



## “Proyecto de Reingeniería de un Complejo Turístico en el Cantón Milagro”

Marlon Alejandro<sup>1</sup> Luis Veintimilla<sup>2</sup> Mariella Viteri<sup>3</sup> Victor Hugo Gonzalez<sup>4</sup>

Facultad de Economía y Negocios

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus “Gustavo Galindo V.”, Km. 30.5 Vía Perimetral, P.O.Box 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador

lveintim@espol.edu.ec<sup>1</sup>, galejand@espol.edu.ec<sup>2</sup>, mjviteri@espol.edu.ec<sup>3</sup>, vgonzal@espol.edu.ec<sup>4</sup>

### Resumen

*En el siguiente proyecto hemos decidido comprobar la viabilidad de una reingeniería a un complejo turístico en la ciudad de Milagro, llamado “VISALTUR”, teniendo como atributo diferenciador, que vamos a ser el primer complejo con la temática de las Piñas, fruta por la que muchas personas reconocen a la ciudad. Motivados por el crecimiento de la zona y del interés turístico por lugares rurales y el agroturismo.*

*Nos servimos de estudios de mercado, para saber cuales son las necesidades de nuestros potenciales clientes y de esta manera satisfacerlas, evaluamos nuestra situación actual en el mercado con distintos análisis, como el FODA, el análisis de Porter y la Matriz BCG, también realizamos un marketing mix para analizar nuestras 4 P's.*

*En el estudio técnico que realizamos, mostramos como vamos a realizar la reingeniería física del complejo en 2 etapas de construcción y todas las áreas con las que contamos en nuestro proyecto.*

*Con el estudio financiero comprobamos la rentabilidad de nuestro proyecto y demostramos en cuantos periodos podemos recuperar la inversión y cumplir con todos los inversionistas.*

**Palabras Claves:** Turismo, Milagro, complejo, reingeniería.

### Abstract

*In the next project we decided to test the feasibility of re-engineering a resort in the town of Milagro, called VISALTUR", having as a distinguishing attribute being the first complex with a Pineapple theme, fruit by which many people recognize the city. We are motivated by the growth of the area, rural places of tourist interest and agro-tourism.*

*We used market research to know what are the needs of our potential clients and satisfy them, we evaluated our current situation in the market with different tests, such as SWOT analysis and Porter BCG Matrix; also performed a marketing mix to analyze our 4 P's.*

*On the technical study we performed, we show how we will perform the physical re-engineering complex in 2 stages of construction and all areas that we have in our project.*

*With the financial study we test the profitability of our project and show in how many periods we can recover the investment and meet all investors.*

**Keywords:** Tourism, Milagro, complex, re-engineeringismo.



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



## 1. Introducción

Hemos decidido hacer la reingeniería de esta empresa, debido a que la ciudad de Milagro por tener una ubicación de, ciudad intermedia, le ha permitido ser el eje de la Región de la cuenca baja del río Guayas, por lo que es considerada la segunda ciudad más importante de la provincia por lo que cada día son más los empresarios que apuntan a este cantón.

A fin de aprovechar el buen momento de la economía turística, tenemos previsto la construcción de un Hotel dentro de las instalaciones de un centro Turístico en la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas.

El presente proyecto está diseñado para atender las necesidades de mercados meta con características socioculturales diferentes, pero con un factor en común, sus necesidades de ocio, esparcimiento y su deseo de romper con la rutina de la vida cotidiana de los centros urbanos, estas son las motivaciones principales para visitar nuestro hotel.

Acorde a estos antecedentes el ámbito de la empresa será de turismo rural además de los servicios ya establecidos y por los que ha sido reconocida alrededor de sus años de funcionamiento.

En este proyecto también debemos destacar la importancia de la inserción de los pobladores de la zona rural. Sólo los pobladores de la zona rural sienten su tierra y la muestran al público visitante como tal. Esta inserción de los pobladores no es fácil, deberá incluir la capacitación en servicios de quienes nos acompañen en la empresa; pero sus beneficios serán luego vistos en la calidad de vida de la población.

