas en la cuenca baja del río Guayas aproximadamente a 46 km de la ciudad de Guayaquil. Geográficamente está ubicado entre las coordenadas 2° 10' y 2° 0' de Latitud Sur y entre los 79° 45' y 79° 30' de Longitud Oeste.

El cantón Milagro posee algunos atractivos turísticos que, dentro de sus limitaciones, lo disfrutan más los milagreños, que turistas de otras regiones, ya que carece de una verdadera infraestructura o base que le permita promocionarse realmente, como sí lo hacen otras poblaciones de la región y del país.

El cantón posee una extensión de 409.72 km² (40972.60 ha.) aproximadamente y limita al Norte con los cantones Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan), Yaguachi y Simón Bolívar. Al Sur con los cantones Yaguachi y Naranjito. Al Este con los cantones Simón Bolívar y Naranjito y al Oeste con el cantón Yaguachi.

El poco fomento del turismo en Milagro por parte de las autoridades competentes del cantón se ha dado por la centralización en el desarrollo de otras actividades de carácter empresarial así como la escasa información sobre los beneficios que genera la actividad el desarrollo social, económico y cultural, dándose así una pobre representación turística ante el desarrollo del Ecuador y el desaprovechamiento de la oportunidad para dar a conocer que en Milagro hay centro turísticos.

La Quinta Forestal El Bosque, se encuentra ubicada en la Vía Naranjito, Reconociendo las riquezas y atractivos naturales que existen en la zona y, para aprovechar los recursos y actividades desarrolladas dentro de la Finca, se elabora la presente propuesta de reactivación y promoción turística de la quinta, así podremos lograr incentivar el turismo recreativo y familiar dentro de la ciudad.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El turismo es una de las herramientas más importantes para el desarrollo económico de las ciudades, debido a esto la actividad turística ha tenido un despunte en la generación de nuevos proyectos encaminados a satisfacer la demanda cada vez más exigente de este sector.

El Cantón Milagro cuenta con variedades de centros recreacionales, pero en ellos no existe ese contacto con la naturaleza que a muchos les atrae para pasar un momento de sano esparcimiento.

El sistema turístico del cantón Milagro no satisface las expectativas y preferencias de los ciudadanos motivo por el cual los habitantes emigran a otras ciudades en busca de actividades turísticas. Este sector es poseedor de grandes extensiones de tierras, además de contar con paisajes que enaltecen la figura de Milagro, sin embargo existe una baja actividad turística que hace que este no sea muy conocido, a pesar de existir una amplia actividad comercial, sin embargo se podría mejorar.

Las preferencias de los ciudadanos por lugares turísticos como centros comerciales, campos o haciendas, balnearios, parques de diversión ha incrementado debido a que en ellos se puede disfrutar de un sano esparcimiento junto a la familia, amigos u otros, sin embargo, la poca difusión de estos sitios ha originado que las personas se dirijan a otras partes fuera de esta ciudad.

Debido a lo anterior este estudio se ha enfocado en La Quinta Forestal El Bosque, centro turístico que es poco conocido ya que no consta con la señalización necesaria y de promoción turística para ser un atractivo elegido por el mercado de visitantes.

El sector donde se encuentra ubicado, es destinado a la siembra y venta de plantas, más conocido como la ruta de los viveros, lo que constituye un factor relevante para llegar al “Bosque”, sin embargo, la escasa señalización ha hecho que los turistas o visitantes se les dificulte el acceso a este centro de diversión, a esto se suma la débil propuesta publicitaria que emplea para darse a conocer en este mercado y de sectores aledaños.

El propósito de este proyecto está determinado en promocionar turísticamente La Quinta Forestal El Bosque como un lugar de esparcimiento sano, con equilibrio ecológico, ligado al fortalecimiento de espacios verdes en beneficio de los ciudadanos de Milagro y sus áreas de influencia.

Con su reactivación se aportará al desarrollo de la ciudad, a la distensión de áreas verdes requerida, y la ampliación de las opciones de atractivos turísticos, fomentando el turismo interno donde los ciudadanos contemplen una vegetación variada la cual ofrezca un panorama natural y de descanso.

1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Parroquia: Milagro

Sector: Turístico.

Tiempo: La información científica donde se fundamenta el marco teórico en la que nos basaremos para realizar el estudio no es mayor a 5 años (2009-2013).

Universo: Está orientada a la población de la Ciudad de Milagro que cuenta con 166634 habitantes, la investigación estará dirigida ciudadanía de Milagro (INEC, 2013).

1.3 Formulación del problema

¿De qué manera incide la promoción turística de la Quinta Forestal El Bosque en el desarrollo del turismo recreativo y familiar dentro de la Ciudad de Milagro?

1.4 Objetivo general

- Promocionar turísticamente la Quinta Forestal El Bosque como un lugar de esparcimiento sano, con equilibrio ecológico, ligado al fortalecimiento de espacios verdes en beneficio de los ciudadanos de Milagro y sus áreas de influencia.

1.5 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación turística de la Quinta Forestal El Bosque con la finalidad de fortalecer el desarrollo del sector.
- Realizar un estudio de mercado para determinar los medios más factibles para reactivar turísticamente la Quinta Forestal El Bosque.
- Conocer sobre los establecimientos turísticos del cantón Milagro.

1.6 Justificación

El turismo al pasar de los años ha constituido una de las bases más importantes para el desarrollo dentro de la economía de un determinado sector, sin embargo la insuficiente información de la oferta turística, ha ocasionado que no exista el debido conocimiento de la población acerca de los lugares potencialmente turísticos que pueden visitar, sin necesidad de trasladarse hasta lugares alejados a su residencia.

El estudio de la problemática se basará en investigaciones referentes al tema y su importancia y desarrollo para aplicarlo en pro de este trabajo, el cual tiene como objetivo principal impulsar el desarrollo turístico en la Quinta Forestal El Bosque; para lo cual, se realizará un estudio de mercado en lo concerniente a esta actividad con el propósito de dar a conocer a la ciudadanía milagreña y turistas las zonas de entretenimiento y esparcimiento que ofrece este centro de diversión y así potencializar la actividad turística de este cantón, a través de una encuesta la cual contendrá un cuestionario con preguntas claves que orienten a respuestas que servirían de aporte al buen desempeño de este proyecto, cabe mencionar que este instrumento investigativo será dirigido a la ciudadanos de Milagro, pues ellos serían los mayores partícipes de este servicio turístico.

Las extensiones del lugar son ampliamente recobradas de naturaleza, donde se podrá incentivar a las familias y estudiantes de escuelas colegios y universidades a fomentar el turismo recreacional.

La propuesta está enmarcada en promocionar de manera turística la Quinta Forestal El Bosque, dando a conocer las actividades al aire libre que se pueden realizar, la apreciación de la naturaleza, la importancia del cuidado y respeto al medio ambiente, esto llevaría a lograr un mayor desarrollo económico en la zona, esperando convertirse en el principal atractivo turístico dentro del Cantón Milagro.

La idea es agradable e innovadora y lo más relevante es que cuenta con una amplia perspectiva de viabilidad debido a las pocas alternativas turísticas que ofrece este sector, logrando satisfacer las necesidades de este mercado en relación con el aspecto turístico.

Llevar a cabo este proyecto es muy importante para los dueños de la Quinta tanto a nivel económico como social, pues lo que se busca es el aprovechamiento de los atractivos turísticos naturales, que adecuados con la infraestructura apropiada, incrementa el desarrollo socio-económico y turístico del Cantón.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

Nuestro país Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, presentan una gran riqueza.

Las zonas ecuatorianas se caracterizan por la producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera en la región amazónica, en cuanto a la región sierra, se tiene una producción agrícola, ganadera y florícola.

Desde el año 2009, el turismo ocupa el cuarto lugar de divisas del Ecuador. Durante el período 2010 al 2011 se ha producido un incremento del turismo receptor del 14%. Los turistas vienen de Estados Unidos, Europa y América Latina. (SOLWAYS, Tours, 2013)

La Quinta Forestal El Bosque fue construida en el año 1963, se encuentra en el Cantón Milagro, vía Naranjito, en un sector de alto potencial turístico debido a la ruta de los viveros.

Hace 25 años aproximadamente la familia Barros se trazó como objetivo realizar un complejo turístico, pero al necesitarse de mucho dinero en cuanto a infraestructura, se decidió realizar un atractivo turístico, donde no exista mucha inversión y se pueda utilizar los recursos naturales que poseen

La Quinta Forestal El Bosque, consiste en 5 hectáreas de terreno, esta empezó como una herencia, donde se sembraba cacao, pero al existir el amor por la naturaleza se decidió empezar como un programa de Reforestación, empezaron a sembrar árboles de todo tipo como Fernán Sánchez, Pechiche, Caoba, Teca, y demás, después de unos años

tenían una gran cantidad de árboles sembrados que simulaba un bosque de allí su nombre.

Con el pasar del tiempo, se decidió incrementar infraestructura turística, como piscinas, pequeñas cascadas, juegos recreacionales, con el fin de recibir visitas de familias y estudiantes, para de esta manera lograr su pequeña meta de convertir al Bosque en un atractivo turístico dentro del Cantón Milagro.

2.2 Antecedentes referenciales

Proyectos anteriores que han aplicado este plan de promoción turística, como por ejemplo el Complejo Turístico Rey Park, ubicado en el Cantón Babahoyo, incremento las visitas turísticas dentro del mismo e hizo que la actividad económica crezca beneficiando a los residentes de la zona.

El marketing turístico es esencialmente un marketing internacional definido como la realización de las actividades de negocios que dirigen el flujo de bienes y servicios de una compañía o de un destino hacia sus consumidores o usuarios en más de una nación para obtener un beneficio (PHILIP, 2008, pp. 36)

De acuerdo con el Plan de Tur 2020 la preferencia de actividades turísticas nacionales es de diversión en un 45.6%, y visitas a naturalezas y áreas protegidas en un 26.1%, esto determina que los turistas nacionales, prefieren visitar atractivos turísticos, donde prevalezcan actividades de entretenimiento, y naturaleza.

El sistema turístico del país está teniendo cambios trascendentales en la actualidad, donde el Ministerio el Turismo es el máximo impulsor de esta actividad que trae al país turistas de todas partes del país, para ello es importante que se cree una cultura turística, con el fin de potencializar los atractivos turísticos.

De acuerdo a estudios realizados por el Ministerio de Turismo los empleos directos registrados en la industria turística se incrementaron en el 34,75% durante el

período 2007- 2011, las investigaciones han denotado el incremento de lugares turísticos, genera fuentes de trabajo, y es un pilar de la economía del país.

En estudios realizados por el Ministerio de Turismo, el 63% de los turistas no residentes manifiesta que su motivo de viaje hacia nuestro país se debió a vacaciones, recreo y ocio, el 19% visitó a familiares y amigos y el 6% permaneció por motivos de negocios, dando a conocer que el motivo principal de turismo es la atracción hacia actividades recreacionales, y de descanso, mientras que la visita a familiares y amigos es el principal motivo de desplazamiento de los turistas internos, seguido de las vacaciones, recreo y ocio, cuyos registros alcanzan el 46,31% y 33,14% en su orden.

El sano esparcimiento es uno de los motivos por lo cual los turistas extranjeros visitan constantemente el país, razón por la cual se hace necesario que los sectores turísticos se ajusten a las necesidades, expectativas y exigencias de los visitantes, de esta manera proyectar una buena imagen, dando como resultado la creación de nuevas divisas de trabajo y mejorando la economía del país.

De acuerdo con el PIMTE 2014 en el 2008, los ingresos de divisas por turismo alcanzaron la cifra de 766,4 millones de dólares frente a 626,20 millones de dólares en el 2007. La tasa de crecimiento en el periodo 2007-2008 fue de 22,4%, por lo tanto el turismo año a año ha ayudado al incremento del desarrollo económico del país.

La evolución de los distintos elementos relacionados directa e indirectamente con el turismo nos muestra que si bien es necesario tener algunas condiciones mínimas para transformarse en un destino turístico, el desarrollo de esta industria tiene mucho de estrategia y también de inversión por parte de actores públicos y privados. El visitar lugares turísticos parte de la existencia de un lugar atractivo y de la voluntad de desplazamiento de los turistas. (CORREA, 2010, pp 57)

2.3 Marco Teórico

Turismo

El turismo es una actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos.

De acuerdo la OMT (Organización Mundial del Turismo) el turismo comprende a las actividades que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (CABARCOS, 2011)

El Ministerio de turismo, en la actualidad (2013) el turismo contribuye al desarrollo de los destinos y al fomento de las empresas turísticas y afines, dando lugar a un círculo virtuoso y de prosperidad, y a la elevación de los ingresos de toda la población en general.

El turismo tiene como finalidad satisfacer una ilusión, lo que implica que su valor sea intangible y que dicho valor lo evalúe el cliente. Por ello la importancia de explotar esta actividad, tanto con lugares atractivos como la atención a los turistas, a tal punto de generar lealtad, es decir que visiten constantemente nuestro país.

Actividad Turística

De acuerdo a Beni (2010), la actividad turística es identificar y establecer condiciones del viaje y sus componentes, es decir, el origen del viaje, los medios de transporte usados, la naturaleza del viaje, el tiempo de permanencia en ese lugar, motivaciones, necesidades y preferencias o el grado de participación en actividades turísticas recreativas, la estructura de gastos y la estratificación económica y social del consumidor. (BENI, 2010)

Todo turista que desconoce de un lugar turístico, siente la necesidad de saber la dirección exacta donde se encuentra ubicado el sector, cuales son los beneficios que ofrece, el servicio, costo entre otros factores, esto se lo llama el marketing turístico, es decir brindarle la información adecuada para atraer la atención de los visitantes.

