



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADA  
EN TURISMO**

**TITULO DEL PROYECTO**

**ESTUDIO DE LAS NECESIDADES TURISTICAS DEL CANTÓN MILAGRO  
PROVINCIA DEL GUAYAS PAIS ECUADOR PARA CONTRIBUIR A MEJORAR SU  
DESARROLLO ECONOMICO Y TURISTICO EN EL PERIODO 2013-2014**

**TUTOR:**

**Lcda. Magyuri Mariela Zambrano Burgos. MSc**

**Autor (a) Tatiana Carolina Trelles Campuzano**

**Milagro, Octubre 2014**

**ECUADOR**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Tatiana Carolina Trelles Campuzano, para optar al Título de Licenciatura en Turismo y que acepto tutoriar a la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 6 días del mes de Mayo del 2014

Lcda. Magyuri Mariela Zambrano Burgos. MSc.

Firma del Tutor(a)

## **DECLARACION DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que este referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 9 días del mes de octubre del 2014

---

Srta. Tatiana Carolina Trelles Campuzano

Firma del egresado (a)

CI: 0940354772

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo la obtención del título de Licenciatura en Turismo otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones.

MEMORIA CIENTIFICA	( )
DEFENSA ORAL	( )
TOTAL	( )
EQUIVALENTE	( )

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

## **DEDICATORIA**

Es importante para mí dedicar este proyecto a Jehová Dios que es el que me dio su bendición para poder realizarlo y de poder sentir esta inmensa alegría de verme realizada profesionalmente.

De la misma manera, dedico este trabajo a mis padres Tony Trelles Crespo y Blanca Campuzano Vera ejemplo de esfuerzo dedicación amor y responsabilidad, que gracias a su apoyo y a los valores que me han inculcado eh podido sobrellevar muchas adversidades en esta vida.

A mis maestros que han sido una herramienta fundamental para guiarnos en toda nuestra carrera estudiantil en inculcarnos los valores principales para ser una mejor persona.

Tatiana Carolina Trelles Campuzano.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme fortaleza, paciencia, y sobre todo por su bendición para poder culminar una meta más para mí.

La gratitud eterna a mis padres por su apoyo incondicional y su generosidad, por haberme dado la oportunidad de poder estudiar y crecer como persona.

También a todos los docentes de la carrera, que formaron grandes pilares de conocimiento en nosotros durante el ciclo de estudio, a la Lcda. Magyuri Zambrano B MSc; MSc. Rigoberto Zambrano, Ing. Dolores Mieles, por su incondicional ayuda y por compartir conmigo sus conocimientos.

Tatiana Carolina Trelles Campuzano.

## **CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR**

Ing. Fabricio Guevara Viejó, MSc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue 'ESTUDIO DE LAS NECESIDADES TURISTICAS DEL CANTON MILAGRO PROVINCIA DEL GUAYAS PAIS ECUADOR PARA CONTRIBUIR A MEJORAR SU DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISTICO EN EL PERIODO 2013-2014; y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 9 de Octubre del 2014

Srta. Tatiana Carolina Trelles Campuzano

Firma del Egresado(a)

CI: 0940354772

## RESUMEN

El presente trabajo propone la realización de un estudio de las necesidades turísticas en el Cantón Milagro para contribuir a mejorar su desarrollo económico y turístico, considerando que es la sede administrativa de la Zona 5, y con la apertura de la estación del Tren, tendremos un auge de Turistas hacia la ciudad, este trabajo de investigación que tiene como objetivo identificar aquellas necesidades que detienen el proceso de desarrollo económico y turístico para el Cantón Milagro así como también buscar la solución al problema a través de métodos y técnicas de investigación.

Por medio de este estudio se pudo determinar que la comunidad milagreña está insatisfecho en varios aspectos como la falta de promoción, el desinterés por parte de las autoridades, falta de información y asesoramiento para poder llevar acabo los establecimientos por el bajo conocimiento del gestor en los proceso de gestión turística.

Con el Plan de Capacitación Turística se pretende capacitar a los gesteros de la Planta Turística para que puedan obtener conocimientos y técnicas que le ayuden a mejorar cada establecimiento, desde el servicio al cliente, buenas prácticas de manufactura, marketing turístico y todo en relación a la gestión turística. A través de alianzas estratégicas de parte de la Municipalidad de la Ciudad de Milagro y las Universidad Estatal de Milagro.

Este proyecto Social dará beneficios por ambas partes ya sea tanto para los gestores de la planta turística que serán quienes obtengas los conocimientos que les servirá para llevar adelante su establecimiento; así como para los estudiantes de la carrera de licenciatura en turismo quienes brindaran las capacitaciones y puedan obtener experiencia mediante prácticas profesionales.

**Palabras Claves:** necesidades turísticas, asesoramiento, capacitación.



## ABSTRACT

This Project proposes a study of tourism in Cantón Milagro needs to help improve their economic and tourism development, considering that Milagro is the administrative headquarters of Zone 5, and the opening of the railway station, we several tourists visit, this work aims to identify all those needs that stop the process of economic development and tourism for the Canton Milagro well as find a solution to the problem through methods and research techniques.

Through this study the results of the population of Cantón Milagro feel satisfied in several aspects such as lack of promotion, lack of interest from the authorities, lack of knowledge tourist.

With the Plan tourism training aims to train gestures of Tourist plant so that they can gain knowledge and techniques that will help improve each facility, whether customer service or good manufacturing practices, tourism marketing and others. Through strategic alliances on behalf of the Municipality of the Milagro City and Milagro state University.

This project will social benefits both parties either for both tourism plant managers to be who you obtain the knowledge that will help them carry out their establishment; well as for students of the carrier in tourism who will provide the training and to gain experience through internships

**Key words:** tourist needs, counseling, training.

## INDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACION DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Formulación del problema.....	4
1.1.3 Sistematización del problema.....	4
1.1.4 Delimitación del problema.....	4
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.3.1 Justificación de la Investigación.....	6
CAPITULO II.....	7
MARCO REFERENCIAL.....	7
3.1 MARCO TEORICO.....	7
3.1.1 Antecedentes Históricos.....	7
3.1.2 Antecedentes Referenciales.....	16
3.2 MARCO LEGAL.....	39
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	46
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.....	49
2.4.1 Hipótesis General.....	49
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	49
2.4.3 Declaración de las Variables.....	49
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	50
CAPITULO III.....	51

<b>MARCO METODOLOGICO.....</b>	<b>51</b>
<b>3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA .....</b>	<b>53</b>
<b>3.2.1 Características de la Población .....</b>	<b>53</b>
<b>3.2.2 Delimitación de la Población .....</b>	<b>53</b>
<b>3.2.3 Tipo de Muestra .....</b>	<b>53</b>
<b>3.2.4 Tamaño de la muestra.....</b>	<b>54</b>
<b>3.2.5 Proceso de Selección.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS .....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.1 Los Métodos .....</b>	<b>55</b>
<b>3.3.2 Encuesta .....</b>	<b>55</b>
<b>3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION .....</b>	<b>56</b>
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>57</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS .....</b>	<b>57</b>
<b>4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.....</b>	<b>72</b>
<b>4.3 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS.....</b>	<b>72</b>
<b>4.3.1 Hipótesis General .....</b>	<b>72</b>
<b>4.3.2 Hipótesis Particular .....</b>	<b>72</b>
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>73</b>
<b>LA PROPUESTA.....</b>	<b>73</b>
<b>5.1 TEMA.....</b>	<b>73</b>
<b>5.2 FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>73</b>
<b>5.3 JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>74</b>
<b>5.4 OBJETIVOS .....</b>	<b>75</b>
<b>5.4.1 Objetivo General de la Propuesta .....</b>	<b>75</b>
<b>5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta .....</b>	<b>75</b>
<b>5.5 UBICACIÓN.....</b>	<b>76</b>
<b>5.6 FACTIBILIDAD .....</b>	<b>78</b>
<b>5.6.1 Factibilidad Administrativa .....</b>	<b>78</b>
<b>5.7.1 Inventario de los recursos que se requiere invertir .....</b>	<b>81</b>
<b>5.7.2 Ingresos y Gastos.....</b>	<b>82</b>
<b>5.7.3 CRONOGRAMA.....</b>	<b>83</b>
<b>5.7.6 Lineamientos para evaluar la Propuesta .....</b>	<b>92</b>

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1 Matriz de Necesidades Turísticas del Cantón Milagro</b> .....	11
<b>Cuadro 2 Inventario Turístico del Cantón Milagro</b> .....	13
<b>Cuadro 3 Operacionalización de las Variables</b> .....	50
<b>Cuadro 4 Encuesta</b> .....	58
<b>Cuadro 5 Encuesta</b> .....	59
<b>Cuadro 6 Encuesta</b> .....	60
<b>Cuadro 7 Encuesta</b> .....	61
<b>Cuadro 8 Encuesta</b> .....	62
<b>Cuadro 9 Encuesta</b> .....	63
<b>Cuadro 10 Encuesta</b> .....	64
<b>Cuadro 11 Encuesta</b> .....	65
<b>Cuadro 12 Encuesta</b> .....	66
<b>Cuadro 13 Encuesta</b> .....	67
<b>Cuadro 14 Encuesta</b> .....	68
<b>Cuadro 15 Encuesta</b> .....	69
<b>Cuadro 16 Encuesta</b> .....	70
<b>Cuadro 17 Encuesta</b> .....	71