## 2. Antecedentes

La compañía es una Sociedad Anónima, cuya Escritura de Constitución fue otorgada mediante Escritura Pública celebrada ante el Notario Décimo Quinto del Cantón Guayaquil el 17 de Febrero de 1984 e inscrita en el Registro de la Propiedad del Cantón Milagro, Provincia del Guayas, República del Ecuador, en Febrero 29 de 1984

La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y tiene como domicilio la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas, República del Ecuador, pudiendo abrir sucursales o establecimientos en cualquier lugar de la República o del extranjero.

Mantiene sus instalaciones en las calles Tarqui y Paraguay sn, cuya extensión es de 670 metros cuadrados y que tiene como objeto dedicarse a las

actividades entre otras: centro de atracciones, canchas deportivas, piscinas, juegos infantiles, restaurante, auditorium para conferencias o espectáculos.

## 3. Objetivo

### 3.1 Objetivo General

Estudiar el mercado y evaluar la rentabilidad de la reingeniería de un complejo turístico en el cantón Milagro, dándole a este un valor agregado como lo es, el turismo rural.

### 3.2 Objetivos Específicos

Realizar una investigación de mercado meta del centro turístico en el cantón Milagro, para evaluar el nivel de aceptación hacia los servicios que se quieren ofertar.

Estudiar la factibilidad al ofrecer el innovador servicio de excursiones específicamente a cultivos de piña y caña de azúcar.

Promover el desarrollo económico, social y cultural del cantón por los distintos medios de comunicación.

El título principal (en la primera página) debe empezar a 3.49 cm. del borde superior de la página, centrado y a tamaño 14 Times, tipo negrilla. En mayúsculas la primera letra de nombres, pronombres, verbos, adjetivos y adverbios; en minúsculas artículos, conjunciones o preposiciones (a menos que el título empieza con esa palabra). Deje una línea de espacio en blanco después del título en tamaño 10.

## 4. Revisión Del Problema De Investigación

### 4.1 Macro entorno

Ecuador, oficialmente llamada República del Ecuador, es un país de América, situado en la parte noroeste de América del Sur, en la región andina, tiene una extensión aproximada a los 283.561 km<sup>2</sup>, que lo colocan en la septuagésima segunda posición en la lista de los países ordenados por superficie. En Ecuador habitan más de 13 millones de personas, por lo que se trata de la novena nación con mayor cantidad de hispanohablantes en el mundo. El español convive



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



con varias lenguas indígenas, reconocidas como co-oficiales en jurisdicciones especiales por el Estado ecuatoriano.

La conquista española en este territorio se inició en 1534 y por casi 300 años duró la colonia europea. La época independentista tuvo sus orígenes en 1809, e inició el proceso emancipador comprendido desde 1820 hasta el 1822. Después de la definitiva independencia del dominio español, parte del territorio se integró rápidamente a la Gran Colombia, mientras el territorio del litoral permaneció independiente hasta la anexión vía *manu militari* por parte de Simón Bolívar. En 1830 los territorios grancolombianos del sur se separaron y se creó la nación ecuatoriana. Ecuador consta como el principal exportador de banano a nivel mundial y uno de los principales exportadores de flores, camarones (gambas) y cacao.

Políticamente, es una república democrática, participativa y unitaria. La división administrativa del país, en el sentido geográfico se divide de 4 regiones naturales, mientras que en el campo político se compone de 24 provincias. La sede del gobierno y capital es la ciudad de Quito, mientras que el centro financiero-comercial y principal puerto marítimo es la ciudad de Guayaquil.

Debido a la presencia de la cordillera de los Andes y según la influencia del mar, el Ecuador continental se halla climatológicamente fragmentado en diversos sectores. Además, a causa de su ubicación tropical, cada zona climática presenta sólo dos estaciones definidas: húmeda y seca. Tanto en la Costa como en el Oriente la temperatura oscila entre los 20 °C y 33 °C, mientras que en la sierra, ésta suele estar entre los 8 °C y 23 °C. La estación húmeda se extiende entre diciembre y mayo en la costa, entre noviembre a abril en la sierra y de enero a septiembre en la Amazonía.

Galápagos tiene un clima más bien templado y su temperatura oscila entre 22 y 32 grados centígrados, aproximadamente. Ecuador es un país con una vasta riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Asimismo, posee una amplia gama de culturas.