Se conoce como actividad turística a diseñar y ofertar el recurso ante un mercado potencial, y así se obtiene utilidades de tipo económicos que le permitan retroalimentarse y desarrollar la propia actividad. (FERNANDEZ, 2010)

Promoción turística

Según Kotler (1999), la promoción turística se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición.

Para lograr que el sistema turístico mantenga un crecimiento constante es necesario emplear la comunicación, sea está por radio, televisión, escrita entre otros, con el fin de llegar de forma eficaz al turista, quien busca un sano esparcimiento, relax o entretenimiento. Tarea que debe ser bien difundida para mantenerse en este mercado competitivo.

Blanco comenta que la promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejora de las operaciones de la industria. (BLANCO, 1990)

Haciendo hincapié a la cita, se concluye que para lograr que el sistema turístico del país mejore es necesario que se trabaje en conjunto, bajo un lineamiento que denote progreso y desarrollo en la actividad turística, de esta forma explotar el turismo, y a su vez crear nuevas fuentes de empleo.

La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. (PRITCHARD, 1999)

Es importante difundir determinada información, desarrollar ciertas actitudes y promover acciones que beneficien a la comunidad receptora, así como de quienes hacen del turismo su fuente e ingreso.

Desarrollo Local

Las regiones turísticas donde la prevalencia en el rediseño de lugares y localidades se realiza mediante la participación de grandes empresas transnacionales, ante las cuales es necesario llevar a cabo iniciativas locales considerando a las personas en su totalidad, a fin de utilizar los recursos de cierto territorio (naturales, culturales, económicos, políticos y sociales) de manera más productiva y eficiente.

Desde la perspectiva teórica del desarrollo local, la población debe obtener los beneficios del uso de los recursos disponibles en su territorio, situación muy difícil de cumplir en el modelo masivo del turismo donde el desplazamiento y la exclusión resultan característicos de la conformación de los grupos sociales. (CEBALLOS, 2010, pp.63)

La característica principal del desarrollo local es que éste es impulsado desde la base social, donde la comunidad es la protagonista de su propio progreso.

El desarrollo local se articula de manera progresiva como una respuesta a la situación de desprotección a los espacios locales, bajo el régimen de un modelo de desarrollo globalizador.

Según Malé desde el punto de vista económico el desarrollo local se caracteriza por ser un proceso que tiene como objetivos principales valorizar los recursos humanos, físicos y materiales, dinamizar a los actores locales, movilizar y coordinar a dichos agentes alrededor de una estrategia de desarrollo consensuada. (MALE, 2010)

Los actores locales, tiene importantes funciones en determinado territorio para llevar a cabo las estrategias que les permita conducir los procesos de transformación que la sociedad requiere. Por esto resulta imprescindible su involucramiento en la identificación de sus propias necesidades y dificultades, en la toma de decisiones y en ejecución de acciones.

Turismo del cantón Milagro

Con el propósito de socializar la importancia del sistema ferroviario para el Ecuador, fortalecer y potenciar las actividades y la oferta turística, patrimonial y cultural de cada población involucrada con la rehabilitación y paso del tren, se desarrolló en las ciudades de: Guayaquil, Quito, Riobamba e Ibarra, un Taller sobre "Trenes Turísticos", dictados por el experto en turismo, Enrique Díaz, de Argentina. (FERNANDEZ, 2010)

El tren es un atractivo turístico que goza de mucha preferencia por los turistas, en este país existen algunos lugares por donde cruza esta maquinaria, tal es el caso del cantón Milagro, sector que cuenta con estaciones ferroviarias en donde las personas pueden hacer uso del tren, de esta forma los turistas pueden conocer parte de este sector, como la Quinta Forestal el bosque, centro turístico que se encuentra cerca de la línea férrea, por lo tanto puede ser observada por los turistas.

Estas acciones conjuntas entre el Ministerio de Turismo y la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador buscan revalorizar y desarrollar la ruta integral del "Tren de la Mitad del Mundo", y convertirla en el producto diferenciador de la oferta turística actual, con capacidad de atraer demanda de los mercados internos y externos.

Técnicos del Ministerio de Turismo han iniciado el plan con talleres de identificación de acciones y proyectos que se están generando para el progreso de las oportunidades turísticas de los alrededores de la ruta del tren, para posteriormente diseñar un Plan Integral de Desarrollo Turístico en torno al ferrocarril, que incluirá facilidades turísticas, puntos de información y mejoramiento de senderos comunitarios.

El proyecto asesora a la comunidad para la generación de micro-empresarios turísticos, con el apoyo a la creación de empresas turísticas de hospedaje, alimentación, paseos, etc., poniendo en valor los potenciales atractivos naturales y culturales de la zona.

Ese plan va de la mano de un manejo sostenible del turismo, privilegiando el cuidado de nuestros recursos naturales, con el desarrollo paralelo de proyectos que nos permitan mejorar la calidad del gasto de los visitantes e incrementar sus días promedio de estadía, fueron las palabras de inauguración de la Ministra.

El turismo en Milagro empezó a darse con la llegada del tren, donde vagones repletos de turistas nacionales y extranjeros en menor proporción se aventuraban a recorrer los rincones del Ecuador por distintos motivos, principalmente el comercial. Con el pasar del tiempo Milagro fue evolucionando como ciudad turística gracias a la actividad comercial que en ella se generaba a diario y en donde una gran parte de la población comercial proviene de otros sectores del país.

Debido a este desarrollo se decidió elaborar un diagnóstico del sistema turístico del cantón Milagro con el fin de determinar estrategias que ayuden a su desarrollo turístico.

El cantón Milagro se encuentra ubicado en la parte Suroeste de la provincia del Guayas en la cuenca baja del río Guayas aproximadamente a 46 km de la ciudad de Guayaquil.

Geográficamente está ubicado entre las coordenadas 2°10' y 2°0' de Latitud Sur y entre los 79°45' y 79°30' de Longitud Oeste.

El cantón posee una extensión de 409.72 km² aproximadamente y limita al Norte con los cantones Alfredo Baquerizo Moreno, Yaguachi y Simón Bolívar. Al Sur con los

cantones Yaguachi y Naranjito. Al Este con los cantones Simón Bolívar y Naranjito y al Oeste con el cantón Yaguachi. (GUTIERREZ, 2010)

El relieve del cantón está constituido por terrenos bajos y planos. Sus alturas oscilan entre los 7 y 25 metros. La red hidrográfica del cantón está formada principalmente por los ríos Milagro y Chimbo afluentes del río Babahoyo.

El cantón posee un clima húmedo tropical con un promedio anual de temperatura de 25° C.

Aspectos Económicos

El progreso que ha tenido el cantón, lo ha llevado a ser considerado como el segundo cantón de mayor desarrollo dentro de la provincia del Guayas, con una población económicamente activa del 42.9% y con una tasa de analfabetismo mínimo. (CERVANTES, 2010)

Entre las principales actividades que tienen la población económicamente activa del cantón están: la agricultura y el comercio. La actividad agrícola del cantón está basada principalmente en la producción de piña y caña de azúcar seguido de la producción de arroz, banano, café, cacao, plátano y toda clase de frutas tropicales. En cuanto al comercio su actividad se centra en la cabecera cantonal donde una gran parte de la población se dedica a la venta de productos primarios y ya elaborados.

Situación Milagro

Planta Turística

En el último catastro realizado por el Departamento de Turismo de Milagro en el año 2008, el cantón cuenta con tan solo 19 establecimientos registrados en la Subsecretaría de Turismo del Litoral y con 169 establecimientos no registrados.

Milagro cuenta con una capacidad de alojamiento para 422 plazas Turística aproximadamente, distribuidas en 20 establecimientos ubicados en el centro urbano de la cabecera cantonal y en la periferia del cantón.

Los establecimientos no registrados no tienen una categoría que certifique su calidad y nivel de servicio, pero así mismo tampoco están obligados a seguir normas de atención y servicio al cliente, lo que provoca que muchas veces el servicio de alojamiento sea usado para otros fines que no sean el de alojamiento y de descanso del turista que llega a Milagro.

En lo que se refiere al servicio de alimentación el cantón Milagro cuenta con una gran cantidad de establecimientos de alimentación que ofrecen una amplia gama de alimentos y bebidas al turista, como son comidas típicas de la zona, comidas rápidas, comidas vegetarianas, comidas internacionales y bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas.

Para la distracción del turista existen varios lugares de esparcimiento como son las discotecas y bares que se encuentran ubicados en la zona conocida también como Zona Rosa.

Infraestructura

Actualmente las principales vías de acceso al cantón se encuentran en buenas condiciones debido al mantenimiento que han recibido de parte del Consejo Provincial del Guayas cuentan con servicios de camino como son: grúas, ambulancias, paraderos de emergencia, teléfonos de emergencia, para atender en caso de fallos en el vehículo o accidentes. Así mismo cuentan con servicios para el turista como son estaciones de servicio donde el viajero puede comer o ir al baño.

Dada la ubicación del cantón, las vías sirven de acceso no solo para buses de transporte intercantonal sino también interprovincial. Llegan buses de diferentes

ciudades del país e incluso hasta buses que hacen recorridos fuera del país. Sin embargo, muchas de las personas que ofrecen este servicio no tienen un conocimiento de servicio y atención al cliente por lo que en muchas ocasiones, tanto los habitantes como los visitantes que hacen uso de estos servicios para transportarse, son tratados de forma descortés.

En lo referente a comunicaciones, el cantón cuenta con una sucursal de la empresa telefónica estatal, la cual está ubicada en la cabecera cantonal desde donde brinda el servicio telefónico a todos los habitantes del cantón que soliciten el servicio.

En cuanto a la atención de la salud, los habitantes acuden a la cabecera cantonal donde están ubicados dos hospitales públicos: El hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y el Hospital León Becerra de Milagro. Además de esto el cantón Milagro cuenta con el servicio interconectado de energía eléctrica, servicio que es brindado por la Empresa Eléctrica del Estado.

Atractivos Turísticos

El Ministerio de Turismo a través de la Sub-secretaría de Turismo del Litoral en el año 2009 determinó e inventarió 7 atractivos turísticos en el cantón Milagro que, siguiendo la metodología de inventario que dicta la ley de turismo, cumplían con todos los requisitos para ser considerados atractivos turísticos. (HERNANDEZ, 2011)

El cantón cuenta con 4 atractivos culturales y 3 atractivos naturales, donde cada uno posee características intrínsecas y extrínsecas que les dan valores únicos y diferentes. Estos atractivos son: Río Milagro, Río Venecia Central, Balneario las Cataratas, Parque Norte de Milagro, Parque Central Rafael Cervantes, Museo Julio Viteri Gamboa y Fiestas de cantonización de Milagro.

Demanda

Demanda Real.

Considerándose una confianza del 93% y un error del 7% y una prevalencia de 0.5, se obtuvo un tamaño de muestra de 166 cuestionarios para determinar el perfil del visitante que llega Milagro.

Además de esta encuesta se entrevistó a los administradores de los establecimientos de alojamiento. Con ambos resultados se pudo determinar el siguiente perfil del visitante:

El visitante que llega al cantón Milagro es en su mayoría de sexo masculino con una edad que va entre los 31 y 40 años de edad y un nivel de educación de secundaria. Se dedica a actividades de comercio y proviene de ciudades aledañas. Es un visitante que ya ha estado en Milagro antes por motivos comerciales. Estos viajes los realiza la mayor parte del tiempo solo.

Demanda Potencial. La ciudad de Guayaquil es un mercado potencial para el cantón Milagro por lo que lo se considera como el mercado objetivo potencial de Milagro y hacia el cual van a dirigidas las estrategias de promoción para así motivar a los habitantes de la ciudad de Guayaquil a que visiten el cantón Milagro.

Con el fin de determinar el interés y el conocimiento que tiene los habitantes de Guayaquil sobre Milagro se realizó una encuesta a una muestra de 160 personas, donde se estableció un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 93%. Los resultados de las encuestas indicaron claramente que el mercado objetivo, al cual el Departamento de Turismo del cantón desea atraer, conoce de la existencia del cantón y sabe de su ubicación gracias a medios como las noticias y comentarios de familiares. Así mismo un gran porcentaje de este mercado asocia a Milagro con la frase “la tierra de las piñas” lo que ha creado ya un posicionamiento del cantón en la mente del posible visitante. Por

otro lado este mercado potencial en alguna ocasión ya ha visitado el cantón sea por motivos comerciales, familiares o solo de paseo y a pesar de haber realizado dicha visita años atrás está interesado en volver a visitarlo mientras que aquellos que nunca han visitado el cantón antes muestran también un interés en conocerlo y visitarlo.

Comunidad

En la cabecera cantonal, la comunidad receptora involucrada directamente en la actividad turística está conformada por todos aquellos administradores y empleados que laboran en los diferentes hoteles, restaurantes, lugares de esparcimiento y otros servicios como agencias de viajes, que brindan sus servicios a los visitantes que llegan al cantón. Aun cuando no cuentan con capacitaciones o algún estudio en turismo, su atención al cliente es de manera educada y servicial, atendiendo de buena manera a los clientes que hacen uso de los servicios del establecimiento.

En las zonas rurales los habitantes se han dedicado a la actividad turística gracias a la ayuda del Municipio con lo cual la comunidad obtiene beneficios económicos y mejoras en su calidad de vida.

Superestructura

La institución que regula, controla y apoya el desarrollo de las actividades turísticas del cantón, es la Ilustre Municipalidad de San Francisco de Milagro.