<b>Cuadro 18 Inventario de los recursos que se requieren para el Plan de Capacitación Turística.....</b>	<b>81</b>
<b>Cuadro 19 Detalle de Ingresos y Gastos .....</b>	<b>82</b>
<b>Cuadro 20 Cronograma de Actividades del Proyecto .....</b>	<b>83</b>
<b>Cuadro 21 Cronograma de Actividades para las Capacitaciones .....</b>	<b>85</b>
<b>Cuadro 22 Plan de Capacitación Turística .....</b>	<b>86</b>
<b>Cuadro 23 Introducción al Turismo .....</b>	<b>87</b>
<b>Cuadro 24 Servicio al Cliente .....</b>	<b>88</b>
<b>Cuadro 25 Microempresario Emprendedor .....</b>	<b>89</b>
<b>Cuadro 26 Buenas Prácticas de Manufactura .....</b>	<b>90</b>
<b>Cuadro 27 Marketing como herramienta básica para incrementar las ventas .....</b>	<b>91</b>

## INDICE DE GRAFICOS

<b>Grafico 1 Porcentaje de la Pregunta 1 .....</b>	<b>58</b>
<b>Grafico 2 Porcentaje de la pregunta 2.....</b>	<b>59</b>
<b>Grafico 3 Porcentaje de la pregunta 3.....</b>	<b>60</b>
<b>Grafico 4 Porcentaje de la pregunta 4.....</b>	<b>61</b>
<b>Grafico 5 Porcentaje de la pregunta 5.....</b>	<b>62</b>
<b>Grafico 6 Porcentaje de la pregunta 6.....</b>	<b>63</b>
<b>Grafico 7 Porcentaje de la pregunta 7.....</b>	<b>64</b>
<b>Grafico 8 Porcentaje de la pregunta 8.....</b>	<b>65</b>
<b>Grafico 9 Porcentaje de la pregunta 9.....</b>	<b>66</b>
<b>Grafico 10 Porcentaje de la pregunta 10.....</b>	<b>67</b>
<b>Grafico 11 Porcentaje de la pregunta 11.....</b>	<b>68</b>
<b>Grafico 12 Porcentaje de la pregunta 12.....</b>	<b>69</b>
<b>Grafico 13 Porcentaje de la pregunta 13.....</b>	<b>70</b>
<b>Grafico 14 Porcentaje de la pregunta 14.....</b>	<b>71</b>

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1 Ubicación del Canton Milagro.....</b>	<b>76</b>
<b>Figura 2 Ubicación del Municipio de Milagro en donde se dictaran las Capacitaciones .....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 3 Ubicación de los Gestores de la Planta Turística de la Ciudad de Milagro .....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 4 Modelo de Triptico para brindarles informacion respecto al Plan de Capacitacion .....</b>	<b>93</b>

## INTRODUCCIÓN

El turismo empezó desde el inicio de la historia de la humanidad cuando el hombre sintió la necesidad de desplazarse de manera sedentaria, ya sea por alimentos, ocio o por otros fines en donde buscaban actividades diferentes al de su entorno habitual.

La parte turística de la ciudad de Milagro son de vital importancia para el desarrollo económico y social, desde la generación de empleo, dinamismo del mercado interno, hasta la creación de nuevas tendencias de negocios basados en el turismo, al ser una ciudad considerada como zona administrativa de la región 5 según la SENPLADES, más la habilitación de la estación del ferrocarril permite un auge de turistas locales por lo que la ciudad no cuenta con la plataforma turística adecuada para la atención de los turistas, esto genera deficiencia en la gestión de la plantas turísticas en sus diversos aspectos, con la presente investigación se basa fundamentalmente en contribuir al desarrollo económico y turístico el Cantón Milagro, mediante un estudio de Necesidades Turísticas y aportar al crecimiento de cada uno de los establecimientos de la planta turística mediante una propuesta.

Los resultados obtenidos por el instrumento de investigación se determinó que es necesario la Plan de Capacitación para la Planta Turística los gestores de diferentes áreas que brinden servicios Hoteleros y/o Alimentos y bebidas, obtengan información necesaria para llevar adelante a su empresa, a través de diferentes tópicos.

Últimamente el desarrollo del sector turístico ha crecido rápidamente a causa de los avances tecnológicos, globalización, cambio de la demanda, y más. Pero en el Cantón Milagro existe un déficit en la Promoción y el desarrollo Turístico, debido al poco aporte económico de parte de las Instituciones encargadas en el desarrollo generalizado del mismo, o muchas veces por parte de su propia empresa.



# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematización**

A nivel Mundial el Turismo es una de las principales actividades de ingresos para muchas empresas, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) el turismo creció un 5%. Este desplazamiento de turistas se ha convertido en un inconveniente al momento de trasladarse según la revista (La Ciudad Viva, 2013) menciona que las ciudades en general pierden “Calidad de Vida”

Refiriéndose a que los desplazamientos para, trabajar o divertirse se convierten en horas interminables en medio del smog y el cansancio, y es ahí en donde se ve la necesidad de que se lleve a cabo complejos Turísticos, centros comerciales, Hoteles cinco estrellas, estadios monumentales, autopistas, para poder satisfacer las necesidades de los turistas.

Según Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica andes, el sector turístico es clave para la transformación de la matriz productiva del país, necesita desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórica, cultural, el medio ambiente, las comunidades y la economía (PLANDETUR 2020, s.f.), convertir los sitios turísticos en destinos de excelencia será un reto grande para el sector .

En el Cantón Milagro existen problemas que limitan el desarrollo turístico como, infraestructura inadecuada en ciertos sectores, carencia de organizadoras especializadas

que brinden ayuda a los turistas acerca de los principales puntos de interés, carencia de fuentes de información estadísticas como costos, ingresos, utilidades del sector donde la necesidad de una investigación facilite la puesta en marcha de proyectos turísticos según (Aplicación de Estrategias de Marketing, 2012).

### **Causas**

Debido a lo expresado en los párrafos anteriores se ha detectado que el problema presentado se originó en la siguiente causa:

1. Información de la Planta Turística que requieren en la actualidad para realizar proyectos turísticos.
2. Planificación Estratégica para el desarrollo y crecimiento del turismo.
3. Ausencia de identificación de las potencialidades Turísticas del Cantón Milagro.

### **Efectos**

Estas causas tienen como consecuencia los siguientes efectos, de los cuales vamos a ver a continuación:

- 1 Ausencia de proyectos Turísticos para mejorar el Desarrollo del Cantón Milagro.
- 2 Escases de ideas y presupuestó para el desarrollo y crecimiento del Turismo.
- 3 Carencia de información para ofertar las potencialidades turísticas del Cantón Milagro.

### **Pronostico**

De continuar la falta de interés por parte de las Autoridades y Ciudadanos, al no realizar un Estudio de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro, el Desarrollo Turístico del Canon se verá afectado, no podrá avanzar y se tendrá como consecuencia escases de Proyectos de inversión Turística, Ausencia de Atractivos Turísticos y la disminución del flujo de Turistas.

### **Control del Pronóstico**

Al realizar un Estudio de Necesidades Turísticas a la Población del Cantón Milagro, se podrá obtener la información necesaria para poder emprender con proyectos Turísticos,

mejorar los atractivos existentes y así pueda Desarrollarse de manera Económica y Turística.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cómo incide un Estudio de las Necesidades Turísticas de la Población del Cantón Milagro a su Desarrollo Económico y Turístico en el Periodo 2013-2014?

### **1.1.3 Sistematización del problema**

¿Cómo incide la ausencia de proyectos Turísticos en el desarrollo del Cantón Milagro?

¿De qué manera afecta la escasas de planificación y propuesta de producto turístico al desarrollo y crecimiento del mismo?

¿Cómo influye la carencia de Información al ofertar las potencialidades turísticas del Cantón Milagro?

### **1.1.4 Delimitación del problema**

Estudio de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro Provincia del Guayas país Ecuador para contribuir a mejorar su Desarrollo Económico y Turístico en el Periodo 2013-2014.

**Realidad Poblacional:** Cantón Milagro, Provincia del Guayas, País Ecuador.

**Espacio:** Población del Cantón Milagro.

**Tiempo:** Periodo 2013-2014.

**Variable Independiente:** Estudio de las Necesidades Turísticas.

**Variable dependiente:** Desarrollo Económico y Turístico.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Determinar cómo afecta las Necesidades Turísticas al Desarrollo Económico y Turístico del Cantón Milagro.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- 1 Analizar como incide la ausencia de proyectos turísticos en el desarrollo del Cantón Milagro.
- 2 Identificar de qué manera afecta la planificación y propuesta de los productos turísticos al crecimiento y desarrollo socioeconómico del Cantón Milagro.
- 3 Diagnosticar cómo influye la carencia de información al ofertar las potencialidades turísticas del Cantón Milagro.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

### **1.3.1 Justificación de la Investigación**

Actualmente en muchos Países las necesidades Turísticas son estudiadas utilizando la planificación estratégica y el marketing, instrumentos que permite determinar en conjunto con la comunidad las necesidades turísticas y el tipo de proyectos que se busca atraer según (ILPES, s.f.) Ya que les facilita el inicio de los proyectos turísticos. (Patricia Marmol Sinclair, 2012) Dice que la demanda de un servicio interviene la satisfacción de las necesidades.

Cuando un país se plantea como prioridad impulsar el turismo, es necesario formular un estudio de las necesidades Turísticas y conjunto a un plan estratégico mejorar su Desarrollo. En el Ecuador contamos con (PLANDETUR 2020, s.f.) Lo cual se convirtió en el programa guía de la inversión pública Turística en materia de desarrollo, y deba ser la herramienta de trabajo obligatoria, por su contenido para los actores de este sector.