## 4.2 Microentorno

El cantón Milagro se encuentra a 46 Km de Guayaquil, donde limita con cantones como: Yaguachi (Norte y Oeste), Naranjito (Sur), Simón Bolívar (Este). Con parroquias rurales como: Chobo, Cinco de Junio, Mariscal Sucre y Roberto Astudillo, posee una superficie de 401.1 Km<sup>2</sup> y una población de aproximadamente 140.103 habitantes.

La Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Milagro, corresponde al 35,41% de la población urbana y al 46,50% de la población en edad de trabajar (PET), de este porcentaje, el 73,18% corresponde a fuerza laboral masculina y el restante 26,82% constituyen la fuerza laboral femenina. Del PEA, el 1,42% corresponde al trabajo infantil de niños y niñas de 5 a 14 años. En la ciudad de Milagro el 30,95% corresponde a la población económicamente activa empleada, el 62,78% de la población económicamente activa subempleada y el 6,27% es población desempleada.

Es un cantón digno de admiración por su progreso en la agricultura, industria y comercio. Ocupa una importante zona agrícola, especialmente apta para la producción de piñas y caña de azúcar, además produce arroz, banano, café, cacao, plátano, y toda clase de frutas tropicales. Se destacan los ingenios azucareros, que generan la mayor parte de la producción de azúcar del país.

## 5. Plan de Marketing

El presente proyecto está diseñado para atender las necesidades de mercados meta con características socioculturales diferentes, pero con un factor en común, sus necesidades de ocio, esparcimiento y su deseo de romper con la rutina de la vida cotidiana de los centros urbanos, estas son las motivaciones principales para visitar nuestro centro turístico.

El objetivo de este proyecto es ofrecer tanto a propios como visitantes del cantón una opción de servicio de alojamiento, excursión enfocada en agroturismo, recreación, alimentación en modernas áreas para que de esta manera el centro turístico tenga mayor competencia en el mercado local y sus alrededores.

### 5.1 Misión

Somos una empresa que tiene el firme propósito dedicarse al turismo y recreación, brindar servicios competitivos de primera calidad.

Ser los pioneros en ofrecer el servicio de excursiones agroturísticas dentro de la ciudad de Milagro y sus alrededores.

### 5.2 Visión

Lograr un crecimiento constante y sostenido en la actividad de esparcimiento para todas las familias que se encuentran dentro y fuera de la urbe, mantener una incesante capacitación e innovación en nuestros servicios para demostrar eficiencia, eficacia y destreza a la hora de estar involucrado en el escenario de la competencia.

### 5.3 Matriz BCG

Analizando los datos obtenidos, llegamos a la conclusión de que la tasa de crecimiento<sup>1</sup> del Centro turístico es la apropiada ya que en el último año creció en un 20%, la participación del mercado aun se mantiene debajo del valor 1, lo cual nos ubica en el cuadrante del “Signo de Interrogación”.

El objetivo de este proyecto es incrementar nuestra participación del mercado con el fin de llegar al cuadrante “Estrella”.

Más allá de las afirmaciones de la Matriz BCG, la estrategia a seguir deberá aplicarse en el esquema de fortalezas y debilidades, a fin de evitar que el producto estrella se vea interrumpida o alterada, en su sendero que lo lleve hacia su transformación en Vaca Lechera.

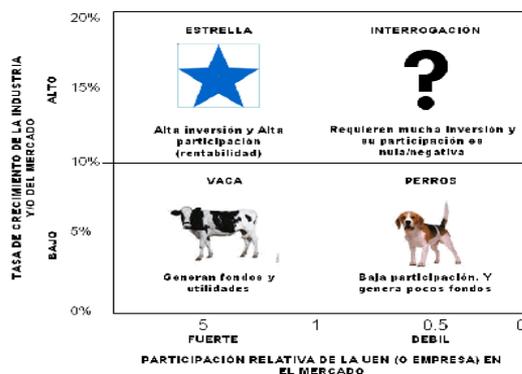


Figura 1. Matriz BCG.

## 8. Análisis FODA

### Fortalezas

Mayor calidad de servicios en la zona frente a nuestros competidores.