“Este municipio se descentralizó en el año 2006; desde esa fecha comenzó a tomar responsabilidad sobre sus nuevas funciones para lo cual en el elaboró un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable del cantón Milagro. Entre los objetivos de este plan está la creación del departamento municipal de turismo, el inventario cantonal de atractivos turísticos, urbanos y rurales, la definición de objetivos y metas, incluyendo el análisis FODA, y una campaña comunicacional.” (GUTIERREZ, 2010)

La Planificación del Turismo

De acuerdo con (Pinos, 2013) si es que se desea potenciar un destino turístico, es necesario saber que la planificación es su columna vertebral. El ordenamiento territorial optimiza el uso de los recursos y el desarrollo adecuado del producto turístico como tal. (PINOS, 2010)

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones, resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor a quien llamamos turistas.

Marketing turístico

Para obtener un concepto claro de marketing turístico, debemos realizar una distinción entre la venta y el marketing, la venta se preocupa de la necesidad del vendedor de traducir su producto en efectivo, y el marketing es la idea de satisfacer deseos del cliente, con la ayuda de su producto y de todo lo que está asociado con su creación, su distribución y finalmente su consumo.

El marketing se identificó como una actividad comercial, como el objetivo de la actividad de las empresas, como un proceso económico, como un proceso de cambio y de transformaciones de la propiedad de los productos, como un proceso de ajustamiento de la demanda a la oferta, y como muchas cosas más.

El Turismo Alternativa y Desarrollo

El turismo se ha convertido en uno de los principales sectores socioeconómicos del mundo y de las primeras partidas del comercio internacional.

Según (Cabarcos, 2011) esta fue la primera actividad del comercio mundial en el año 1999, por encima del sector del automóvil, que durante muchos años ostento este primer puesto. (CABARCOS, 2011)

Tanto el turismo internacional e interno están en fase de rápida expansión en los países en desarrollo a medida que van creando sus sectores turísticos y va ganando en prosperidad, el turismo incluye tanto los viajeros de negocios como los que viajan por otras razones.

Según la OMT el turismo es un importante motor del desarrollo económico y social por su capacidad de incorporar a otros sectores económicos, por el uso intensivo de mano de obra, por involucrar a un número muy importante de micro, pequeñas y medianas empresas que ofrecen oportunidades de inclusión social.(OMT, 2011)

Una tendencia básica es que son cada vez más los turistas que desean participar en actividades de diversión y entretenimiento, de conocer el entorno natural del lugar que visitan, el turismo especializado y de aventura están creciendo rápidamente, al igual que otros tipos de turismo especial como el turismo cultural, de naturaleza, de salud y religioso, muchos turistas buscan nuevos puntos de destino y nuevos productos turísticos. Crece el número de turistas ambientalmente sensibles que desean visitar destinos bien planificados donde no se creen problemas ambientales o sociales.

La contribución del turismo a la actividad económica mundial se estima en cerca del 5%. Su contribución al empleo suele ser ligeramente superior en términos relativos y se estima entre el 6% y el 7% del número total de empleos en todo el mundo (directos e indirectos).

Una teoría dinámica del sistema turístico

La actividad económica tiene múltiples componentes, razón por la cual muchos de los trabajos realizados en este ámbito son estudios parciales que revelan propuestas fragmentadas. Hacen falta estudios multidisciplinarios y existe actualmente una fuerte motivación para la realización de trabajos de este tipo que prueben las implicaciones

globales de los conocimientos parciales disponibles, desde la experiencia y de la literatura existentes.

Las investigaciones que proponen un marco integrado para el estudio dinámico del sistema turístico son, todavía, escasas. Los trabajos encontrados ponen de manifiesto la importancia del medio ambiente en el turismo (Briassoulis, 1992), el desarrollo de la actividad turística y los efectos del turismo sobre la renta de la población local. Esta falta de investigación multidisciplinaria no ayuda a que potenciales destinos turísticos oferten sus productos de una manera sostenible, al paso que los existentes, a costa de explotar productos maduros, encuentran límites a su crecimiento.

Por los argumentos expuestos, el propósito de esta investigación ha sido desarrollar y probar un modelo integrado del sistema turístico, que proporcionara una teoría capaz de generar supuestos sobre los posibles cambios de dicho sistema. Para ello se ha establecido la interacción dinámica entre los elementos. (SERRA, 2010)

Importancia Del Turismo En La Humanidad

La primera alusión al turismo se encuentra en la Biblia, pues con la palabra hebrea *tôr* hace referencia a viajes de exploración, reconocimiento y vanguardia, lo cual nos indica el nacimiento de manera conjunta del hombre y la necesidad por desplazarse. Conocer nuevas costumbres, culturas, lenguas, tradiciones, etc., fueron desde entonces consecuencias de lo que hoy en día conocemos como Turismo. (LA OPINIÓN, 2013)

Con sólo el hecho de ir a un territorio ajeno a nuestro estado, sin obtener remuneración económica y con un lapso menor a 12 meses, estamos practicando turismo.

El individuo que no viaja es porque no quiere o porque de plano no puede, ya sea por falta de información o recurso económico, o iniciativa, pues nunca sobran las razones para salir de nuestro hogar, diversión, salud, deporte, intercambio cultural, etc.

Visitar los diferentes lugares que integran nuestro planeta Tierra ocasiona un fenómeno social, ya que provoca de manera indirecta para el destino turístico un cambio en sus costumbres, sociedades y, por supuesto, en su economía.

Valene Smith, fue uno de los primeros en describir la evolución de los destinos desde la perspectiva del turismo y sus impactos de la antropología norteamericana.

El turismo desde la geografía

A pesar que el turismo puede ser considerado una actividad antigua y que los primeros trabajos de investigación en turismo se registraron en 1870 (Rejowski, 1996) sentando las bases para su estudio científico; fue recién después de la Segunda Guerra Mundial cuando se inicia el desarrollo científico en este campo, y es a partir de las décadas de 1960 y 1970 cuando adquiere mayor relevancia.

De este modo, la producción científica en el área del turismo, desde diferentes ciencias y disciplinas, ha crecido enormemente en los últimos años, casi intentando alcanzar el gran desarrollo de la actividad en el ámbito mundial. El libro reseñado, trata de comprender la actividad turística desde la geografía, lo cual implica analizar los componentes sociales, económicos y ambientales del turismo.

Por esto la investigación en el área del turismo es un campo propicio para la disciplina, como queda expresado en la introducción, cuando los autores dicen que no podría ser de otra manera dados los aspectos troncales de dicha actividad que se explican, formalizan o están condicionados por razones territoriales o ambientales. La disposición de los recursos turísticos en el territorio, la transformación espacial inducida

por los equipamientos de ocio y turismo, los impactos positivos y negativos en el medio ambiente y la cultura local, el territorio geográfico, entendido como imagen y producto de destino para las motivaciones de la demanda, son muestras de las estrechas relaciones de interdependencia y articulación sistémica entre territorio, medio ambiente y turismo.

El análisis de las disciplinas sociales, ambientales y económicas, presenta un panorama renovado del conocimiento turístico en cuanto a lo territorial y ambiental, reconociendo los avances logrados en otras disciplinas esto contribuye a un avance integrador de la actividad turística. (LA CARTOGRAFÍA, 2009)

Es una síntesis excelente entre un manual de nivel universitario y un libro científico donde se expresan los avances científicos y metodológicos en el campo del turismo; sintetizando lo avanzado en el campo del territorio y el medio ambiente turístico, tanto de España como de América, lo cual refleja el enorme avance en el estudio del turismo, aunque no se dejan de lado las obras ingleses, franceses, alemanas, etc., que pueden aportar a la teoría y metodología del turismo.

2.4 Marco Conceptual

Turista

Según (Goeldner, 2011) el turista busca diversas experiencias y satisfacciones intelectuales y físicas. La naturaleza de estas determinara en gran medida el lugar elegido y las actividades que disfruten.

Existen muchos propósitos para una visita, destacando placer, negocios y otros fines, como motivos familiares, de salud y tránsito.

Atractivo Turístico

Según (Pinos, 2013) el atractivo turístico se refiere al conjunto de bienes, lugares, costumbres y acontecimientos que por sus características propias atraen el interés del visitante.

Un atractivo turístico es un patrimonio de recursos naturales, culturales, artísticos, históricos o tecnológicos que van a atraer al turista e incitarle al viaje.

Señalización turística

Según el Ministerio del Turismo el uso constante, generalizado y normalizado de la señalización turística permitirá desarrollar con eficiencia cada uno de nuestros destinos. Resulta fundamental que la señalización turística, pueda satisfacer los requerimientos y expectativas de los visitantes, proporcionándoles orientación suficientemente clara sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que se ofertan en el país.

Recreación y Ocio

Según Goeldner (2011), la recreación es una industria diversa, que representa más de 400 mil millones de dólares en superación económica cada año. Esta genera millones de empleos en los sectores de fabricación, ventas y servicios.

La recreación forma parte de los elementos que incentivan y generan necesidades y expectativas en la demanda turística. Las actividades deportivas, artísticas, de descanso, etc., sin duda son importantes para el desarrollo de la recreación, que han marcado en la historia la preferencia por destinos turísticos, en la medida que hayan permitido que los forasteros se sintiesen atraídos por ellos. (Beltrami, 2010)

Sin embargo, una historia de la recreación sería más parecida a una historia del ocio, que a una historia del turismo, pues, según Finley, J. la palabra ‘recreación’ es lo bastante amplia como para abarcar el ‘juego’ en todas sus expresiones y también muchas actividades que generalmente no se consideran como tales: música, teatro, cualquier actividad libre u especialmente toda acción creadora que contribuye al enriquecimiento de la vida.

Al igual que en el caso más general del ocio, la recreación no necesariamente tiene como parte inseparable el viaje, pues esta puede llevarse a cabo en la propia sociedad en donde los individuos tienen su residencia. No se necesita viajar para recrearse.

Finalmente, tanto el ocio como la recreación forman parte inseparable de todas las sociedades humanas, y es uno de los motivos principales por lo cual el turista define su destino.

Recurso Natural

Los recursos Naturales son elementos creados por la naturaleza sin la intervención de la mano del hombre, que son aprovechados por él para satisfacer sus necesidades. Los Recursos naturales son esenciales para que la existencia humana prevalezca y sirven de gran ayuda para el crecimiento económico de lugares con poco desarrollo industrial. Es importante que exista un turismo responsable, es decir amigable con el medio ambiente.

Recursos Turísticos

Son todos los bienes y servicios que con la intervención del hombre y sus medios, se realizan actividades turísticas, satisfaciendo las necesidades de los turistas. Para que exista desarrollo turístico en un lugar, deben existir recursos turísticos a consumir y una motivación al turista para visitar ese lugar.

Oferta Turística

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinado precios.

Para la oferta turística existen dos tipos, uno de ellos es la oferta turística básica que está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turísticos, como lo son las agencias de viajes, alojamientos, transportes, etc. Y, se encuentra también la oferta turística complementaria, que está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y concluyen el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, comercio, etc.).

Demanda Turística

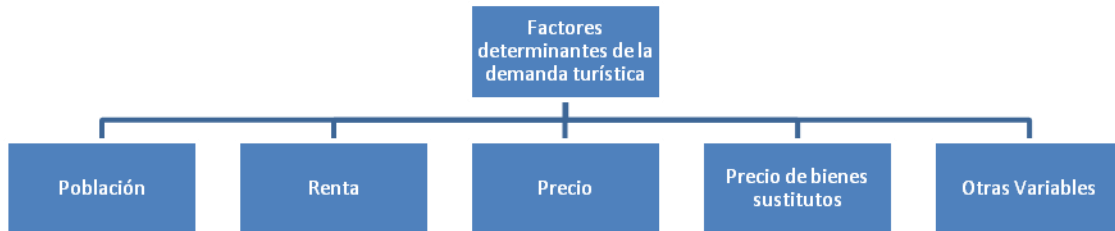
Según (Sancho, 2009) el concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que en este caso los turistas realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio, y por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no solo económicos sino también psicológicos, sociológicos físicos y éticos.

Es importante diferenciar la demanda final y derivada, la demanda turística final es aquella demanda de viajes y estancias turísticas originada por los individuos para satisfacer sus deseos de turismo.

La demanda derivada del turismo es aquella demanda de productos y servicios que se origina como consecuencia de las necesidades de producción de la industria del turismo. (LANQUAR, 2009)

Para estudiar la evolución de la demanda turística, es necesario conocer los indicadores relacionados como el gasto turístico, ingresos por turismo, y el número de visitantes al destino.

Figura 1. Demanda turística



Fuente: “Administración de Servicios turísticos”

Gasto Turístico

De acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador el gasto turístico promedio del turista extranjero en el país asciende a \$1000, estimando una estadía promedio de 14 noches. Por otra parte el gasto turístico promedio del turista nacional asciende a \$94, con una estadía promedio de 3 noches.

Ingresos por turismo

Son los gastos efectuados en el país de acogida por los visitantes internacionales, incluido el pago de sus transportes internacionales a las compañías nacionales de transporte. (Cabarcos, 2011)

2.5 Marco Legal

Para la realización del proyecto, se utilizarán como bases los artículos de la ley de turismo, que abarcan los conceptos necesarios sobre las actividades turísticas, y como llevarlas a cabo en cumplimiento con la ley.

Ley de Turismo

Capítulo II

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5.- 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,

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- 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.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Capítulo VII

De los incentivos y beneficios en general

El siguiente artículo muestra la importancia de generar proyectos turísticos dentro del país, es un beneficio para las personas y la comunidad.