El estudio de las necesidades Turísticas busca identificar los factores que inciden en el Desarrollo Turístico del Cantón Milagro con respecto a los diferentes servicios que brindan los diferentes Establecimientos que se encuentran radicadas en este sector. El ministerio de Turismo como ente principal de la actividad Turística del Ecuador, tiene como atribuciones contempladas en la (Ley Organica de Turismo , s.f.) “Planificar la Actividad Turística del País”.

Esta planificación beneficiaria el cantón Milagro, cuya investigación requiere de un Estudio de las Necesidades Turísticas, para poder preceder a realizar las propuestas hacia un Desarrollo Turístico y económico del Cantón, facilitando a muchas personas una inversión turística, es por eso que para lograr los objetivos de estudio se acude a las técnicas de investigación.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **3.1 MARCO TEÓRICO**

##### **3.1.1 Antecedentes Históricos**

###### **Necesidades del Turista**

Las primeras manifestaciones turísticas empiezan desde la edad antigua, en la literatura podremos apreciar claramente estos sucesos como por ejemplo (La Eneida, La Ilíada, y La Odisea), lo que causo mucho desplazamiento fueron los juegos Olímpicos Griegos, donde la necesidad de viajar por motivación y recreación fueron características del Turismo.

Por la Edad Media surge la necesidad de conquistar Regiones lo que motiva desplazamientos Humanos y nace la famosa Guerra de las “Cruzadas”, peregrinaciones a Santiago de Compostela, la existencia de posadas o casas de reposo en los caminos y una gran expansión y búsqueda de nuevas Rutas para el Comercio.

Casi a mediados del siglo XVI en Italia aparece el uso de coches y carrozas lo que incita a las personas trasladarse de un lugar a otro por causa de la necesidad de viajar, en Alemania surge el coche de uso Ligero denominado Berlina, luego en el siglo XVII surgió el viaje del Caballero y la Diligencia ya que constituían el principal medio de comunicación por los caminos secundarios en donde difícilmente se circulaba.

En Europa y Estados Unidos en el siglo XIX se desarrollaron las líneas ferroviarias debido a la necesidad de transportarse lo que ayudo mucho a mejorar la comercialización entre los diferentes países, a mediados de este siglo los monumentos y los museos

fueron catalogados como lugares de interés Turístico lo que llevo a establecer horarios y precios. (ROCIO, 2011)

También surge la primera Agencia de Viajes en 1841 por el señor Thomas Cook quien por primera vez traslado a 500 personas en un viaje por motivos de un congreso anti alcohol, y se dedicó a ofrecer servicios de mediadora entre las necesidades que demandaba el cliente y una oferta de Transporte, alojamiento y atractivos Turísticos. (Espin)

Entre otras necesidades se desarrolló también la tendencia de evento deportivos, club Alpinos, la creación de oficinas donde brinden información en base a la necesidad de querer saber acerca de algún lugar en específico. La primera guerra mundial (1914-1918) trajo consigo también varias necesidades para viajar por medio del transporte marítimo lo cual se estableció como único medio transcontinental. Entre los barcos podemos mencionar (El Lucitania, Mauritania de la Cunard Line, Titanic de la White Star Line) llamados también cruceros.

Comienzan los famosos Cruceros y se establecen Rutas en el Mediterráneo, mientras que sustituían los antiguos vehículos de vapor por los de combustión Interna. A partir de la segunda guerra mundial el continente Europeo entra en una etapa de Recuperación económica-social y Reconstrucción del mejoramiento de vida, lo que incremento el turismo y se inició un avance dentro de la transportación aérea.

El turismo ha pasado a transformarse en un turismo social y cultural las necesidades turísticas nacen en base a los cambios que surge un país o una nación, influyen los cambios tecnológicos, innovación y la capacidad que tiene las grandes industrias del Turismo para poder satisfacer aquellas necesidades. (ROCIO, 2011)

### **Primeras manifestaciones del Turismo en el Cantón Milagro**

Empieza el turismo en el Cantón Milagro a darse con la llegada del Tren, desde la construcción del ferrocarril en el gobierno de Gabriel García Moreno, que en el año de 1873 pone al servicio del Ecuador con 41 km de vía, desde el Cantón Yaguachi hasta la ciudad de Milagro y en 1895 con el triunfo de la revolución Liberal la obra fue retomada por el General Eloy Alfaro.

Según Ferrocarriles del Ecuador fueron uno de los hechos más importantes para que la ciudad de Milagro alcance su desarrollo en aquella época. Indica que esta obra a medida que creció significó la posibilidad de unir a la Región Costa con la Región Sierra y se logró unir lo que la naturaleza había separado.

(Rivas, 2007)

Inclusive se fue acortando las diferencias interregionales entre la región Litoral o Costa y la región Interandina o Sierra. El tren unió identidades, y fue un sinónimo de progreso, ya que se convirtió en el mejor aliado para la comercialización de nuestros productos, por la facilidad de transportar grandes volúmenes de pasajeros y de carga, gracias a esta obra el tren le dio a la ciudad de Milagro un dinamismo Económico Y turístico importante ya que el principal Interés de viaje era para la comercialización e intercambio de nuestros productos.

El ferrocarril llega a la ciudad de Milagro el primero de Mayo de 1874 cumplió una gran jornada donde con el pasar del tiempo el Cantón 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 provenía de otros sectores del país y su última llegada a la ciudad de Milagro fue el 7 de Febrero de 1998.

La llegada de Turistas también surgió cuando terminaron de construir la autopista Panamericana Duran Tambo con anexo Duran Boliche y abrieron tramo de la ciudad de Milagro hasta el Km. 26, Hoy en día conocido como Virgen de Fátima, la ubicación intermedia del Cantón permitió ser el eje de la cuenca baja del Rio Guayas gracias a esto es considerada la segunda ciudad más importante de la Provincia del Guayas y a su vez los buses que provienen de otras provincias y cruzan por la ciudad, les permite a los pasajeros apreciar como es la vida en la Ciudad de Milagro.

La demanda turística creció debido los cultivos de piña y de otros Frutos, el microclima que cuenta el Cantón Milagro sumo a la bondad de la tierra para que permitiera producir todo lo que se siembre.



## **Evolución de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro**

### **Situación Turística del Cantón Milagro**

Las principales vías de acceso hacia el Cantón Milagro se encuentran en buenas condiciones debido al mantenimiento que ha recibido de parte de las autoridades y del Consejo provincial, en las vías cuenta con servicios de emergencia como: grúas, ambulancias, paraderos de emergencia, teléfonos de emergencia (SOS) para atender en caso de fallo en el vehículo o accidentes.

Cuenta también con servicios de restaurantes o estaciones de servicio donde el visitante puede disfrutar de la diferente gastronomía, aunque existe una deficiencia en el servicio. Dada la ubicación que cuenta el Cantón Milagro las vías de acceso sirven no solo para buses de Transporte Inter cantonal si no también interprovincial y local, contando con Buses Urbanos y Taxis.

Sin embargo muchas personas que ofrecen este servicio de transportación urbana no se encuentran lo suficientemente preparados para poder brindar un servicio con respeto y amabilidad, tanto los habitantes como los visitantes que hacen uso de este servicio son tratados de forma descortés.

Entre los atractivos Turísticos que cuenta El Cantón Milagro según (F Coronado, s.f.) En su investigación indico que (MINTUR, s.f.) Determino para el año 2009 que el inventario turístico contaba con 7 atractivos, cumpliendo con todos los requisitos para ser considerados atractivos turísticos según la metodología de inventario que dicta la ley de turismo.

## Matriz de Necesidades

La siguiente matriz está elaborada en base a una recopilación de varios proyectos de investigación, y proyectos de factibilidad que no han sido puestos en marcha en base a las necesidades y Estrategias que dicta en el Diagnostico del Sistema Turístico del Cantón Milagro para su Desarrollo Turístico.

**Cuadro 1 Matriz de Necesidades Turísticas del Cantón Milagro**

<b>Necesidades</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Motivo</b>	<b>Autores</b>
Aplicación de Estrategias de Marketing al Turismo	Cantón Milagro	Diseñar y plantear un plan de Mercadeo con la finalidad de Fomentar la participación para mejorar el Desarrollo Turístico.	(Sabina & Maria, 2012)
Centro Ecológico y Turístico	Vía Naranjito Cda. Banco de Arena	Abundancia de Flora en dicha área.	(Ayala & Vargas, 2013)
Complejo Agroturístico	Vía Parroquia Roberto Astudillo km ½	Fomentar el turismo a través de una alternativa novedosa e innovadora lo cual sea una gran fuente de trabajo y ayude al Desarrollo.	(Laura, 2012)
Diagnóstico del Sistema Turístico del Cantón Milagro	Cantón Milagro	Utilizar una frase como slogan para promoción Diseñar Productos Turísticos Acordes al perfil de la demanda potencial. Realizar Campañas para promoción Turística. Capacitación para las personas ofrecen el servicio de Turismo.	(F Coronado, s.f.)
Ruta Turística de Jardines y Viveros Tropicales	Km ½ Vía Naranjito hasta la Parroquia Roberto Astudillo	Existe una gran variedad de jardines y Viveros Tropicales pero no se encuentran debidamente capacitados.	(Garaicoa, 2011)

**Fuente: Recopilación Propia**

En el Inventario Turístico se indica que el Cantón cuenta con tres atractivos naturales que son: Río Venecia Central, Río Milagro y El Balneario las Cataratas. Y cuenta con cuatro atractivos Culturales que son: El Parque Norte de Milagro, Parque Central Rafael Cervantes, Museo Julio Viteri Gamboa y Las fiestas de Cantonización.