Alianzas establecidas con los principales actores del sector turístico a nivel nacional.

Alianzas estratégicas con productores de piñas de la zona.

Producto diferenciado frente a nuestros competidores.

Posicionado como el Primer Hotel Temático de Piñas en Ecuador.

### Oportunidades

Poco posicionamiento y reconocimiento de nuestros competidores a nivel internacional.

Interés de los proveedores por incrementar sus ventas.

La necesidad que existe en Guayaquil por diversificar producto turístico.

Apoyo del Ministerio de Turismo para el desarrollo del turismo y promoción del mismo.

La llegada del ferrocarril a la estación de milagro como último destino para los próximos dos años

### Debilidades

Poca experiencia en la gestión hotelera.

El 90% de nuestro personal será de la zona y el nivel de formación promedio es secundario.

### Amenazas

Ante el incremento de la demanda de servicios de alojamiento y restauración en la zona, nos vemos amenazados ya que otras empresas pueden interesarse en la zona debido al nuevo auge turístico por la que está atravesando milagro.

La cercanía que existe con Guayaquil para la decisión de alojamiento del turista.

Tendencia más creciente hacia el turismo de aventura.

## 9. Análisis de Porter

**Proveedores.-** Se tendrá un cierto poder de negociación con respecto a la mayoría de éstos

**Competencia Actual.-** Encontramos que hasta el momento existe competencia indirecta

**Competidores Potenciales.-** En general nuestra competencia potencial serán aquellos Complejos que están establecidos en el Cantón y que ofrecen servicios similares al nuestro.

**Productos Sustitutos.-** Son las nuevas áreas de entretenimiento en el cantón como: los cines,

<sup>1</sup> Fundamentos de Marketing – William J. Stanton

discotecas, salones de eventos y demás áreas de recreación gratuitas o privadas



**Figura 2.** Análisis Porter

## 9. Estudio Técnico

### 9.1 Datos Generales del Proyecto

La obra de construcción de la reingeniería del Complejo Turístico, estará a cargo de LIVARDIN, empresa que deberá dominar el área local, conseguir mano de obra barata, obtener toda la Infraestructura manual en cuanto a empleados, y contar con alguien especializado en trámites de permisos e impuestos, para poder dar ejecución a la obra sin ningún inconveniente.

El diseño y los trabajos de reestructuración de todas las áreas estarán bajo la responsabilidad de las siguientes personas:

Arquitectura, Diseño, a cargo del Arquitecto Antonio Loor Salazar.

Construcción de Instalaciones a cargo del Ingeniero Felipe Wong.

Electricidad e instalaciones de puntos eléctricos a cargo del Ingeniero Juan Bastidas Aguirre.

Las áreas verdes y jardines decorativos estarán a cargo de la decoradora de exteriores Simuy Wong.

### 9.2 Presupuesto de las obras a realizar

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto de las obras cuyo precio está establecido por m<sup>2</sup>. Los costos fueron determinados en base al tamaño de cada área y calculados de acuerdo al precio unitario asignado por dirección arquitectónica.

### Cronograma de las obras a realizarse

Para la construcción de las respectivas obras se requerirá un periodo de 6 meses, es decir 24 semanas laborables con jordanas de 8 horas diarias..

## 10. Estudio Financiero

### 10.1 Capacidad instalada

Las instalaciones del complejo turístico en la actualidad funcionan durante 10 horas de Lunes a Domingo. Para el presente proyecto se estimo que funcionarán 12 horas de Lunes a Jueves y 14 horas los viernes, Sábados y Domingos.

### 10.2 Demanda potencial

Tomando en cuenta la población del Cantón Milagro (140.103 habitantes), según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. Nuestra demanda potencial se detalla en la siguiente tabla.

<i>Demanda Potencial</i>		
<b>Demanda Potencial del Complejo Turístico</b>		
Población	Cantón	
Milagro		140,103.00
Porcentaje de habitantes del sexo Masculino		50%
<b>Clientes Potenciales del Complejo</b>		<b>64,447.38</b>
Porcentaje de habitantes con edad 20 - 39 años		34%
<b>Clientes Potenciales del Complejo</b>		<b>21,912.11</b>
Clase Social Media (Ingreso que percibe)		48%
<b>Clientes Potenciales Reales del Complejo</b>		<b>10,517.81</b>

Tabla 1: Demanda potencial anual

### 10.3 Inversión inicial

Para poner en marcha el presente proyecto, nos basamos en la implementación de obra física, Mobiliario y Equipos, capital de trabajo.