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

2. Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría

Es necesario también relacionar el proyecto en base a:

Capítulo X

Protección al consumidor de servicios turísticos

El Ministerio de Turismo es el encargado de fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el

turismo como un eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimin 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.

Art. 44.- 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.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos. (LEY DE TURISMO, 2008)

2.6 Hipótesis y variables

2.6.1 Hipótesis general

La promoción turística de la Quinta Forestal El Bosque influirá en el desarrollo del turismo recreativo y familiar dentro de la Ciudad de Milagro.

2.7 Variables

Independiente: Promoción turística.

Dependiente: Desarrollo del turismo recreativo y familia.

2.8 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Variables independientes y dependientes.

VARIABLES	OPERACIONALIZACIÓN	INDICADOR
Promoción turística	Es el resultado de las acciones públicas o privadas que se llevan a cabo para presentar la imagen de un destino o servicio en un país, región o localidad a fin de motivar e incrementar el flujo de visitantes e inversionistas en áreas de destino turístico	. Medios publicitarios.. Medios impresos y web
Desarrollo del turismo recreativo y familiar	Es la adecuada práctica turística de un sector o lugar, ofreciendo alternativas de recreación y entretenimiento para las personas que gustan de pasear o disfrutar de un sano esparcimiento.	. Adecuada señalización.. Adecuado manejo de los recursos

Fuente: Trabajo campo del autor

Elaborado por: Joamely Zambrano

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

En este proyecto se aplicará el método interpretativo, puesto que aquí se estudia la perspectiva del turista, que es lo que ellos desean tener, y cuáles son sus preferencias, para conocer como los turistas interactúan e interpretan el mundo social.

Este paradigma busca la comprensión de los hechos mediante métodos cualitativos que le proporcionen un mayor nivel de comprensión personal de los motivos y creencias que están detrás de las acciones de las personas, incluye también el método cuantitativo puesto que se considera la realización de objetivos y desde las preguntas se espera obtener resultados de medición que nos permita medir la frecuencia de turistas en la zona, personas transportadas hacia el sector, y así lograr a determinar las posibles necesidades de los turistas.

3.1 Alcance de la investigación

Dentro del alcance de investigación, se utilizara el descriptivo, mediante este alcance, se ejecutará el estudio de mercado, recoger información por medio encuestas, cálculos estadísticos y entrevistas a la comunidad, para lograr definir nuestro mercado, y medir la importancia y predominio de ciertos atractivos que tengan mayor demanda, se convierte en proceso muy importante para profundizar en el contexto del proyecto y definir las propuestas adecuadas.

La investigación se despliega en parámetros descriptivos, correlacional y explicativo, la determinación de la factibilidad de la aplicación del Proyecto se ejecutara mediante la construcción de la fundamentación teórica científica tanto en aspectos económicos administrativos y sociales para determinar el impacto producido en los diferentes ámbitos a los cuales se encuentra dirigido , para equitativamente obtener beneficios de las partes, la investigación descriptiva se desarrolla en la aplicación de herramientas con el propósito de elaborar el diagnóstico real de necesidad, dar

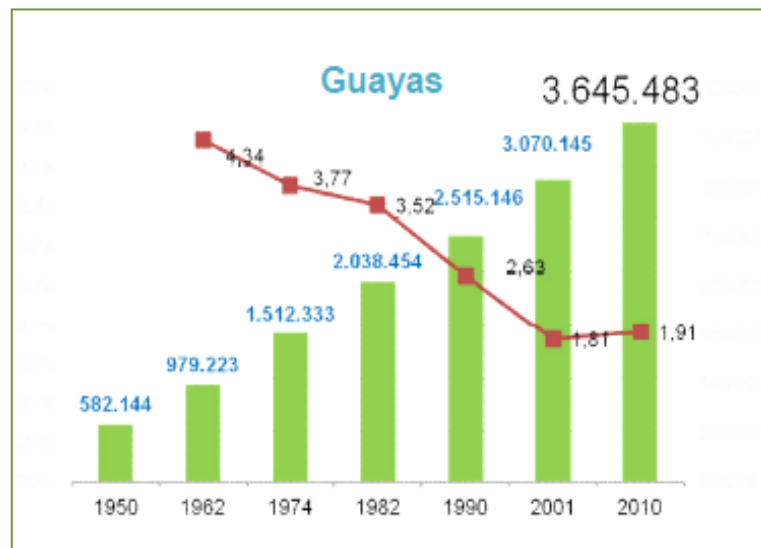
respuestas a las preguntas y analizar científica y técnicamente la propuesta mencionada.

Para obtener un enfoque real se ha procurado obtener información relevante y fidedigna con el propósito de entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento a la propuesta que exponemos.

3.2 Tamaño de la muestra

Para el desarrollo de la fórmula se aplicará tomar como referente los resultados brindados del Instituto Nacional de Estadística y Censos donde indica la existencia de 166634 habitantes en el Cantón Milagro, la personas en general es nuestro target, en consideración a su integración, tiempo e inversión para la recreación. Se considera aplicar la encuesta a jefes de familia.

Gráfico1. Universo de la población de la provincia del Guayas



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Cuadro 2. Enfoque en la población del cantón Milagro

Cantones	Aporte al provincial 2001	Aporte al provincial 2010	Cambios	Total
GUAYAQUIL	66,5	64,5	Igual	2350915
DURAN	5,8	6,5	Igual	235769
MILAGRO	4,6	4,6	Igual	166.634
DAULE	2,8	3,3	Igual	120.326
EL EMPALME	2,1	2,0	Igual	74451
NARANJAL	1,7	1,9	Igual	69012

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Nuestra población finita es de 60000 visitantes por año, por lo cual para calcular el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula finita:

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

En donde:

n: Tamaño de la muestra.

Z: Grado de confianza que adopta los siguientes valores:

Nivel de confianza: 95%

Valor Z: 1.96

U: Universo

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso (1- p)

e: Error muestral (entre el 1% y 5%)

Para resolver la fórmula detallada, utilizaremos el valor ya determinado de 60000 visitantes al año.

$$n = \frac{1.96^2 \times 60.000 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2(60.000 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(60.000)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(60.000 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{57624}{150.9579}$$
$$n = 381$$

El resultado de la fórmula indica que el número de personas a encuestar es de 381.

3.3 Métodos aplicados a la investigación.

Inductivo: Se aplicará para conocer las opiniones de los ciudadanos, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables.

Método Deductivo: A través de este método se va a analizar las causas por las cuales no se ha explotado la actividad turística en este sector y la insatisfacción de las personas sobre la falta de estos espacios.

Método Estadístico: Por medio de este método vamos a recopilar la información, la tabularemos y procederemos posteriormente a un análisis.

Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio de una encuesta destinada a los visitantes de la Quinta Forestal El Bosque siendo estas personas de

criterio formado, así determinaremos sus puntos de vista, sus sugerencias, sus expectativas y necesidades.

3.4 Técnica de recogida de datos

La primera fase de la propuesta se basará en las fuentes bibliográficas, para conocer la manifestación del turismo en áreas de recreación familiar, además se utilizará una encuesta para recopilar información específica que permita establecer los puntos determinantes a realizar en el proyecto.

3.5 El procesamiento estadístico de la información.

La información obtenida de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, además se emplearán las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual

Milagro es un cantón que desde sus inicios mostro progreso en todos sus aspectos, desde el ámbito educativo, cultural, político, social entre otros, es poseer de hermosos paisajes y de una abundante flora, es un lugar de renombre y muy conocido como la ciudad de la piñas, además por tener la presencia de un ingenio reconocido en el país, sin dejar de mencionar que el tren fue uno de los máximos exponentes turísticos de este cantón.

En la actualidad el turismo en este cantón ha disminuido considerablemente, debido a la escasa presencia de centros de esparcimiento o rutas turísticas que atraigan a los habitantes, afuereños o turistas extranjeros.

En el proceso de encuesta que se realizó las personas indicaron que prefieren acudir a otros sitios fuera de esta localidad, debido a que en este terruño no satisfacen sus expectativas, ya que ellos buscan disfrutar de un lugar diferente, acogedor e innovador. Por ello se considera muy factible la presencia de un lugar turístico que sobrepase las tendencias actuales de este mercado, ya que gran parte de la población acuden de manera constante a estos lugares después de una larga jornada de trabajo y que mejor opción que este cantón brinde una nueva alternativa turística.

4.2 Análisis De Los Resultados.

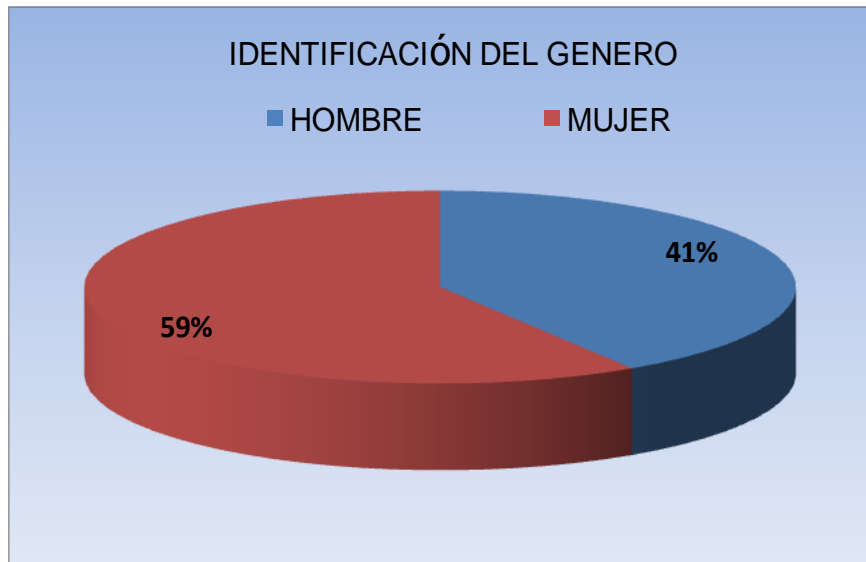
1. Género

Cuadro 3. Identificación del género

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Hombre	156	41%
Mujer	225	59%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Gráfico 2. Identificación del género



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

La cantidad de personas encuestadas fueron 59% del género femenino y 41% masculino, las decisiones serán tomadas de acuerdo a las expectativas de asistir a lugares turísticos en Milagro.

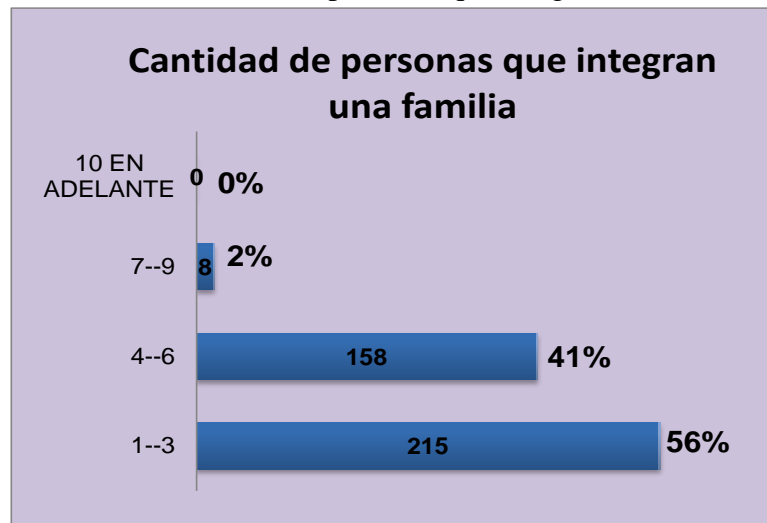
2. ¿Cuántas personas integran su familia, incluido a usted?

Cuadro 4. Cantidad de personas que integran una familia.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 – 3	215	56%
4 – 6	158	42%
7 – 9	8	2%
10 en adelante	0	0%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Gráfico 3. Cantidad de personas que integran una familia.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

De acuerdo con el gráfico se puede observar que el 56% son familias pequeñas de 1-3 integrantes, un 42% familias medianas de entre 4-6 integrantes, un 2% familias grandes de entre 7-9 integrantes.

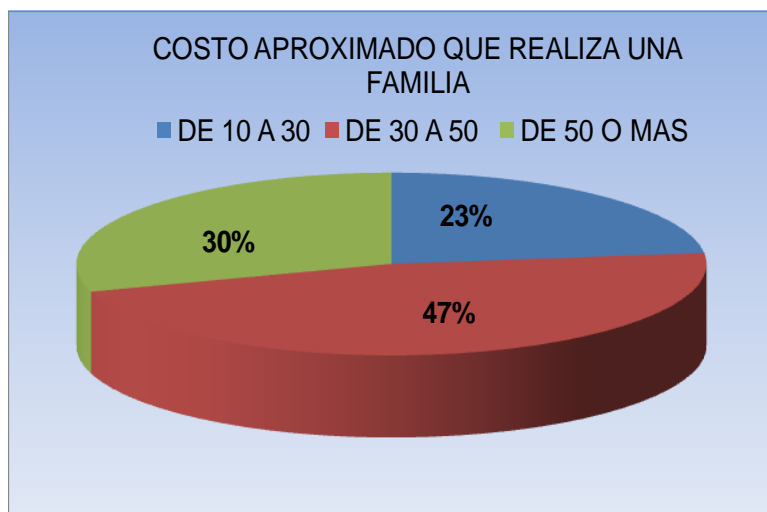
3. ¿Cuál es la inversión aproximada para la recreación familiar?