En el Cantón Milagro encontramos diferentes clases de Turismo, como por ejemplo el Industrial, existen varios puntos estratégicos para el Turismo agroindustrial donde se puede apreciar la elaboración y el proceso de la caña de Azúcar en el Ingenio Valdez en el que se encuentran verdaderas reliquias de la Industria. Cuenta con una de las principales máquinas Baldwin conocida como (Dolores) de Cuatro máquinas en total del año 1922, también cuenta con antiguos trapiches que sirvieron para extraer el jugo de la caña de azúcar.

En el Agroturismo encontramos una gran variedad de sembríos como la piña y la caña de azúcar que han sido las frutas simbólicas del Cantón, al ingresar a la ciudad desde la vía Guayaquil-Milagro se podrá apreciar un grandioso monumento de la Piña que se ilumina por las noches y constituyen un impresionante espectáculo nocturno, otro atractivo también es el monumento en honor a los zafreiros del Ingenio Valdez que también está por culminar, en el cual refleja el sacrificado trabajo de cortar la caña de azúcar y se la puede apreciar desde la vía Yaguachi-Milagro.

El Cantón Milagro cuenta con Frutales, bosques maderables, Haciendas de Banano y parcelas completas de viveros con una gran variedad de plantas asombrosas que le brindan al lugar un colorido singular, la vía que dirige hacia Naranjito lucen sembrada de negocios de Viveros, según el Plan de Desarrollo Turístico indica y se orienta más a generar una red de atractivos culturales y naturales, entre ellas surge la necesidad de crear una Ruta Turística en el cual se puedan apreciar los Viveros que cuenta esta determinada zona.

Lo viveros con más relevancia en la ciudad de Milagro es el Jardín vivero Luis y Ana que se encuentra ubicado en la Vía Milagro Naranjito, jardines Donoso Castro, en donde se podrá encontrar una gran variedad de bonsáis o también llamados arboles enanos, los Linderos de Venecia es otro lugar en el cual los turistas pasan para poder adquirir una variedad de plantas.

En el atractivo Turístico Las Caratas el turista puede disfrutar de su paisaje y el lugar esta adecuado para que descansar y librarse del ruido de la ciudad, poder disfrutar de una variedad gastronómica, este sitio Turístico se debe a la Construcción de la represa del Sistema de Riego María Mercedes que ayuda al riego de los cultivos de los agricultores que se encuentran por el sector del cual se asemeja a una Catarata y es por eso su nombre, se encuentra localizado en el sector de Las Maravillas del km. 3 <sup>1</sup>/<sub>2</sub> en la Vía Milagro- Mariscal Sucre.

(SABINA, 2012)

## **Cuadro 2 Inventario Turístico del Cantón Milagro**

<b>Atractivos Turísticos del Cantón Milagro, Registrados por el Ministerio de Turismo</b>
<b>Atractivos Naturales</b>
Rio Venecia Central
Rio Milagro
Balneario las Cataratas
<b>Atractivos Culturales</b>
El Parque Norte de Milagro
El Parque Central Rafael Cervantes
Museo Julio Viteri Gamboa
Fiestas de Cantonización

**Fuente: Elaborado por el Investigador.**

## **Desarrollo Económico del Cantón Milagro**

El Cantón Milagro ha tenido un crecimiento favorable en el comercio. Zanzzi, comenta que los habitantes han comprendido que la única forma para poder obtener su progreso es con su propio esfuerzo y no con las esperanzas de que el Gobierno central envíe la respectiva ayuda.

La ciudad de Milagro gracias a su ubicación es el centro agrícola de la Microrregión y es productora de varios Bienes y servicios agrícolas, es muy importante debido a que cuenta con seis de las empresas más Grandes del Ecuador, cuenta con procesadoras de productos del mar, tabacaleras, distribuidoras farmacéuticas, destilerías, supermercados de todo tipo, centros comerciales, piladoras, entre otras.

El cambio de la moneda Sucre-Dólar ha contribuido al Progreso del Cantón Milagro junto con la ley de Distribución del 15% entre todos los Gobiernos seccionales, con la ayuda de los emigrantes, a pesar de la economía ayudan a sus familias.

Los Ingenios como: La Matilde, Chobo, El Cóndor, Valdez, Supaypungo, Rocafuerte, San Carlos, y Chague. Se ubicaron en el Territorio Milagreño o desde el año de 1940 hasta 1950, actualmente están funcionando solo los ingenios de Valdez y San Carlos

Los sueldos de los trabajadores Milagreños son productivos y generosos ya que gran parte de los habitantes se dedican a la agricultura, producen pinas, arroz, caña de azúcar, cacao, mango, banano, y tantos otros productos tropicales agrícolas de un ciclo corto, del total de sueldo recibido del 66% destinado a la agricultura se usa el 45% para cultivos perennes que consiste en cultivos que no son sembrados cada ciclo agrícola, o también para cultivos transitorios y barbecho que consiste en aquellos cultivos que su ciclo vegetativo comúnmente tiene una duración menor a un año.

La ciudad de Milagro es reconocida porque según las investigaciones no hay una sola cuadra en la que falte un negocio de cualquier tipo, es por esa razón que en esta ciudad encontramos organizaciones relacionadas al comercio como : La cámara de Comercio de Milagro, Sociedad Mutua de Comerciantes, Asociación de Comerciantes, Cámara de Microempresarios, y varias Asociaciones de comerciantes minoristas.

Cabe destacar que El Sector Hotelero del Cantón es algo que debería reestructurarse ya que también es un Ingreso Económico y facilita al Turismo, pero por términos Legales los Hoteles se encuentran ubicados en la zona céntrica y los moteles en las afueras, en muchas ocasiones no se diferencia la actividad que estas realizan.

(Zanzz, 2008)

### **3.1.2 Antecedentes Referenciales**

Es importante considerar que anteriormente se han realizado investigaciones referentes a la Temática del Estudio.

#### **Conceptos de Turismo**

**Nombre de la Investigación:** Procedimientos para Realizar Estudios de Mercado Emisores Reales y Potenciales para el Producto Turístico de las Tunas.

**Autor:** Yasmisleydis Pérez Martínez, Laritza Vázquez Vázquez, Vladimir Álvarez Caraballo.

#### **Hunsiker y Krapf (1942)**

“Es una suma de fenómenos y relaciones que surgen durante el viaje y las estancias de los Turistas no residentes, o los que no tienen una residencia permanente ni una actividad remunerada”

#### **Turner – Ash (1942)**

En 1942 se produjo la primera definición académica, estas condiciones socioeconómicas evidentemente gracias a los avances tecnológicos son las que permiten que Turner pueda hablar de Nómadas de la Opulencia, los que proceden de las nuevas Constantinopla de grandes ciudades como Nueva York, Hamburgo, Londres o Tokio, que han creado nuevos territorios Tanto Geográfico como Social sumamente dependiente llamada la Periferia del Placer asegurando que el turismo no es un fenómeno trivial si no el resultado de un gran avance tecnológico.

#### **Sutton (1967)**

Dice que el Turismo (consiste en una serie de encuentros en donde los outsiders o visitantes puede ser uno o más, interactúan con uno o más insiders o nativos (propios de la zona) en una red de conjuntos y fines complementarios o de expectativas.

**Przeclawski (1976)**

“Es un conjunto de fenómenos de desplazamiento voluntario y temporal que va conjunto con el cambio del medio el ritmo de vida y del contacto con personas que circulan en el medio natural, social y cultural”

**Jafari (1977)**

“Dice que el Turismo es el estudio del hombre fuera de su habitad usual, que responde las necesidades de la industria y de los impactos que ambos causan por el ámbito sociocultural, medioambiental y económico del espacio receptivo”

**Leiper (1979)**

“El sistema que incluye el viaje la estancia temporal de personas (turistas) fuera de su lugar habitual o de residencia durante una noche o más, con la excepción de los viajes realizados por el propósito de trabajo con una remuneración salarial, también reconoce como un sistema a las concepciones espaciales y funcionales de los turistas, las rutas de tránsito, las regiones emisoras, las regiones de destino y la industria turística”

**Burkart y Medlik (1981)**

“Es el desplazamiento de tiempo cortos y temporales de las personas a diferentes destinos fuera de su residencia y trabajo, y de las actividades que se realizan durante su estancia en dicho destino al visitar”

**Mathieson y Wall (1982)**

“El Turismo es el movimiento temporal de la gente durante periodos cortos menores a un año, en destinos diferentes al lugar donde reside o de trabajo y actividades realizadas durante su estadía y las facilidades que han sido creadas para poder satisfacer las necesidades de los turistas.



**Jiménez (1982)**

“Es un fenómeno de tiempos actuales, basado en la necesidad de cambio de ambiente, recuperación, la apreciación de la belleza escénica, conocimiento de diferentes culturas, el goce del contacto con la naturaleza, ya que en particular es el reciente crecimiento de fusión de las naciones y países que da como resultado un desenvolvimiento de la industria, los mercados, el perfeccionamiento de los medios de transporte y el comercio.

**Figueroa Palomo (1985)**

“Es el Acto que supone un desplazamiento que conlleva a realizar gasto económico, cuyo objetivo primordial es conseguir satisfacción y servicios que ofrece esta actividad productiva, generada mediante una pre inversión”

**De La Torre (1989)**

El Turismo es un conjunto de Turistas, un complejo de fenómenos y relaciones que en masa produce como consecuencia viajes haciendo uso de transporte, agencias de espectáculos, hoteles, guías, interpretes, organizaciones públicas o privadas que fomentan la infraestructura y la expansión de los servicios conjunto a propagandas y campanas, escuelas especializadas y oficinas de información.