La siguiente tabla demuestra los valores necesarios para la inversión inicial de obra física, la misma que corresponde a todos los costos de construcción y remodelación de las áreas del complejo.

PRESUPUESTO REFERENCIAL DE OBRAS DE ADECUACION DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS				
AREAS DEL COMPLEJO	UND	TAMANO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
remodelacion de ingreso complejo	m2	global		6,000.00
Adecuacion de restaurante	m2	511.08	35.22	18,000.00
Adecuacion de areas de juegos infantiles	m2	918	3.27	3,000.00
Adecuacion de parqueo	m2	806.00	4.96	4,000.00
Adecuacion de areas de hamacas	m2	75.30	92.96	7,000.00
Adecuacion areas de piscinas	m2	997.42	7.02	7,000.00
Areas verdes	m2	688.70	4.36	3,000.00
Oficina	m2	48.30	103.52	5,000.00
Bodega	m2	53.00	37.74	2,000.00
Construccion de salon de eventos	m2	608.7	24.64	15,000.00
construccion de gimnasio/SPA	m2	164.66	42.51	7,000.00
Construccion de canchas	m2	868.78	10.36	9,000.00
Construccion hostel	m2	1045.1	232.51	263,000.00
Construccion de museo	m2	121.40	41.19	5,000.00
Construccion de banos y vestidores	m2	84.05	71.39	6,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>360,000.00</b>

Tabla 2: Inversión Inicial

### 10.4 Ingresos

Los ingresos principales del complejo turístico se obtendrán por los siguientes rubros:

- Alojamiento
- Restaurante
- Entrada de Piscinas
- Excursiones
- Alquiler de Canchas múltiples
- Otros ingresos:
  - Entrada al museo
  - Alquiler de Salón de eventos

### 10.5 Costos

#### Costos Directos

Son los principales costos que el complejo turístico considera para producir y estos varían de acuerdo a la demanda de sus clientes, dentro de estos encontramos los insumos y víveres necesarios para la elaboración de los platos en el restaurante, así como también los químicos utilizados para el mantenimiento de las piscinas, etc. En base al conocimiento del negocio se estima que los costos directos que están relacionados con la venta del Restaurant corresponden a un 40 % de la facturación.

#### Costos Indirectos

Dentro de estos costos consideramos publicidad, suministros de oficina, el servicio de internet, la música y variedad, este último se refiere a los artistas que se contrataran para los eventos puntuales que se realicen en el área de restaurante, dándole un ambiente diferente.

### 10.6 Financiamiento

El 90% de la inversión será financiada a través de la Corporación Financiera Nacional, con un plazo de 10 años, gozando de un periodo de gracia de 2 años a una tasa de interés anual del 9.3%, los periodos de pagos serán anuales.

<b>Prestamo CFN</b>	<b>\$364,500.00</b>
<b>Capital Propio</b>	<b>\$40,500.00</b>
<b>Tasa de Interes</b>	<b>9.30%</b>

Tabla 3:Préstamo

### 10.7 Estado de Resultados

En el Estado de Resultados mostramos los Ingresos por concepto de Alojamiento, Restaurante, y otros Ingresos precedentes de Excursiones, alquiler de canchas múltiple, alquiler de salón de eventos y venta entradas al museo arqueológico.

Por otra parte se puede observar los Costos Directos e Indirectos que afectan al proyecto y los Gastos Administrativos, de Publicidad, Varios, Depreciación

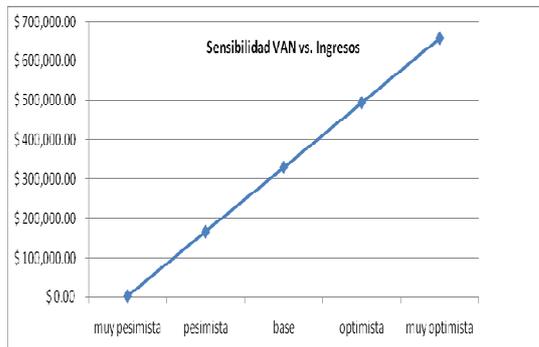
por Activos e Imprevistos, pero no podemos dejar de lado la Utilidad Neta que generará el proyecto durante su período de estudio.