Cuadro 5. Costo aproximado que realiza una familia.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De 10 a 30	88	23%
De 30 a 50	179	47%
De 50 o mas	114	30%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 4. Costo aproximado que realiza una familia.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

El 47% de nuestros encuestados tienen una inversión aproximada para una salida de recreación familiar de entre \$30 a \$50 en un día, un 30% opinaron que gastan de entre \$ 50 en adelante ya que son familias grandes y un 23% gastan de entre \$10 a \$30 ya que sus ingresos no cubren todas sus necesidades.

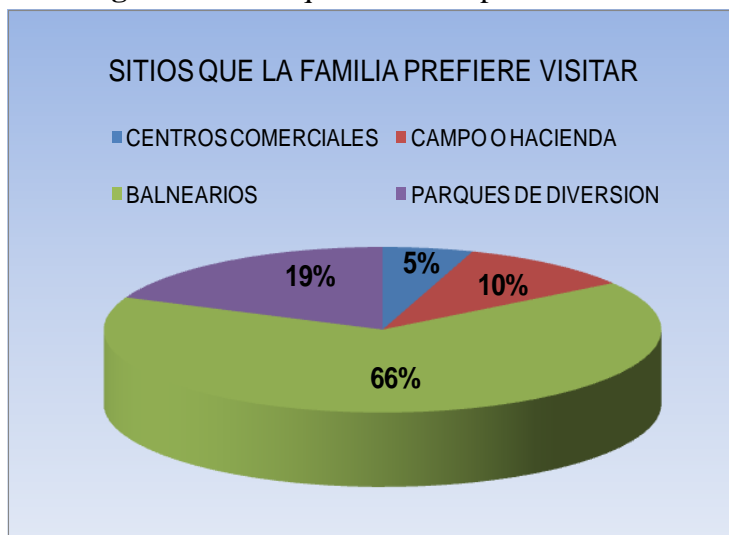
4. ¿Qué sitios de entretenimiento prefiere visitar en familia?

Cuadro 6. Sitios que la familia prefiere visitar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Centros Comerciales	20	5%
Campo o haciendas	39	10%
Balnearios	251	66%
Parques de diversión	71	19%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 5. Sitios que la familia prefiere visitar



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

El 66% de los encuestados prefieren visitar balnearios, como sitio de entretenimiento, ya que en Milagro no existen. Acuden a otras ciudades a visitar, un 19% prefieren visitar parques de diversión ya que son distracción para los niños y un 5% prefieren visitar centros comerciales ya que no les gusta salir de la ciudad.

5. ¿Qué aspectos de la siguiente lista son de importancia al momento de escoger un centro de distracción?

Cuadro 7. Aspecto al escoger un centro de distracción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Costos	20	5%
Comodidades	20	5%
Espacios verdes	63	17%
Piscinas	40	10%
Canchas deportivas	46	12%
Música	8	2%
Ambiente	39	10%
Juegos	140	37%
Distancias aledañas al cantón	5	1%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 6. Aspecto al escoger un centro de distracción



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

En el gráfico se puede observar que el 37% al momento de escoger de la lista que centro de distracción elegiría escogieron juegos, debido a que son acogedores y se divierten en familia, un 17% prefieren espacios verdes ya que gustan de la naturaleza y un 1% dijeron que no escogen un centro de distracción por los costos elevados que existen.

6. ¿Conoce usted la Quinta Forestal El Bosque, ubicada Vía a Naranjito?

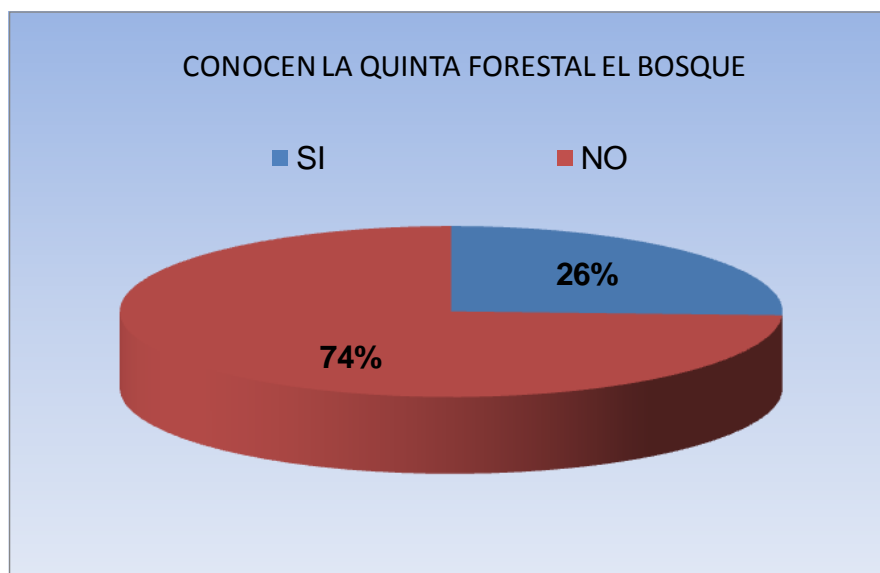
Cuadro 8. Conocen la Quinta Forestal El Bosque

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	98	26%
No	283	74%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 7. Conocen la Quinta Forestal El Bosque



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

De acuerdo a la muestra el 74% no conoce este sitio de recreación la Quinta Forestal El Bosque que se encuentra ubicada Vía a Naranjito ya que no ha sido promocionado en su esplendor y un 26% de ellos si lo conocen el centro de creación ya que no llenan sus expectativas.

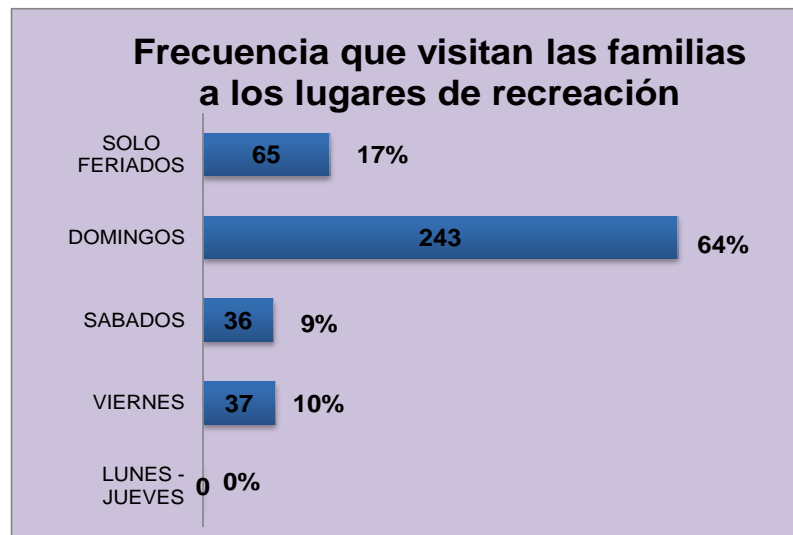
7. ¿Qué días Ud. Frecuenta lugares de esparcimiento acompañado de toda su familia?

Cuadro 9. Frecuencia que visitan las familias a los lugares de recreación

ALTERNATIVAS	FRECUCENCIA ABSOLUTA	FRECUCENCIA RELATIVA
Lunes-jueves	0	0%
Viernes	37	10%
Sábado	36	9%
Domingo	243	64%
Solo feriados	65	17%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 8. Frecuencia que visitan las familias a los lugares de recreación



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

El 64% de los encuestados prefieren ir con sus familias a los lugares de esparcimiento los domingos ya que es un día donde después de trabajar buscan distracción, un 17% opinaron que van los feriados ya que por sus ocupaciones no van a lugares de recreación y por último no asisten de Lunes-Jueves por trabajo.

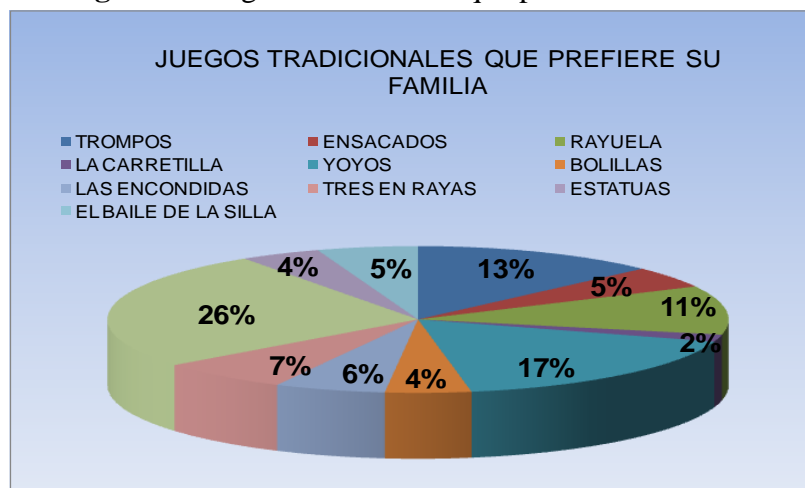
**8. ¿En cuánto a los juegos tradicionales cuáles le parece más divertido y desearía volver a jugarlos o a su vez cuales son de preferencia dentro de su círculo familiar?
Escoja tres opciones:**

Cuadro 10. Juegos tradicionales que prefiere su familia.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Trompos	49	13%
Ensacados	18	5%
Rayuelas	41	11%
La carretilla	6	2%
Yoyos	66	17%
Bolillas	17	4%
Las escondidas	22	6%
Tres en raya	26	7%
Las Cometas	100	26%
Estatuas	16	4%
El baile de la Silla	20	5%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 9. Juegos tradicionales que prefiere su familia.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

Como se puede observar según las tres opciones de alternativa como preferencia desearían volver a jugar 26% las cometas, un 17% yoyos y por ultimo un 13% trompos ya que estos juegos les gustaban desde niños.

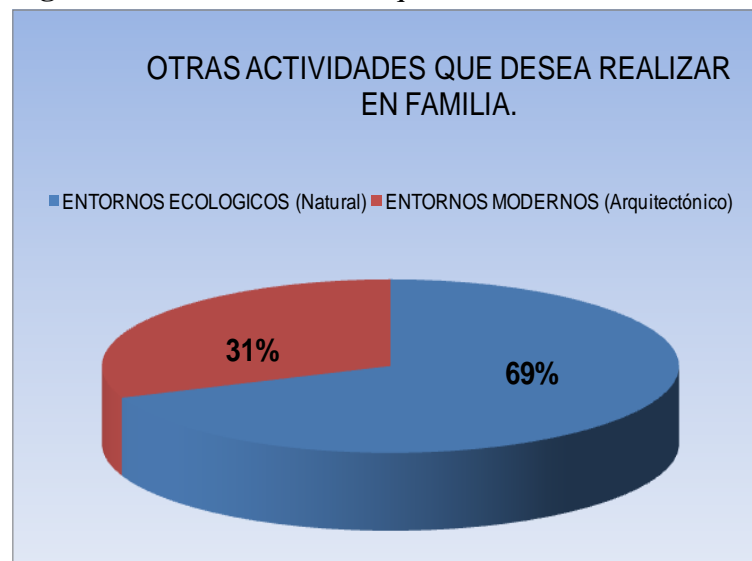
9. ¿Qué otras actividades preferiría usted realizar en este lugar?

Cuadro 11. Otras actividades que desea realizar en familia.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Entornos Ecológicos(Natural)	263	69%
Entornos Modernos (Arquitectónico)	118	31%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 10. Otras actividades que desea realizar en familia.



Fuente: Información obtenida en el proceso de encuesta
Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Interpretación.-

Mediante el gráfico se puede observar que un 69% de los encuestados prefieren realizar otras actividades en este lugar recreacional como Entornos ecológicos (naturales) ya que la naturaleza es una gran distracción para niños y adultos y un 31% de ellos prefirieron Entornos Modernos (Arqueológicos) ya que llamarían la atención y se volviera turístico el sector.

4.3 Análisis Global De Los Resultados Obtenidos

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso de las encuestas en la cual fue efectuada a una muestra representativa de la ciudad de milagro, donde se pudo conocer de la población que fue de 381 de estos 225 son mujeres y 156 de hombres y serán tomadas de acuerdo a las expectativas que tienen en asistir a lugares turísticos en milagro.

De acuerdo a las personas que integran su familias de los encuestados nos arrojaron que de 381 el 56% (215) integran su familia de entre 1-3 personas, un 42%(158) familias medianas de entre 4-6 integrantes, un 2% (8) familias grandes de entre 7-9 integrantes, en este caso las familias no hacen turismo ya que un gran porcentaje son familias pequeñas.

De acuerdo a los integrantes de su familia tienen una inversión aproximada para recreación familiar de 381 encuestados, el 47%(179) tienen una inversión aproximada para una salida de entre \$30 a \$50 en un día, un 30%(114) opinan que gastan de \$50 en adelante por ser familias grandes y un 23%(88) gastan de entre \$10 a \$30 ya que sus ingresos no cubren todas sus necesidades.

Dada su inversión los sitios que prefieren visitar de 381 encuestados el 66%(251) asisten a balnearios ya que en Milagro no existen acuden a otras ciudades, un 19%(71) visitan parques de diversión ya que son distracción para los niños y un 5%(20) prefieren visitar centros comerciales ya que no les gusta salir de la ciudad.

De acuerdo a los sitios a visitar se ha escogido una lista de qué aspectos le da importancia en un centro de distracción de 381 encuestados el 37%(140) escogen juegos ya que les llama la atención de la familia y son entretenidos, un 17%(63) escogieron espacios verdes ya que gustan de la naturaleza y un 1% (5) dijeron que no escogen un centro de distracción por los costos elevados que existen.