**Urry (1990)**

“Dice que el Turismo es una actividad el cual implica ocio y trabajo que están organizados como esferas reguladas en la práctica social y que tienen lugar en el desplazamiento de personas al lugar a donde haría su estadía temporal y los subdivide en dos fases: la dinámica (viaje) y la estática (estancia-destino), hablamos de Dinámica cuando el viaje y la estadía son realizadas en un ámbito diferente al ámbito de residencia y de trabajo habitual, esto se proyecta a partir de las ilusiones, la idealización de mitos, la necesidad y el anhelo de proyectarse en un lugar y un tiempo determinado en la imaginación idealizada del ocio, el lugar o espacio escogido con anticipación es especialmente construida por una variedad de prácticas no turísticas y crean y se reforman en la mirada turística como : la pintura, la literatura, la televisión, las revistas,

el cine, entre otras . La mirada turística es construida por signos de manera que la experiencia turística este formada.

### **Fuster Lareu (1991)**

“El Turismo es un agregado de cinco consumos que son: alojamientos, transporte, alimentación, disfrutar de bienes y espectáculos a adquisición de bienes y servicios. La conjunción de estos cinco consumos constituye al Turista que los realiza.

### **Naciones Unidad (1994)**

Son “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de negocios, ocio y otros motivos.

### **Donaire (1996)**

“El Turismo es el conjunto de actividades desarrolladas y experiencias que tienen los individuos que se desplazan temporalmente hacia un espacio determinado (inusual) por razones principalmente de recreación, como también las diferentes formas económicas que este desplazamiento pretende rentabilizar. Es un fenómeno con características antagónicas el dinámico (viaje) y el estático (la estancia), es una actividad de masa y una experiencia individual, una vía de preservación y rehabilitación de los lugares naturales, y un agente de devastación paisajística.

### **Organización Mundial del Turismo OMT (1998)**

“El turismo comprende todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías en lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo menor de una año, con fines de ocio, negocios entre otros. Esta es una definición amplia y flexible.

### **Perkins y Thorns (2001)**

Lo más práctico que quizá resulte es contemplar el Turismo no tan solo como una manera de mirar sino como una manera de actuar de (estar) por ejemplo: hacer turismo sería mirar las cosas de una determinada manera o por lo contrario realizar algunas actividades en una forma determinada.

### **Uriel y Monfort (2001)**

“El turismo comprende en agrupaciones grandes que son contempladas, se refiere a restauración, alojamiento turístico, actividades complementarias a las turísticas, agencias y operadoras de viaje, transporte terrestre, aéreo, fluvial y los vehículos de alquiler.

### **Armada Tremolosa (2002)**

“El Turismo es una manifestación de ocio, una experiencia subjetiva del individuo (Turista), que comporta un desplazamiento aunque sea por tan poco tiempo, fuera de su entorno residencia o habitual, que implica factores de interacción y descubrimiento con el medio.

### **Resumen**

Hemos tomado como referencia esta investigación ya que da a conocer varios conceptos del Turismo en años diferentes y desde el punto de vista de diferentes autores. Es fundamental conocer el concepto de Turismo, y como lo notamos, el concepto se ha ido modificando a través de los años, dependiendo de las diferentes necesidades que los turistas han tenido.

(Ms.C Yamisleydis Pérez Martínez)

## **Enfoques del Desarrollo Turístico.**

### **Tesis Doctoral**

**Nombre de la Investigación: Formas de Desarrollo Turístico.**

**Autor (Manuel Angel Santana Turegano, 2003)**

### **Desarrollo Turístico como Fenómeno Urbanístico – Geográfico**

El Turismo es una determinada manera de observar el territorio, (de encontrarse en el) para estudiar el desarrollo Turístico desde la perspectiva Urbanística - Geográfica se debe estudiar qué lugares se van configurando en distintas épocas de los espacios preferiblemente para el desarrollo de las Actividades Turísticas , las características que tienen estos espacios, las distintas maneras en que esta actividad Turística se implementa en el sector o territorio , las transformaciones que son ocasionadas por las actividades Turísticas, Fernández Fuster ha escogido el fenómeno turístico para tratar de la evolución de los distintos lugares.

Existen distintas tipologías y tipos respecto a la forma en que el turismo implanta en un determinado sector o territorio por ejemplo Arbaza (1970) según las experiencias del mar negro y el mediterráneo se consideró tres modelos de Desarrollo Turístico, el desarrollo Espontaneo, El Desarrollo Extensivo y El Desarrollo Localizado-Planificado.

Según Peck y Lepie consideran tres tipologías basadas según la velocidad de Desarrollo del Destino (1977)

**Crecimiento Rápido:** se da cuando las corporaciones o empresas adquieren grandes terrenos e inician la subdivisión de los mismos para poder proceder o iniciar la construcción, en esta ocasión la población se mantiene alejada de todos los beneficios del Turismo.

**Crecimiento Lento:** es cuando la promoción de los terrenos es controlada por el desarrollo y los terratenientes locales que son ajenos a cualquier planificación, esto

también incluye a la población local, y los recién llegados se los integra en las estructuras de poder tradicionales.

Desarrollo Transitorio: está orientado hacia un turismo de fin de semana lo que Parce (1986) dice que de las tipologías anteriores propone dos más: Desarrollo Catalítico y Desarrollo Integrado.

Desarrollo catalítico: depende a partir de un promotor principal de las actividades que van atrayendo otras compañías e individuos locales, y la actividad turística que se desarrolle sea catalizador de un desarrollo complementario simultáneo. En conclusión de las investigaciones existentes en los diferentes lugares del mundo se puede extraer diferentes ideas como los factores que influyen para que la forma adopte el Desarrollo turístico, por un lado son lo de una localidad que son relacionados con la población y las actividades que pre existen, por lo contrario son los agentes que promueven al desarrollo turístico.

Desarrollo Integrado aquí solo integran a un solo promotor con exclusión de otros actores, y deja al resto de la sociedad al margen, este es más rápido, coordinado y planificado, y como resultado da complejos turísticos, funcionalmente especializados, dirigidos a turistas de clase con un nivel social alto, y para personas aislados.

### **Desarrollo Turístico como Fenómeno Socio- Antropológico**

La demanda Turística como cualquier consumidor es un conjunto estructurado y articulado de preferencias o necesidades, el Turismo es un Agregado de Cinco consumos intermedios.

Los modelos de Desarrollo Turístico con una perspectiva socio antropológica constituyen y son los factores que hacen que lugares diferentes puedan ser unos Destinos Turísticos.

Los lugares más visitados comúnmente han sido sobre todo los de las localidades de la parte cosera que tienen como atractivo Turístico bonitas playas con un clima bien cálido, mientras dura la temporada Turística llamada (playera) en la costa y si a estas

localidades le añadimos otros atractivos situados en la parte Montanera en donde se ofrezcan diferentes servicios como deportivo, visitas a centros históricos de las ciudades donde se encuentren monumentos, tendremos un mapa diverso de lugares turísticos que es lo que hace que un lugar sea concebido como un destino turístico.

### **Desarrollo Turístico como Fenómeno Socio-Económico.**

Anteriormente se mencionaba que una manera de entender el concepto de las diferentes formas del Desarrollo Turístico es de como es el desarrollo de una Oferta Turística, se refiere a que la creación de una infraestructura o empresas que se dediquen atender las necesidades de los turistas. Cuando un territorio se convierte en el objetivo de los turistas se ve en la necesidad de que concurren al capital de Trabajo para poder prestar los servicios que los turísticas requieran o necesitan. Las diferentes formas y maneras en el que pueda surgir la concurrencia de capitales de trabajo (empresarial) para prestar los servicios turísticos serían las distintas formas del Desarrollo Turístico que se con un sentido Socio Económico.

### **Resumen**

Esta investigación en cuanto a los diferentes enfoques del Desarrollo Turístico plantea la relación que existe entre las formas de desarrollo Turístico y la situación de empleo que se da en una determinada localidad, esta perspectiva nos permite conocer las características de las personas que practican el turismo, y de os diferentes sistemas de preferencias que optan los turistas. El Desarrollo Turístico se basa también en las empresas que facilitan diferentes servicios a los Turistas.

(Manuel Angel Santana Turegano, 2003)

## **Comportamiento del Turista a través de los diferentes Enfoques**

**Nombre de la Investigación:** Marketing de Destinos Turísticos, Estrategia y Desarrollo

**Autor:** (Enrique.Bigne)

### **El enfoque Económico**

Se fundamenta básicamente en el individuo cuando actúa de una manera racional para poder satisfacer sus necesidades, y a su vez maximizar la utilidad y toma un desinterés con la estructura del proceso que se utiliza para tomar las decisiones.

### **El enfoque motivacional**

Es aquel que supone que el individuo se estimula en base a sus propias necesidades, y se las define como sensaciones a causa de la carencia de algo, que ocasione que actúe de una manera en la que deba ser saciado.

### **El enfoque psicológico**

Este enfoque se relaciona con las variables del enfoque económico, y este se lo utiliza más como un enfoque (interno) mientras que un enfoque social puede ser (externo).

En uno de los enfoques internos influye mucho las necesidades que tiene el turista, tal es el caso de:

**Los factores personales:** se refiere básicamente en su edad, género, ocupación, la situación económica. Y otros factores relacionados a su estilo de vida.

Para poder medir estos factores se debe averiguar ciertas dimensiones primarias, por ejemplo

**Interés,** sobre el hogar, la familia, el tiempo libre, alimentación, tendencias d moda, medios de comunicación, logros personales, vecinos.