## 10.8 Flujo de Caja

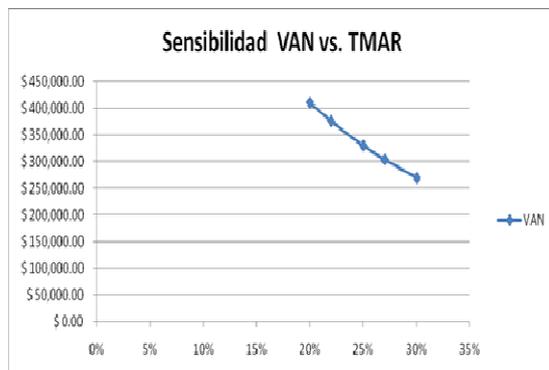
Mostramos el Flujo de caja considerando todos los Ingresos y Egresos del complejo en la situación actual sin proyecto y otro aplicando la reingeniería del complejo turístico, en el que se muestra la inversión que se realizará para llevar a cabo este proyecto.

## 10.9 Análisis de Sensibilidad

Vamos a realizar un análisis de sensibilidad unidimensional en la que se muestra primero el VAN vs. El porcentaje de variación de ingresos y otro en el que se muestra Van vs. TMAR, cabe indicar que para efectos de este proyecto la TMAR que utilizamos es 25% y no la que resultado del cálculo obtenido 17.78% puesto que en base a información y requerimientos de los accionistas se requiere incrementar en unos puntos a la tasa que se estimada.



**Figura 3.** Sensibilidad van vs. Ingresos



**Figura 4.** Sensibilidad van vs TMAR

## 11. Conclusiones

Al finalizar con el desarrollo de los Capítulos propuestos para la reingeniería del Complejo Turístico, se presentan a continuación las Conclusiones y Recomendaciones.

El presente proyecto ayudara a promover el desarrollo agro turístico del Cantón Milagro, considerada la segunda ciudad más importante de la provincia del Guayas, puesto que el 83.3% de la población si está de acuerdo con la creación del servicio de alojamiento, el mismo que está ligado a las excursiones, adicional a esto tomamos como referencia que del total de la población encuestada el 37% proviene de otras provincias o ciudades por la que nos deja un panorama favorable para nuestro trabajo.

La inversión que requerirá el proyecto es de \$ 405.000,00; la misma que será financiada en un 90% por la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 9.3% anual y el 10% con capital propio.

La evaluación financiera del proyecto indica que se tendrá una TIR de 438% Frente a una TMAR de 25%, por lo que se concluye que el proyecto si es viable financieramente.

Se destaca además el efecto multiplicador de la economía ecuatoriana, ya que por estar provista de muchos insumos, el Complejo puede hacer uso de ellos, sin necesidad de tener que buscarlos fuera del país; incentivando en su justa medida la producción local y nacional; además creando empleos indirectos.

La factibilidad del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en la demanda de horas esperadas, tasa de descuento y costos; como lo demuestra la simulación de escenarios realizada a través de la herramienta "Crystal Ball"

En el análisis de sensibilidad se puede observar que la probabilidad de obtener un VAN de \$ 800.000 es del 56.83% aproximadamente, por lo que es un proyecto financieramente viable.

## 12. Agradecimiento

A Dios sobre todas las cosas, a mis padres pilares fundamentales en mi vida, gracias por ese apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, a mi hermana



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



por su orientación y aportar con sus conocimientos para este proyecto.

## 13. Referencias

- [1] Administración Robbins, stephen p. Y coulter mary. Sexta edición. Prentice hall México 2000.
- [2] Evaluacion de proyectos Baca urbina, gabriel. Cuarta edición. Mc graw – hill México. 2001.
- [3] Fundamentos del marketing William j – staton 14 ava edición 2007.