De acuerdo a los encuestados de la ciudad de Milagro 381, el 74%(283) no conoce este sitio de recreación la Quinta Forestal El Bosque que se encuentra ubicada Vía a Naranjito ya que no ha sido promocionado en su esplendor y un 26% (98) de ellos si conocen el centro de recreación pero el mismo no llena sus expectativas.

Se determinó que días frecuentan los lugares de esparcimiento con la familia de los 381 de los encuestados opinan, el 64%(243) prefieren ir con sus familias a los lugares de esparcimiento los domingos ya que es un día donde después de trabajar buscan distracción, un 17%(65) opinaron que van los feriados ya que por sus ocupaciones no van a lugares de recreación y por ultimo no asisten de Lunes-Jueves por trabajo.

En cuanto a los juegos tradicionales que prefieren las familias las tres opciones más altas fueron de nuestros encuestados el 26%(100) las cometas, un 17% (66) yoyos y por ultimo un 13%(49) trompos ya estos juegos les gustaban desde niños.

También prefieren otras actividades que le llamarían la atención con son los Entornos ecológicos de 381 encuestados el 69%(263) ya que la naturaleza es un gran distracción para niños y adultos y un 31%(118) de ellos opinaron que se inclinaban por Entornos Modernos (Arqueológicos) ya que llamarían la atención y se volviera turístico el sector.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1 Tema

Propuesta para la reactivación y promoción turística en la quinta forestal “El Bosque” del cantón Milagro para incentivar el turismo recreacional y familiar.

5.2 Justificación

La propuesta se la justifica en base a los resultados obtenidos, en los cuales se pudo verificar que la Quinta Forestal El Bosque no es muy conocida por la ciudadanía Milagreña, esto porque no cuenta con una debida señalización para llegar a este lugar, así mismo no se efectúa una adecuada promoción turística de los beneficios que ofrece este centro turístico.

La aplicación de esta propuesta permitirá que El Bosque se dé a conocer en todos los rincones de este cantón y que trascienda a sectores aledaños, para ello será necesario emplear una adecuada promoción publicitaria en las cuales se dé a conocer los servicios, instalaciones entre otros.

La diferenciación de este lugar llamara la atención del gran grupo de personas que acostumbra a visitar piscinas convencionales, parques etc., considerando que las personas siempre están en busca de nuevos estilos, y nuevos conceptos de servicio y aún más que pretendan afianzar y fusionar la diversión con la afectividad familiar.

La efectividad de este trabajo propuesto será direccionado al cumpliendo de los objetivos planteados y los presupuestos de ingresos que garanticen altos niveles de rentabilidad, asegurando el pago de costos y gastos demostrando a través de los índices financieros VAN y TIR que este proyecto es factible

5.3 Objetivos.

5.3.1 Objetivo General de la propuesta

Aplicar estrategias para la reactivación de la Quinta Forestal El Bosque, para lo cual se empleara una adecuada promoción turística que permita a este centro turístico mantener un posicionamiento permanente y sostenible en este mercado competitivo del cantón Milagro.

5.3.2 Objetivos específicos de la Propuesta

- Optimizar la eficiencia y productividad en el que hacer permanente del negocio.
- Mejorar la posición competitiva del negocio
- Promover el desarrollo personal y profesional de los empleados, su motivación y adhesión hacia la misión y visión del negocio.
- Alcanzar niveles de excelencia en la calidad y prontitud con que se atiende al cliente.
- Actuar como generadores de soluciones a la sociedad conformado por el bienestar familiar.

5.4 Ubicación

La Quinta Forestal El Bosque se encuentra ubicada en la provincia Del Guayas, Cantón Milagro Km 22 Vía a Naranjito.

Figura 2. Carretera principal



Figura 3. Ubicación aérea.



Fuente: Google Maps

Entre las ventajas de la ubicación de la Quinta Forestal El Bosque es que está ubicado por la ruta de los viveros, lo cual ayudaría mucho para su pronta ubicación de los interesados

5.5 Filosofía Corporativa

Misión

Brindar a nuestros visitantes un ambiente acogedor de diversión segura y servicio de elegancia, con el propósito de ofrecer bienestar y entretenimiento con un claro sentido de servicio a la comunidad.

Visión

Posicionarse como un centro de referencia para la ciudad de Milagro, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de esparcimiento de las familias sin distinción de edades y de estrato social.

Valores corporativos.

Deber.- La obligatoriedad de satisfacer a los clientes para cumplir con sus expectativas mediante la presentación de un excelente servicio es tomado como principio fundamental.

Cumplimiento.- Recompensar a los usuarios internos y externos mediante la aplicación de sus derechos para la compensar su colaboración como empleado y usuarios.

Sinergia.- Todo lo que hagamos será trabajando en equipo integrado y sistémico, con la mayor velocidad posible y de la forma más simple posible.

La innovación.- Somos una empresa buscando innovación y transformación de procesos instalaciones y servicios.

Responsabilidad Social.- Preservación y cuidado ecológico tanto en instalaciones como en la práctica de juegos para la recreación de las familias.

5.6 Actividades

Análisis FODA implementada la propuesta.



Fortalezas

- Ubicación estratégica.
- Amplia infraestructura.
- Personal capacitado.
- Estar aliado a una ruta turística.



Oportunidades

- Expansión a otros mercados.
- Alianza con establecimientos educativos.
- Reconocimiento a nivel nacional.
- Apoyo al turismo a través del Ministerio.



Debilidades

- Endeudamiento.
- Publicidad deficiente.
- Bajo poder negociador con proveedores y cliente.
- Costumbre de los habitantes en cuanto a otro tipo de diversión.



Amenazas

- Inestabilidad Económica.
- Aparición de nuevos competidores de similar rama de servicio.
- Etapas invernales que impidan la movilización de las personas al centro de distracción.

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 12. Matriz FO-FA-DO-DA

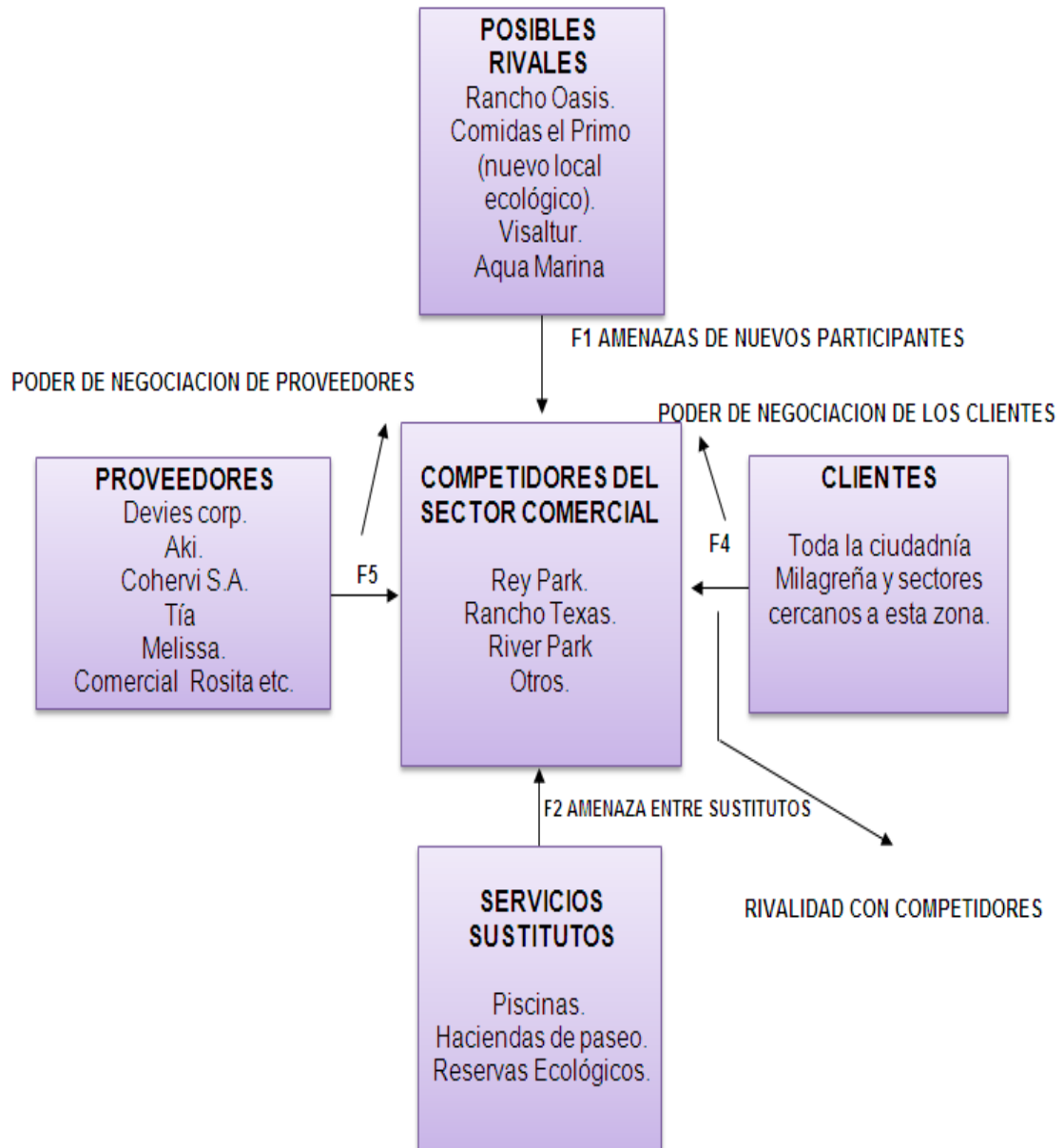
<p>Propuesta para la reactivación y promoción turística en la quinta forestal “El Bosque” del cantón Milagro para incentivar el turismo recreacional y familiar.</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Ubicación estratégica.	Endeudamiento.
	Amplia infraestructura.	Publicidad deficiente.
	Personal capacitado.	Bajo poder negociador con proveedores y cliente.
	Estar aliado a una ruta turística	Costumbre de los habitantes en cuanto a otro tipo de diversión.
OPORTUNIDADES	FO	DO
Expansión a otros mercados.	Emplear en las publicidades un croquis donde se indique la ubicación exacta del centro turístico, con el fin de que los clientes puedan asistir a este establecimiento con mayor frecuencia.	Establecer convenios con los planteles educativos del cantón y de sectores aledaños con el fin de que acudan al Bosque en la ejecución de cualquier actividad escolar.
Alianza con establecimientos educativos.		
Reconocimiento a nivel nacional.	Brindar un servicio diferenciado a través de diferentes alternativas de diversión, como juegos tradicionales, de esta manera llenar las expectativas de los visitantes.	Analizar los medios mas accesibles para informar a la ciudadanía lo que ofrece El Bosque, de esta manera lograr un buen posicionamiento en este mercado.
Apoyo al turismo a través del Ministerio.		
AMENAZAS	FA	DA
Inestabilidad Económica del país.	Ejecutar promociones constantes, tales como el no cobrar entradas a los menores de 10 años, de esta forma captar la atención de los clientes y alcanzar un alto nivel de aceptación en este medio de esparcimiento.	Establecer alianzas con proveedores estrategicos, que puedan proveer al centro a la Quinta Forestal El Bosque de productos, insumos entre otros, para así satisfacer la demanda.
Aparición de nuevos competidores de similar rama de servicio.	Brindar un servicio de calidad, para lo cual es necesario que se mantenga en constante mantenimiento las áreas verdes, piscinas baños entre otros, proyectando una imagen innovadora hacia los clientes potenciales.	Realizar publicaciones a través de la web, sobre los servicios que ofrece la Quinta Forestal El Bosque, de esta forma este centro se podrá dar a conocer a todas partes del país.
Etapas invernales que impidan la movilización de las personas al centro de distracción.	Establecer planes de descuentos cuando se presenten las etapas invernales, puesto que es en ese tiempo cuando suelen bajar la presencia de los visitantes.	Establecer estrategias que permitan posicionar esta quinta en forma potencial en un corto tiempo, y así potencializar sus ingresos, augurando un futuro promisorio a los propietarios de este establecimiento.

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

5.7 Análisis de mercado

Figura 4. Modelo de la 5 fuerzas competitivas de Porter



Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 13. Barreras de Entrada.

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- FUERTE INVERSION INICIAL		X	
2. MEJORAMIENTO CONTINUO	X		
3. CREDIBILIDAD	X		
4. BAJO COSTO DEL SERVICIO	x	0	
	3	1	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	75%	25%	0%

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Después de haber determinado las barreras de entradas se obtuvo un nivel bajo (75%), de existencia, las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial, por ello el negocio debe buscar un valor agregado al producto-servicio para posicionarse en esta plaza comercial.

Cuadro 14. Servicios Sustitutos.

F2 SERVICIOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. PROPENCION A CAMBIAR	X		
3. RECURSO HUMANO PAGADO POR EL GOBIERNO		X	
4. ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	3	0
AMENAZA DE SUSTITUCION	25%	75%	25%

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

La amenaza de sustitución del producto/servicio (75%) es de nivel medio por la aparición de inversionistas o de personas que se dediquen a brindar esta clase de servicios, sin embargo, no representa mayor preocupación pues conocemos el mercado y sus falencias.

Cuadro 15. Determinantes de la rivalidad.

F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE	X		
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES	X		
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO	X		
	3	0	1
ANALISIS DE RIVALIDAD	75%	0%	25%

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

En lo concerniente a los productos y el servicio que brindará la Quinta el cuadro presenta un nivel bajo (75%) por la presencia de la rivalidad, sin embargo, no se deberá descuidar a la competencia y para visualizar como enfrentarlos.

Cuadro 16. Poder de los compradores.