**Actividades,** sobre vacaciones, trabajo, ocio, actividad social, con los vecinos, compras que realiza, deporte.

**Demográficas,** su nivel educativo, ingresos económicos, ocupación laboral, edad, cuantas personas tiene en la familia, vivienda, inclusive la fase del ciclo vital.

**Opiniones,** temas de sociedad, política, economía, lo que piensas sobre ellos mismos, productos, cultura, educación, futuro.

**Los Factores de Aprendizaje:** esto quiere decir cuando el turista realiza un viaje o una actividad en el que intervenga el aprendizaje y su comportamiento puede tener

respuestas similares o diferentes, si influye previo al viaje la información que reciba acerca de la actividad o lugar lo que otras personas influyan en el Turista entre otras.

**Los Factores de Motivación:** se activa y da sentido como una fuerza al comportamiento del Turista. Por ejemplo, cuando un turista está realizando una compra existirán varios motivos que ocasionara que compre, esta motivación es la que se relaciona con la personalidad y refleja ciertas características en el turista ante la compra durante sus vacaciones.

Existen motivaciones del turismo vacacional que están relacionadas con factores sociales las cuales son:

**Motivaciones Culturales,** aprender diferentes idiomas, visitar diferentes Monumentos, espectáculos artísticos.

**Motivaciones Físicas,** actividades recreativas, descanso y relajamiento, actividades deportivas.

**Motivación de estatus y prestigio,** se relacionan con la imagen que tiene el turista.

**Motivación Interpersonal,** visitar a los amigos, a la familia, conocer nuevas personas, hacer nuevas amistades, cambiar o variar la rutina diaria.

**Motivación de Ocio**

## **Resumen**

Esta investigación la hemos tomado como referencia ya que se determina los factores importantes que intervienen en el comportamiento del turista, y la relación que tiene con el comportamiento del consumidor.

(Enrique.Bigne)



## **Factores que Intervienen en el Ciclo de Vida del Producto Turístico**

**Nombre de la Investigación:** Marketing Turístico

**Autor:** (L Vertice, 2008)

Los Productos Turísticos cuentan con un ciclo de vida con peculiaridades específicas.

**Introducción del producto en el mercado:** esta es la primera fase del Producto Turístico y es posible que obtenga un nivel bajo de la demanda, debido a que recién se empieza a dar a conocer al mercado.

**Crecimiento:** Esta es la segunda Fase el cual el Producto Turístico empieza a ser conocido por los Turistas y oblación de destino, esto hace que sus ventas incrementes de una forma progresiva.

**Madurez:** En esta etapa comienza a estabilizar las ventas, de tal manera que el Producto Turístico ha llegado a la maduración, es ahí cuando el empresario debe tomar decisiones importantes para poder adoptar nuevas medidas de mantener las ventas del producto, para el relanzamiento del producto, o en la situación en el que se encuentre el Producto Turístico.

**Declive:** esta la última etapa del producto Turístico ya que empiezan a decaer las ventas y a su vez la demanda. Las características de los servicios Turísticos no dependen solo del Producto turístico, sino también de varios factores Externos.

En estas diferentes fases que tiene el ciclo de Vida de un Producto Turístico intervienen diferentes aspectos que condicionan a la demanda turística del servicio o producto que se ofrece.

La Existencia de unas necesidades:

Cuando se ofrecer un Producto o Servicio primero debe satisfacer las necesidades.

Muchas veces las necesidades Turísticas surgen en base a estrategias de Marketing.

La Aparición de Deseos:

Los deseos son una manifestación de la necesidad, la forma para que estos deseos se conviertan en demanda real, es a través de estrategias del marketing.

Materialización de las diferentes Demandas:

La demanda es la materialización del deseo y responde a la satisfacción de las necesidades específicas.

### **Resumen**

Esta investigación nos permite tomar las pautas y lo que debemos tomar en cuenta al momento de lanzar un producto Turístico al mercado, los diferentes procesos que se debe realizar, y el cumplimiento de su ciclo vital.

En la constitución de la república del Ecuador existe un artículo que nos habla acerca de los consumidores y quien ofrecen bienes y servicios, en el art. 52 nos dice que, las personas que tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con la libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores: y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, danos o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor.

(L Vertice, 2008)

## **Planta Turística**

**Nombre de la Investigación:** Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para el Ecuador

La Planta Turística a nivel nacional y según el Ministerio de Turismo mediante el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible (PLANDETUR 2020) indica que se divide en las siguientes actividades:

Alojamiento

- a) Alojamiento Hotelero: Hotel, Hotel Residencia, Hotel Apartamento, Hostal, Hostal Residencia.
- b) Alojamiento Extra Hotelero: Complejos Vacacionales, Apartamento Turístico, Campamentos Turísticos, Ciudades Vacacionales, Centro Turístico comunitario.
- c) Transportación a través de Agencias de Viajes
  - a) Marítimo
  - b) Lanchas de pasajeros
  - c) Lanchas de Tour diario
  - d) Fluvial (canoas)
  - e) Terrestre
  - f) Buses
  - g) Vans
  - h) Mini vans
  - i) Vehículos 4x4
  - j) Vehículos Livianos
  - k) Tricar
  - l) Cuadrones
  - m) Motos
  - n) Bicicletas
  - o) Carretas
  - p) Tricimotos

### Agencias de Viajes y Turismo

- a) Agencias de viaje mayorista
- b) Agencias de viajes Internacional
- c) Agencias de viajes Operadora
- d) Agencias Dual

### Organización de Eventos, Congresos y Convenciones

#### Recreación y Esparcimiento

#### Promoción y Publicidad Turística

#### Hipódromos y Parques de Atracciones

#### Alimento y Bebidas

- a) Restaurante
- b) Cafetería
- c) Fuente de soda
- d) Drive in

### Servicios de Entretenimiento

- a) Termas Balnearias
- b) Boleras
- c) Pistas de Painaje

(Ecuador, s.f.)

## **Planta Turística según (Castro)**

**Nombre de la Investigación:** Elementos del Turismo

**Autor:** (Castro)

La planta Turística es uno de los elementos principalmente conocido como una estructura productiva del Turismo, a través de los servicios que ofrece puede hacerse posible el desplazamiento de la Demanda Turística. La Planta Turística también es la encargada de satisfacer aquellos deseos y necesidades que se le presentan a los Turistas.

La planta turística está conformada por dos componentes o dos grupos, el primer grupo es la clasificación del equipamiento Turístico, y esta segunda clasificación de diferente tipología la realizó (Boullón) (1985) basándose en la metodología del CICATUR llamada Instalaciones Turísticas.

### **1. Grupo uno : Clasificación del Equipamiento turístico**

En este grupo se presentan diferentes categorías de las cuales tenemos:

A. **Alojamiento:** que comprende,

- a) Hoteles
- b) Moteles
- c) Hostales y Posada
- d) Pensiones
- e) Hotel Apartamento
- f) Condominios
- g) Cabañas
- h) Albergues
- i) Campings
- j) Casas de familia

B. **Alimentación:** que comprende,

- a) Restaurantes
- b) Cafetería
- c) Comedores Típicos
- d) Huecas

**C. Esparcimiento:**

- a) Bar
- b) Discotecas
- c) Night Clubs
- d) Cine y Teatro
- e) Espectáculos públicos propios del lugar
- f) Clubes deportivos
- g) Parques Temáticos

**D. Servicios Varios:**

- a. Agencias de Viajes
- b. Operadoras Turísticas
- c. Centros de información
- d. Guías

**2. Grupo dos: Clasificación de Instalaciones Turística**

Esta clasificación de Instalaciones Turísticas se divide en tres categorías y se trata del conjunto de máquinas, aparatos entre otros equipamientos que son parte de las instalaciones, básicamente son un conjunto de facilidades con el único fin de que los turistas puedan disfrutar y practicar diferentes actividades.

**a) Instalaciones de Agua y Playa**

Los turistas náuticos aprecian mucho esta clase de turismo, también ayuda mucho al desarrollo turístico.

Vale acotar que cuando esta clase de instalaciones no forman parte de algún resort u Hotel y no sus operaciones no tienen un propósito turístico estos elementos básicamente pasan a formar parte de la infraestructura.

#### **b) Instalaciones de Montaña**

Comprende a los diferentes atractivos que se encuentran en las zonas montañosas que comprendan las diferentes características del grado de recursos disponible para su desarrollo, la altitud, ubicación, biodiversidad entre otro. Existen montañas en donde el turista queda fascinado y puede realizar diferentes actividades como practicar caminatas por los senderos, estar en refugios, miradores.

Existen también otros lugares para practicar diferentes deportes como, canyoning, cañoning gracias a su topografía y el clima.

#### **c) Instalaciones en General**

Esta clasificación no es tan específica como las anteriormente mencionadas pero se lo utiliza comúnmente en los centros turísticos recreacionales, el cual puedan operar tanto los resort como los diferentes tipos de hospedaje, de una manera independiente de cualquiera. También se toma en cuenta las instalaciones para uso deportivo, juegos de recreación, juegos infantiles, piscinas, parques temáticos el cual pueda ser utilizado para toda clase de turistas.

Esta clase de instalaciones se las puede encontrar juntas o de manera separada, como lo es en el caso de los parques recreativos que pasarían a formar parte del equipamiento.

Estas instalaciones son muy importantes para poder practicar varias actividades de recreación. Estas instalaciones cumplen un papel muy importante ya que con ellas se sustenta el equipamiento.

(Castro, Renato Quesada)

## **Planta Turística según (Cardenas)**

**Nombre de la Investigación:** Promoción Turística Una llave para el Desarrollo.

**Autor** (Cárdenas)

Según Cárdenas llamamos Planta Turística a un determinado subsistema que se encarga de elaborar los servicios que se le ofrecen o venden al Turista, y los divide en dos elementos básicos que son: Equipamiento e Instalaciones, también llamados (facilidades).