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. SERVICIOS IGUALES			X
2. IMAGEN CORPORATIVA	X		
3. ELASTICIDAD			X
4. MERCADO AMPLIO			X
	1	0	3
PODER DEL CONSUMIDOR	25%	0%	75%

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

En el momento de adquirir el servicio, el poder de compra lo tienen los clientes, debido a la poca existencia de este tipo de sitios, sin embargo, propietarios de esta clase de negocios deberán seguir trabajando e investigando para añadirle un valor agregado al producto/servicio, para tener una respetable participación del mercado.

Cuadro 17. Negociación con los proveedores.

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRESENCIA DE NUEVOS SERVICIOS.		X	
2. IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS			X
	1	2	1
PODER DE LOS PROVEEDORES	25%	50%	25%

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Para poder mantener un variado stock de los productos los administradores del negocio deben establecer alianzas con dos o tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles y productos de calidad, así se logrará tener cierto grado de ventaja ante la competencia, y a su vez mantener una buena relación con ellos para poder acceder a la mercadería.

Cuadro 18. Análisis del sector comercial.

RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD						
MAGNITUD DE LA EMPRESA	ACTUAL			FUTURO		
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
BARRERAS DE ENTRADA	3	1	0	0	2	2
PRODUCTOS SUSTITUTOS	1	3	0	1	2	2
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	3	0	1	2	1	1
PODER DE LOS COMPRADORES	1	0	3	1	2	1
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	1	2	1	1	3	0
EVALUACION GENERAL	9	9	2	5	10	6
PORCENTAJES	45%	45%	10%	24%	48%	29%

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

En la actualidad la existencia de esta clase de negocio tiene un alto índice de crecimiento, por ello la empresa debe optimizar su servicio y marcar la diferencia ante la competencia y así lograr un posicionamiento respetable en este mercado

5.8 Segmentación del mercado

El mercado que se ha identificado para el centro recreacional mediante análisis y toma referencial, desde el punto de vista del consumidor y la responsabilidad con la naturaleza, se considera dos dimensiones: Necesidad Social, Preservación Ecológica.

La Quinta Forestal El Bosque pretende satisfacer la necesidad que tienen los consumidores de encontrar un lugar donde se pueda disfrutar en familia y practicar;

- Juegos tradicionales.
- Deportes.

Además de degustar:

- Alimentos típicos.
- Piqueos.
- Golosinas, etc.,

El Centro de Recreación estará dotado de todos los instrumentos que se necesitan para su funcionamiento tanto en juegos infraestructura y cocina.

El Centro de Recreación está dirigido a personas de todo ámbito social y diversidad de género, constituidos como familia o grupo de amigos, quienes deseen disfrutar de un momento ameno en la realización los juegos y deportes como la parte alimentaria, proveídos de excelente atención al cliente.

5.9 Marketing Mix

Producto

La Quinta Forestal El Bosque brinda práctica de deportes, piscinas y juegos tradiciones así como alimentos de Comida Típica, Rápida, Golosinas y Bebidas además el establecimiento podrá utilizarse para la realización de eventos sociales. Una de sus prioridades es brindar atención excelente, por usar productos de calidad y mantener políticas rigurosas de higiene alimenticia.

Figura 5. Logotipo de la Quinta Forestal El Bosque.



Precio

El gasto promedio que un consumidor realizaría en el “centro de recreación” se estimará en base a la información obtenida en la investigación de mercado y la competencia.

Cuadro 19. Precios.

PRECIOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR	FERIADOS
ENTRADAS ADULTOS	1,00	1,50
ENTRADAS MENORES	0,50	0,75

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Plaza

La Quinta Forestal El Bosque ofrece su servicio al Cantón Milagro y zonas aledañas. Preocupados por la ubicación se resalta la cercanía en que se encuentra para acceder a este servicio, con facilidades de movilización.

Promoción

Se emplearan varios elementos publicitarios para fortalecer la presencia de este establecimiento en este cantón, tales como: volantes en las avenidas y calles principales, la distribución de estos se hará con la ayuda de las personas que laboran en el establecimiento, a continuación mostramos el modelo de las volantes:

Figura 6. Volante Quinta Forestal El Bosque

QUINTA FORESTAL EL BOSQUE

DISFRUTA DE:

- PISCINAS**
- CANCHAS DEPORTIVAS**
- AMPLIA PISTA DE BAILE**
- PARQUE DE DIVERSIONES**
- DELICIOSOS PLATOS TÍPICOS**
- PIKEOS Y MUCHO MÁS**

ATENDEMOS
SÁBADOS, DOMINGOS Y FERIADOS

VISITENOS EN: Dir.: Km 22 vía Naranjito

EL BOSQUE
El mejor lugar para tu familia

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 7. Afiches Quinta Forestal El Bosque

QUINTA FORESTAL
EL BOSQUE
El mejor lugar para tu familia

VEN Y DISFRUTA

Quinta Forestal
EL BOSQUE

PISCINAS PARA ADULTOS Y NIÑOS
CANCHAS DEPORTIVAS
PARQUE DE DIVERSIONES
AMPLIA PISTA DE BAILE
PLATOS TÍPICOS - PIKEOS
Y MUCHO MÁS

ATENDEMOS
SÁBADOS, DOMINGOS Y FERIADOS
VISITENOS
DIR.: KM 22 VÍA NARANJITO

Carretera principal

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 8. Díptico Posterior Quinta Forestal El Bosque

VISITENOS EN
Dir.: Km 22 Vía Naranjito

Atendemos:
Sábados, Domingos y Feriados



QUINTA FORESTAL
EL BOSQUE
El mejor lugar para tu familia

TE INVITA A CONOCER

MISIÓN
VISIÓN
SERVICIOS QUE OFRECEMOS
HORARIOS



Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 9. Díptico Interior Quinta Forestal El Bosque

MISIÓN
 Brindar a nuestros visitantes un ambiente acogedor de diversión segura y servicio de elegancia, con el propósito de ofrecer bienestar y entretenimiento con un claro sentido de servicio a la comunidad

VISIÓN
 Posicionarse como un centro de referencia para la ciudad de Milagro, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de esparcimiento de las familias sin distinción de edades y de estrato social

SERVICIOS QUE OFRECEMOS
 PISCINAS
 CANCHAS DEPORTIVAS
 PARQUE DE JUEGOS
 PISTA DE BAILE
 PLATOS TÍPICOS
 PIKEOS Y GOLOSINAS

PRECIOS

DESCRIPCIÓN	VALOR FERIADOS	
ENTRADA ADULTOS	1.00	1.50
ENTRADA MENORES	0.50	0.75

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Figura 10. Tarjeta De Presentación Quinta Forestal El Bosque



Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Estrategias de Comunicación

Mantener una comunicación directa con los usuarios a través del empleo de buzones de sugerencias que debe colocarse en los interiores de la Quinta Forestal El Bosque.

Utilizar publicidad de bajo costo (BTL) y lograr así un impacto en la psicología de los usuarios, sobre la calidad del servicio.

Capacitar al personal sobre relaciones humanas y trato con los clientes.

Mantener limpias todas las áreas y establecer en ellas logotipos relacionados con el mensaje de comunicación que se desea transmitir.

5.10 Análisis Financiero

Cuadro 20. Ingresos de años anteriores.

INGRESOS PERCIBIDOS DESDE HACE CINCO AÑOS ATRÁS					
DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013
INGRESOS	4600,00	4530,00	3200,00	2100,00	1980,00
TOTAL	4600,00	4530,00	3200,00	2100,00	1980,00

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

En el cuadro 20, se observan los ingresos que han venido percibiendo los propietarios del centro turístico El Bosque, ingresos que han venido disminuyendo año a año.

Cuadro 21. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO	COSTO. TOTAL
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
2	COMPUTADORAS	550,00	1100,00
1	IMPRESORA	280,00	280,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1380,00
	MUEBLES Y ENSERES		
2	ESCRITORIOS	365,00	730,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	80,00	160,00
	TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		890,00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
1	JUEGOS INFANTILES	2.800,00	2.800,00
			-
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		2.800,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			5.070,00

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 22. Depreciación

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.800,00	10%	23,33	280,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.380,00	33%	37,95	455,40
MUEBLES Y ENSERES	890,00	10%	7,42	89,00
TOTAL	5.070,00		422,50	5.070,00

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 23. Gastos administrativos

DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	560,00	6.720,00	6.921,60	7.129,25	7.343,13	7.563,42
1	ADMINISTRADORA	400,00	4.800,00	4.944,00	5.092,32	5.245,09	5.402,44
1	PORTERO	318,00	3.816,00	3.930,48	4.048,39	4.169,85	4.294,94
1	GUARDIA	318,00	3.816,00	3.930,48	4.048,39	4.169,85	4.294,94
1	ASISTENTE DE LIMPIEZA	318,00	3.816,00	3.930,48	4.048,39	4.169,85	4.294,94
	ASISTENTE DE COCINA	318,00	3.816,00	3.930,48	4.048,39	4.169,85	4.294,94
	AUXILIAR DE MANTENIMIENTO	318,00	3.816,00	3.930,48	4.048,39	4.169,85	4.294,94
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.550,00	30.600,00	31.518,00	32.463,54	33.437,45	34.440,57
GASTOS DE GENERALES		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	130,00	1.560,00	1.606,80	1.655,00	1.704,65	1.755,79
	ENERGIA ELECTRICA	100,00	1.200,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27	1.350,61
	TELEFONO	40,00	590,00	607,70	625,93	644,71	664,05
	SERVICIOS DE INTERNET	22,00	264,00	271,92	280,08	288,48	297,13
	PERMISOS	200,00	200,00	206,00	212,18	218,55	225,10
	UTILES DE OFICINA	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
	DEP. EQUIPO DE COMPUTO	37,95	455,40	455,40	455,40	455,40	455,40
	DEP. DE MUEBLES Y ENSERES	7,42	89,00	89,00	89,00	89,00	89,00
	DEP.EQUIPO Y MAQUINARIA	23,33	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00
TOTAL GASTOS GENERALES		522,00	4.998,40	5.123,62	5.252,60	5.385,44	5.522,27
GASTO DE VENTAS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	2.825,70	5.245,70	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00
	PERSONAL DE REPARTICIPACIÓN	120,00	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
TOTAL GASTOS DE VENTAS		2.945,70	5.485,70	2.887,20	2.894,62	2.902,25	2.910,12
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		6.017,70	41.084,10	39.528,82	40.610,75	41.725,14	42.872,97

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 24. Costo directo.

COSTO DE VENTA							
DETALLE	ENRO	FEB	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADECUACIONES	3500,00	220,00	5920,00	6.097,60	6.280,53	6.468,94	6.663,01
MANTENIMIENTO	120,00	120,00	1440,00	1.483,20	1.527,70	1.573,53	1.620,73
VARIOS	300,00	100,00	1400,00	1.442,00	1.485,26	1.529,82	1.575,71
TOTAL	3920,00	440,00	8760,00	9022,80	9293,48	9572,29	9859,46

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 25. Ingresos.

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
INGRESOS POR VENTA	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADA ADULTOS	1.300,00	15.600,00	16.380,00	17.199,00	18.058,95	18.961,90
ENTRADA NIÑOS	1.050,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38
BAR	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
ALQUILER	1.350,00	16.200,00	17.010,00	17.860,50	18.753,53	19.691,20
TOTAL DE INGRESOS	4.200,00	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30	61.261,52

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 26. Inversión del proyecto.

INVERSION DEL PROYECTO	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.800,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.380,00
MUEBLES Y ENSERES	890,00
TOTAL DE LA INVERSION	5.070,00

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 27. Estado de pérdida y ganancia.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	VENTAS	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30	61.261,52	278.491,82
(-)	COSTO DE VENTAS	8.760,00	9.022,80	9.293,48	9.572,29	9.859,46	46.508,03
	UTILIDAD BRUTA	41.640,00	43.897,20	46.272,52	48.772,01	51.402,06	231.983,79
	COSTOS INDIRECTOS	41.084,10	39.528,82	40.610,75	41.725,14	42.872,97	205.821,78
	UTILIDAD OPERACIONAL	555,90	4.368,38	5.661,76	7.046,87	8.529,09	26.162,00
(-)	GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
	UTILIDAD ANTES PART. IMP	555,90	4.368,38	5.661,76	7.046,87	8.529,09	26.162,00
	PARTICIPACION EMPLEADOS	83,39	655,26	849,26	1.057,03	1.279,36	3.924,30
	UTILIDAD ANTES DE IMPTO	472,52	3.713,12	4.812,50	5.989,84	7.249,73	22.237,70
	IMPUESTO RENTA	108,68	854,02	1.106,87	1.377,66	1.667,44	9.483,73
	UTILIDAD NETA	363,84	2.859,10	3.705,62	4.612,18	5.582,29	16.678,28

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 28. Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO									
	AÑO 0	ENE.	FEB.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS									
VENTAS	-	4.200,00	4.200,00	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30	61.261,52	278.491,82
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		4.200,00	4.200,00	50.400,00	52.920,00	55.566,00	58.344,30	61.261,52	278.491,82
EGRESOS OPERATIVOS									
INVERSION INICIAL	5.070,00	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	2.550,00	2.550,00	30.600,00	31.518,00	32.463,54	33.437,45	34.440,57	162.459,56
GASTO DE VENTAS	-	3.920,00	440,00	8.760,00	9.022,80	9.293,48	9.572,29	9.859,46	46.508,03
GASTOS GENERALES	-	522,00	332,00	4.174,00	4.299,22	4.428,20	4.561,04	4.697,87	22.160,33
GASTO DE PUBLICIDAD	-	2.945,70	220,00	5.485,70	2.887,20	2.894,62	2.902,25	2.910,12	17.079,89
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	-	83,39	655,26	849,26	1.057,03	1.279,36
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	108,68	854,02	1.106,87	1.377,66	1.667,44
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	5.070,00	9.937,70	3.542,00	49.019,70	47.919,28	50.589,11	52.429,17	54.342,72	251.154,61
FLUJO OPERATIVO	-5.070,00	-5.737,70	658,00	1.380,30	5.000,72	4.976,89	5.915,13	6.918,80	24.191,83
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FLUJO NETO NO OPERATIVO		-	-	-	-	-	-	-	-
FLUJO NETO		-5.737,70	658,00	1.380,30	5.000,72	4.976,89	5.915,13	6.918,80	24.191,83
FLUJO ACUMULADO	-	-5.737,70	658,00	1.380,30	6.381,02	11.357,90	17.273,03	24.191,83	60.584,09

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 29. Balance general.