### **A. Equipamiento**

Se refiere a todos aquellos establecimientos que son administrados por la actividad pública y privada, y se dedican a la prestación de servicios Básicos.

### **Instalaciones**

Nos quiere decir a todas aquellas instalaciones que son construidas especialmente para las distintas consignas por el equipamiento, su única función es facilitarles la práctica de las actividades a los Turistas.

### **B. Infraestructura**

En la economía moderna se la denomina también como la dotación de los diferentes Bienes y Servicios con los que cuenta un determinado país para poder sostener su estructura (social y productiva).

(Cardenas)



### **Concepto de Motivación según (Robbins, 2005)**

**Nombre de la Investigación:** Libro de Administración

**Autor:** Stephen Robbins P. (2005)

La Motivación es el proceso responsable del deseo que tiene un individuo de realizar un esfuerzo para lograr sus objetivos organizacionales, que se condiciona por la capacidad del esfuerzo que ejerce hacia cualquier objeto.

### **Concepto de Motivación según (Guillen, 2003)**

**Nombre de la Investigación:** La Gestión Empresarial Equilibrando Objetivos y Valores

**Autor:** (Guillen)

La motivación es utilizada por diversas formas en psicología y actualmente no existe un informe detallado de una conducta que puede ser clasificada como una conducta motivada. Lo que sí parece existir son características muy peculiares que se enfocan y van orientada siempre hacia una meta. Las metas y las necesidades van en conjunto ya que constituyen la parte para diseñar el proceso básico de la motivación.

(Guillen, 2003)

### **Conceptos de Producto Turístico**

#### **Tesis Doctoral**

**Tema de la Investigación:** Procedimiento para obtener información y caracterizar comportamientos y determinantes individuales de elección de opciones turísticas.

**Autores:** (Msc Yasmiledis Pérez Martínez, Msc Manuel Guerrero García. Doctor C Jorge Gonzales Ferrer 2010)

Según un estudio que se desarrolló, existen varias definiciones acerca del Producto Turístico, la cual depende del lugar y el momento en donde se desarrollen.

### **Cárdenas (1986)**

Producto Turístico lo conforman los Bienes y los servicios que se ofrecen en el mercado, para poder lograr el confort material o espiritual, satisfaciendo los requerimientos y las necesidades del Consumidor o Turista.

**Gilber (1990)**

Es una Amalgama de los diferentes Bienes y Servicios que se ofrecen como una experiencia de las Actividades Turística.

**Muñoz de Escalona (1992)**

Dice que el Producto Turístico debe conformar aquellos productos de uso exclusivo para los Turistas esto se refiere a todo el plan de Viaje con ida y vuelta.

**Acerena (1993)**

Cambiándolo a un punto de vista conceptual, el producto Turístico son las prestaciones materiales e inmateriales que se ofrecen al consumidor con el propósito de satisfacer aquellos deseos o aquellas expectativas que tiene el turista (necesidades). Los compuestos básicos que lo integran son tres: atractivo, facilidades y acceso.

**Bordas (1994)**

Producto Turístico es un sistema capaz de hacer viajar a las personas para realizar diferentes actividades de ocio que satisfagan las diferentes necesidades.

**Middlenton (1994)**

Producto Turístico contiene su principal insumo en el Atractivo, en el cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrollen diferentes actividades turísticas en un espacio determinado. En otros términos y en un concepto más amplio se dice que el Producto Turístico es el conjunto de diferentes Atractivos, Servicios, Equipamientos, Infraestructura y diferentes organizaciones que en conjunto satisfagan las necesidades o deseos del Turista.

**Valls (1996)**

El Producto Turístico es un conglomerado, amalgama y una constelación de elemento tangible e intangible en particular. Entre los elementos tangibles tenemos: los bienes, recursos, infraestructura y equipamientos. Y entre los intangibles nos referimos al servicio que se ofrece, la gestión que se realice, la imagen del producto, la marca del producto y el precio.

### **Organización Mundial del Turismo (1998)**

Producto Turístico es el conjunto de Bienes y Servicios que se utilizan para el consumo turístico por un determinado grupo de consumidores.

### **Furio (2000)**

El Producto Turístico cuenta con una característica y es que no es estrictamente elaborado por un solo sector de actividades, sino también por diferentes sectores productivos del cual no exista una actividad fija que realice por un modo completo.

### **Zarate y Lugo (2003)**

Producto Turístico son aquellos recursos Turísticos que constan de una infraestructura y servicios que permitan desarrollar diferentes actividades Turísticas.

### **Boullon (2004)**

Producto Turístico es un paquete turístico, que consta de algunos componentes del servicio básico, como noche en el hotel, algún atractivo turístico propio de algún país, o un centro turístico.

### **López (2004)**

El producto Turístico es aquel que engloba varios subproductos, es decir una marca con un set completo de cartera de producto son aquellos subproductos que representan el verdadero valor añadido del producto, que compone una serie de recursos que compone un atractivo, servicios y equipamiento que permitan que el turista disfrute de los recursos que goce de una buena infraestructura para que los atractivos que contenga puedan ser disfrutados.

(Ms.C Yamisleydis Pérez Martínez)

## **Principales Teorías acerca de la Motivación y Necesidades**

## **La Teoría de (Peldaños de la carrea del viaje según Pearce (1988)**

### **Tesis Doctoral**

### **Tema de Investigación: Modelos de Motivación Turística (2002)**

En esta obra titulada en inglés (Travel Carrer Ladder) se basa en las necesidades que tienen los turistas, y estas necesidades desarrollan varias motivaciones de estímulo, relajamientos, autoestima y auto-realización, todos estos factores se relacionan al aprendizaje del turista en base a la experiencia adquirida. Las necesidades pueden estar centradas en el Turista o pueden centrarse en otros elementos.

Pearce adopta este nuevo concepto de necesidades en base a las experiencias que el adquirió, como la noción de perspectiva en donde el individuo ve la vida e interpreta lo que significa cada contribución o acciones de las cosas que ocurren. Para este autor las experiencias y las acciones de un determinado momento se los interpretan mejor como el factor que contribuye a la suma de experiencias, y estas experiencias afectan en proporciones grandes a las necesidades del turista y podemos decir que la capacidad de cualquier destino o atracción turística lo satisface.

Indica también que la auto-realización se enfoca en las necesidades y tienen dos diferentes orientaciones, interna y externa. Un claro ejemplo es cuando existe una debilidad con respecto a la necesidad de seguridad, el cual una necesidad interna se orienta más a la preservación y la orientación externa se la interpreta más como la preocupación que tiene por la seguridad de los demás.

Esta teoría indica que puede ser de manera cuestionada por los turistas con experiencias ya que son capaces de seleccionar diferentes tipos de vacaciones para varios tipos de necesidades. De esta manera las naciones podrían estar dirigidas a las necesidades de una reunión o encuentro familiar

Laing (1987) tiene una hipótesis en el cual dice que Los Turistas que eligen las vacaciones para cumplir un proceso que confirman las experiencias del pasado que fueron satisfactorias. Y empieza desde la motivación del turista hasta su satisfacción.

(Turistica, 2002)

## **3.2 MARCO LEGAL**

### **LEY DE TURISMO**

#### **Capítulo I**

##### **Generalidades**

**Art 3.-** Son Principios de la Actividad Turística, los siguientes:

- a) La participación de los gobiernos provinciales y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- b) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- c) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país, y,
- d) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la Ley y sus reglamentos.

**Art 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de las Nación;
- c) Proteger al turismo y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **Capitulo IV**

### **Del Ministerio de Turismo**

**Art.15.-** El Ministerio de Turismo es el organismo rector de las actividades turísticas ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

- a) Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
- b) Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizara la promoción internacional del país;
- c) Planificar la Actividad Turística del país;
- d) Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información:
- e) Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
- f) Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
- g) Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas campesinas en sus respectivas localidades;
- h) Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
- i) Elaborar los planes de promoción turística nacional e Internacional;
- j) Calificar los proyectos Turísticos;

**Art. 16.-** Sera de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control de turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta ley.

**Art. 17.-** El Ministerio de Turismo coordinara asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

## **Capítulo V**

### **De las categorías**

**Art. 19.-** El Ministerio de Turismo Establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

(Ecuador M. d., s.f.)

### **REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO**

**Art 42.-** Actividades Turísticas.- según lo establecido por el Art 5 de la ley de Turismo se consideran actividades Turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicios de alimentos y bebidas
- c) Transportación cuando se dedican principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y de alquiler de vehículos para este propósito:
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerara parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones.

**Art 43.-** Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley.

- a) Alojamiento



Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

b) Servicio de Alimento y Bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;

c) Transportación

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación;

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo Cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizara a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considera parte del agenciamiento;

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por persona naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades

referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viaje internacionales, Agencias de viaje mayoristas y agencias duales.

Sn organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios, y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial.

**Art 45.-** quien puede ejercer actividad turística.- el ejercicio de actividad turística podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de La Ley de Turismo.

**Art 46.-** quien no puede ejercer actividades turísticas.- por disposición expresa de la ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley este reglamento:

- a) Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el título XXIX del código Civil ecuatoriano y;
- b) Las Instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

**Art. 47.-** Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda Persona Natural, Jurídica, Empresa o Sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de Turismo, que consiste en

la inscripción del prestador de servicios Turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuara por una sola vez: y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier Título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago doble de la multa: y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

**Art. 48.-** Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que consiste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagara el vaor que corresponda a la nueva.