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	1.380,30	6.381,02	11.357,90	17.273,03	24.191,83
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1.380,30	6.381,02	11.357,90	17.273,03	24.191,83
ACTIVOS FIJOS	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	824,40	1.648,80	2.473,20	3.297,60	4.122,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	4.245,60	3.421,20	2.596,80	1.772,40	948,00
TOTAL DE ACTIVOS	5.625,90	9.802,22	13.954,70	19.045,43	25.139,83
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	-	-	-	-	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	83,39	655,26	849,26	1.057,03	1.279,36
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	108,68	854,02	1.106,87	1.377,66	1.667,44
TOTAL PASIVO	192,06	1.509,28	1.956,14	2.434,69	2.946,80
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	363,84	2.859,10	3.705,62	4.612,18	5.582,29
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	363,84	3.222,94	6.928,57	11.540,74
TOTAL PATRIMONIO	5.433,84	8.292,94	11.998,57	16.610,74	22.193,03
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	5.625,90	9.802,22	13.954,70	19.045,43	25.139,83

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 30. Indices financieros.

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos netos	-5.070,00	1.380,30	5.000,72	4.976,89	5.915,13	6.918,80
TASA DE DESCUENTO						
TASA DE DESCUENTO	12%					
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%					
SUMATORIA DE FLUJOS	24.191,83					
AÑOS	5					
INVERSION INICIAL	5.070,00					
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	95,43%					
SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS	16.446,49					
VAN	POSITIVO	11.376,49				
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,45				
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12%	44,57				
TASA INTERNA DE RETORNO	66%					

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

5.11. Estudio de factibilidad

Factibilidad administrativa

Se establecerá las herramientas administrativas como manuales de funciones, proceso de selección de personal con el fin de involucrar talento humano calificado, se elabora un organigrama que permita visualizar como estará situado el personal dentro de la organización, así mismo se implementara sistemas de alta tecnología para optimizar las actividades administrativas de La Quinta Forestal El Bosque.

Factibilidad Legal

Este es un negocio que se manejara bajo los parámetros legales establecidos para este tipo de organizaciones, cumpliendo con todos los permisos municipales como de las entidades de gobierno conocidas como el cuerpo de bomberos, Ministerio de salud,

cámara de comercio. De esta manera esta propuesta podrá ejercer sin ninguna restricción legal en este casco comercial del cantón Milagro.

Factibilidad Técnica

En lo relacionado a la factibilidad técnica, La Quinta Forestal El Bosque con los equipos y maquinarias necesarias, para poder cubrir con las gestiones administrativas y operativas de esta actividad comercial, con esto se optimizara la atención prestada a los clientes y una mayor acogida en esta plaza de mercado.

Factibilidad Presupuestaria

Se establecerán los gastos administrativos, costos indirectos e indirectos en los cuales se incurrirán con esta propuesta, manejándose bajo presupuestos que con lleve a lograr una alta rentabilidad y estabilidad financiera, que le permita un posicionamiento respetable en este sector comercial del cantón Milagro.

Factibilidad financiera

Cuadro 31. Escenarios financieros

RESULTADO DE ESCENARIOS	PESIMISTA	DESEADO	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	12%	12%	12%
VAN	1.404,11	11376,49	14795,26
TIR	5%	66%	75%
B/C	-3,62	0,45	0,67
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	5 AÑOS	2 AÑOS	1,8 AÑOS

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Ratios Financieros

Cuadro 32. Análisis de Rentabilidad del Proyecto

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO						
INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad bruta/ingresos totales=%	82,62%	82,95%	83,27%	82,62%	82,62%
MARGEN NETO	Utilidad neta/ingresos totales=%	0,72%	5,40%	6,67%	7,91%	22,20%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad neta/activo total=\$	\$ 0,06	\$ 0,29	\$ 0,27	\$ 0,24	\$ 0,22
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad neta/capital=\$	\$ 0,07	\$ 0,56	\$ 0,73	\$ 0,91	\$ 1,10

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

Cuadro 33. Ratios financieros.

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	50400,00
COSTO DIRECTO	8.760,00
COSTO INDIRECTO	41084,10
FLUJO NETO	1380,30
GASTOS PERSONAL	30600,00
ACTIVOS FIJOS NETOS	4.245,60

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	49727,15
EN PORCENTAJE	98,66%

Fuente: Información investigativa

Elaborado por: Zambrano Franco Joamely Danixa

5.12 Análisis de impactos

A continuación se mencionan los diferentes impactos positivos y negativos de la presente propuesta a nivel socioeconómico, cultural, turístico y ambiental.

Impactos Positivos

- Incremento del número de visitantes lo cual amplía la demanda para los negocios de los alrededores.
- Ganancias para los dueños de la Quinta Forestal.
- La población local se va a incentivar a mejorar sus productos y ofrecer una mejor calidad de servicio, al percibir que hay mayor demanda.
- Crecimiento del mercado turístico para la localidad.
- Mejora la economía del cantón Milagro por la actividad turística.
- Promoción de la educación a los comuneros para la conservación y preservación de los recursos de la zona.

Impactos Negativos

- Implementación de infraestructura futura que ponga en riesgo la extinción de la flora y fauna existente, afectando el equilibrio del biosistema.
- Reducción del espacio natural por el aumento de espacios artificiales.
- Debido a la mayor presencia de turistas, el nivel de desperdicios que contaminen el ambiente puede incrementar.

CONCLUSIONES

Después de haber realizados los estudios pertinentes para demostrar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de este proyecto. Se han dado algunas conclusiones de esta propuesta.

1. Una vez de haber realizado el estudio de mercado se pudo comprobar que las personas gustan mucho de asistir a centros turísticos como la Quinta Forestal “El Bosque”, pero que acuden a otros sitios fuera de este cantón en busca de este servicio, debido a que no llenan sus expectativas los complejos turísticos de esta localidad, lo cual está haciendo que este centro mantenga una participación baja en este mercado competitivo de Milagro.

2. Su implementación permitirá el crecimiento económico del cantón a la vez que ocasionará que el número de visitas al cantón aumente siendo el turismo uno de los principales motivos para llegar a Milagro.

3. Existen comportamientos diversos de nuestros clientes al momento de elegir un lugar de entretenimiento, en la actualidad las personas buscan servicios innovadores y un servicio de calidad.

4. Gracias a la investigación de mercado realizada se constató la existencia de una alta demanda de este tipo de negocio que ofrezca actividades de recreación ligadas a la naturaleza.

RECOMENDACIONES

1. Implementar esta propuesta, puesto que se cuenta con un amplio mercado competidor, donde las personas buscan nuevas alternativas de esparcimiento, dentro de un ambiente acogedor apto para pasar un momento ameno tanto con familiares o amigos.

2. Los administradores de la Quinta Forestal El Bosque deben buscar constantemente un valor agregado al servicio que ofrecen a la ciudadanía en general, para lograr una ventaja competitiva ante la rivalidad.

3. Realizar un análisis persistente del comportamiento del cliente para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de las personas, a tal punto de generar su lealtad.

4. Capacitar constantemente al personal con el fin de brindar un servicio de calidad, satisfaciendo cada una de las exigencias de los clientes, esto en la parte de atención al cliente, en lo concerniente a la parte administrativa poder optimizar los procesos administrativos y operativos, conjugando estas dos partes lograr un alta productividad.

5. Implementar un buzón de sugerencias con el fin de mantener una comunicación con los clientes, y de esta manera solucionar problemas o a su vez implementar nuevos servicios sugeridos por los usuarios y así cada día mejorar la atención a los visitantes.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, S. (2010). *El turismo en milagro*. Guayaquil: G & G.
- BENI. (2010). *Actividad Turistica*. Chile: Edibosco.
- BLANCO. (1990). *Promoción*. Bogota: Limerin.
- CABARCOS. (2011). *El Turismo*. Medellin: Gonzales S.A.
- CEBALLOS. (2010). *Promoción Turistica*.(pp.63) México: Sense S.A.
- CERVANTES, J. (2010). *El Turismo*. Chile: Santiago Asociados.
- CORREA. (2010). *Marketing Turistico*. (pp. 57) Bogota: Limerin.
- FERNANDEZ. (2010). *Turismo En El Ecuador*. Quito: AUGIST S.A.
- FERNANDEZ, C. (2010). *Actividad Turistica*. Bolivia: S & S.
- GUTIERREZ. (2010). *El Turismo Ecuatoriano*. LOJA: Editorial S.A.
- HERNANDEZ. (2011). *Atractivos Turisticos*. Guayaquil: Gutierrez y asociados.
- KOTLER. (1999). *Promoción Turistica*. Bolivia: Paz S.A.
- LA CARTOGRAFÍA. (6 de Octubre de 2009). *La Cartografía En Apoyo Al Turismo*.
Recuperado el 22 de Octubre de 2013, de
<http:// analisiscartograficos.blogspot.com/>
- LA OPINIÓN. (3 de Noviembre de 2013). Un Potencial Aun No Explotado En Su
Plenitud. pág. 8.
- MALE. (2010). *Turismo*. Venezuela: Caracas Editorial S.A.
- MINISTERIO DEL TURISMO. (2008). *Ley De Turismo*. Recuperado el 22 de Octubre
de 2013, de
http://www.galapagospark.org/documentos/ecuador_ley_turismo_2002.pdf

- OMT. (2011). *Turismo*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013
- PHILIP.C. (2088). *Marketing Turístico*. (pp. 36) Ecuador: Fernandez & Asociados.
- PINOS, C. Y. (2010). *Planificacion Del Turismo*.Medellin: Limerin S.A.
- PRITCHARD, M. &. (1999). *Promoción Turistica*. México: Guadalajara.
- SERRA. (2010). *Situacion Economica*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de
http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/492/fisec_estrategiasn17pp155_189.pdf
- SERRA, F. (2010). *Teoría dinámica del sistema turístico*. Recuperado el Octubre18 de 2012, de
<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/marketing%20turistico/MODISTUR%20modelo%20dinamico%20turistico.pdf>
- SOLWAYS TOURS. (2013). *El Turismo*. Recuperado el 19 de Octubre de 2013, de
<http://solways.com.pe/destinos/Sur%20America/Ecuador.html>

ANEXO 1

ENCUESTA A LA POBLACION DE MILAGO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

1. Sexo

Hombre

Mujer

2. ¿Cuántas personas integran su familia, incluido a usted?

De 1--3

De 4--6

De 7--9

De 10 en adelante

3. ¿Cuál es la inversión aproximada para la recreación familiar?

De 10 a 30

De 30 a 50

De 50 o más

4. ¿Qué sitios de entretenimiento prefiere visitar en familia?

Centros Comerciales

Campo o haciendas

Balnearios

Parques de diversión

5. ¿Qué aspectos de la siguiente lista son de importancia al momento de escoger un centro de distracción?

Costos	<input type="checkbox"/>	Comodidades	<input type="checkbox"/>	Espacios verdes	<input type="checkbox"/>
Piscinas	<input type="checkbox"/>	Canchas deportivas	<input type="checkbox"/>	Música	<input type="checkbox"/>
Ambiente	<input type="checkbox"/>	Juegos	<input type="checkbox"/>		
Distancia aledañas al cantón	<input type="checkbox"/>				

6. ¿Conoce usted la Quinta Forestal El Bosque, ubicada Vía a Naranjito?

Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

7. ¿Qué días Ud. Frecuenta lugares de esparcimiento acompañado de toda su familia?

Lunes-Jueves	<input type="checkbox"/>	Viernes	<input type="checkbox"/>	Sábado	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>	Solo feriados	<input type="checkbox"/>		

8. ¿En cuánto a los juegos tradicionales cuales le parece más divertido y desearía volver a jugarlos o a su vez cuales son de preferencia dentro de su círculo familiar? Escoja tres opciones:

Trompos	<input type="checkbox"/>	Ensacados	<input type="checkbox"/>	Rayuela	<input type="checkbox"/>
La carretilla	<input type="checkbox"/>	Yoyos	<input type="checkbox"/>	Bolillas	<input type="checkbox"/>
Las encondidas	<input type="checkbox"/>	Tres en raya	<input type="checkbox"/>	Las cometas	<input type="checkbox"/>

9. ¿Qué otras actividades preferiría usted realizar en este lugar?

Entornos Ecológicos (Natural)

Entornos Modernos (Arquitectónico)

ANEXO 2

FOTO CON EL PROPIETARIO DE LA QUINTA FORESTAL EL BOSQUE.



ANEXO 3
FOTOS DE LA QUINTA FORESTAL EL BOSQUE.



FOTOS DE LA QUINTA FORESTAL EL BOSQUE.



FOTOS DE LA QUINTA FORESTAL EL BOSQUE