**Art.49.-** Registro y Razón Social.- el Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro.

En caso de haberse concedido un registro que contravenga esta disposición, de oficio a petición de parte interesada, se anulara el último registro.

**Art. 55.-** Requisitos previos para la operación.- para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008)

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**Agroindustria:** Se refiere al conjunto de varias industrias que están relacionadas con la agricultura.

**Agroturismo:** es un tipo de Turismo especializado en el cual el Turista y la persona encargada del campo interactúan con las actividades agrícolas.

**Atractivos Turísticos:** Es el conjunto de Bienes, ya sean tangibles o Intangibles que posee un país y que contribuye a ser la principal atracción de una determinada zona.

**Bienes:** Cosas materiales o inmateriales en cuanto a objetos, atractivos turísticos, o Recursos Turísticos. Materia prima del Turismo. Se clasifican en: Naturales (Ríos, playas, etc.) y Creados (Iglesia, museos, etc.).

**Categoría:** Es una clasificación, cada una de las clases que se establecen en una profesión, actividad, o carrera.

**Cliente:** se refiere al individuo que utiliza constantemente los servicios profesionales o de alguna empresa.

**Consumidor:** Termino el cual identifica al individuo que compra o hace uso de algún bien o servicio.

**Decisión:** Es la resolución o determinación que se da o se toma en una cosa dudosa, tener firmeza de carácter.

**Declive:** Relativo a decadencia, es el principio de una debilidad o de una ruina.

**Demanda Turística:** Está conformado por el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos, conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en el lugar de la estadía.

**Desarrollo:** Evolución progresiva de la economía y otros factores para obtener mejores niveles de vida.

**Deseo:** Impulso, acción y efecto de desear, movimiento afectivo.

**Desplazamiento:** Sacar o Mover algo o alguien de un determinado lugar en el que se encuentre.

**Destino Turístico:** Es un establecimiento o lugar en el que alguna persona ejerce su empleo, meta o punto de llegada. El lugar en el cual los turistas tienen la intención de pasar un tiempo fuera del lugar de su domicilio habitual.

**Destino:** Se refiere al lugar que contiene o dispone de infraestructura o equipamiento turístico que generalmente es frecuentado por visitantes o turistas, ya sea de manera organizada o por cuenta propia.

**Equipamiento Turístico:** Es el conjunto de instrumentos, herramientas, Instalaciones y de un sistema necesario para poder elaborar el Producto Turístico.

**Estadía:** Es el tiempo en el que permanece, estancia o detención.

**Infraestructura:** Conjunto de varios elementos o servicios que son necesarias para el funcionamiento y creación de una organización.

**Innovación:** Modificación o Creación de un Producto, y su introducción en el mercado.

**Instalaciones:** Es un recinto provisto, determinada área para llevar a cabo una actividad profesional.

**Inventario Turístico:** Es un proceso en donde se registran los factores físicos, conjunto de atractivos, bienes naturales y culturales que contribuyen como oferta turística de un determinado sector o zona

**Jornada:** Camino en el que se anda regularmente en un día de viaje.

**Marketing:** Termino en Ingles que se refiere a mercadotecnia.

**Mercadotecnia:** Conjunto de prácticas o principios con el propósito de aumentar el comercio en especial de la demanda.

**Necesidad:** Carencia de las cosas que son menester para la conservación de la vida.

**Oferta Turística:** Está conformado por el conjunto bienes y prestaciones de servicios y atractivos turísticos que permitan satisfacer las necesidades del consumidor.

**Outsider/Insider:** Termino en inglés, extranjero- residente.

**Perspectiva:** Se refiere al punto de vista que el individuo considera o se analiza un asunto.

**Planificación:** se refiere a la organización dentro de un determinado campo, con un propósito u objetivo.

**Presupuesto:** es la cantidad de dinero que se calcula previamente a los gastos, generalmente para la vida cotidiana, viaje, etc.

**Productividad:** Es la capacidad o el grado de producción por la unidad de trabajo, cualidad de productivo.

**Proyecto:** es el primer esquema o plan y constituye uno de los principales elementos de un programa.

**Recreación:** Es una acción o efecto de recrear, diversión que sirve para alivio del Trabajo.

**Satisfacer:** Llenar o cumplir ciertos requisitos o exigencias del ser humano.

**Servicio:** una organización o personal destinados a satisfacer o cuidar intereses de las necesidades del público o de algunas entidades ya sea oficial o privada.

**Tendencia:** Idea económica, artística, política, religiosa, etc., que se orienta en determinada dirección.

**Tipología:** Es una ciencia que estudia y clasifica los diferentes tipos que se practica en diversas ciencias.

**Turismo:** Es una actividad que realizan las personas durante sus viajes; conjunto de personas que realizan algún tipo de viaje.

**Turista:** Persona que realiza Turismo.

**Vivero:** Es un lugar o terreno en donde se crían, se da mantenimiento y se trasplantan desde la almaciga los arboles pequeños, transponerlos y después recriados a un lugar definitivo.

## **2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis General**

La Definición de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro permitirá orientar el Desarrollo Económico y Turístico.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

1. Si no se realizan proyectos turísticos, entonces el desarrollo del Cantón se verá afectado.
2. Si no cuenta con Atractivos Turísticos, entonces los turistas no podrán satisfacer sus necesidades.
3. Si existe ausencia de información de las Necesidades que requieren los Turistas en la Actualidad, entonces afecta al realizar los Proyectos Turísticos.

### **2.4.3 Declaración de las Variables**

#### **Hipótesis General**

**Variable Independiente:** Necesidades Turísticas.

**Variable Dependiente:** Desarrollo Económico y Turístico.

#### **Hipótesis Particular**

**Variable Independiente 1:** Proyectos Turísticos.

**Variable Dependiente 1:** Desarrollo.

**Variable Independiente 2:** Ideas y Propuestas

**Variable Dependiente 2:** Crecimiento y desarrollo socioeconómico.

**Variable Independiente 3:** Información

**Variable Dependiente 3:** Proyectos turísticos.



## 2.4.4 Operacionalización de las Variables

**Cuadro 3 Operacionalización de las Variables**

<b>Hipótesis General</b>	<b>Variable Independiente</b>	<b>Variable Dependiente</b>	<b>Indicadores</b>
La definición de las necesidades Turísticas del Cantón Milagro permitirá orientar el Desarrollo Económico y Turístico	Necesidades Turísticas	Desarrollo Turístico	Definición de 3 o más Necesidades Turísticas
<b>Hipótesis Particular</b>	<b>Variable Independiente</b>	<b>Variable Dependiente</b>	<b>Indicador</b>
Si no se realizan proyectos turísticos, entonces el desarrollo del Cantón se verá afectado.	Interés.	Desarrollo Económico y Turístico.	Realización de 3 o más Proyectos Turísticos
Si no surge la planificación y propuestas de los productos turísticos, entonces no podrá avanzar el crecimiento y desarrollo socioeconómico del Cantón Milagro.	Atractivo Turístico	Turistas Insatisfechos	Aumento de 3 o más Atractivos
Si existe carencia de información entonces no se podrá ofertar las potencialidades turísticas del Cantón Milagro.	Información	Creación de Proyectos Turísticos	Incremento del 50% de Información Turística

Fuente: Elaborado por el Investigador

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLOGICO**

#### **3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL**

La Investigadora utilizó diferentes Tipos de diseños y perspectiva general, considerando varios aspectos a través de un estudio de las cuales podemos usar las siguientes.

##### **Investigación Teórica**

Ya que constituyo la base fundamental para la construcción del marco teórico. Descartando de esta manera la Investigación fundamental, pura y básica.

##### **Investigación Descriptiva**

De acuerdo a los objetivos de la investigadora la investigación planteada es Descriptiva; ya que consistió en llegar a conocer la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, y la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, también

##### **Investigación Correlacional**

Porque determinó el grado de relación y semejanza entre las variables, aportando así a indicios sobre las posibles causas de un acontecimiento.

**Investigación Explicativa;** porque se concentró en estudiar las causas y los efectos y busco explicar el significado de un aspecto a partir de las referencias que se tomaron.

**Investigación de Campo;** debido a que trabajo en un ambiente natural en el que estuvieron presentes las personas, grupos y organizaciones las cuales cumplieron como fuente de datos para poder analizarlos.

De acuerdo a las variables de la investigación fue una,

### **Investigación No Experimental**

Debido a que no se manipulo deliberadamente las variables, se basó fundamentalmente en la observación de varios fenómenos tal y como se dan en su contexto natural.

La investigación se basó en describir hechos por lo que su orientación temporal fue una,

**Investigación Histórica;** se encargó de describir fenómenos que acontecieron en el pasado basándose en fuentes históricas y documentos.

La investigación fue cuantitativa por lo que se refiere a la investigación empírica y sistemática de los fenómenos sociales a través de técnicas de matemática estadísticas e informáticas.

La investigadora tuvo como criterio fundamental la capacidad de comprobación de los resultados, en base a un análisis que busco la comprobación o la negación de las Hipótesis planteadas.

La interpretación y percepción de la realidad se concentró en la realidad, manteniendo siempre las condiciones estables del estudio aislando de esa manera los errores.

La realidad que concibió la investigadora fue bajo una perspectiva objetiva y unitaria.

## 3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

### 3.2.1 Características de la Población

La investigación de este proyecto fue enfocada en los 166.634 habitantes del Cantón Milagro realizado por el INEC en el año 2010.

### 3.2.2 Delimitación de la Población

Esta Investigación va dirigida para personas mayores de 18 años, tomando en cuenta que su gran mayoría puede responder con conciencia la serie de preguntas que se realizara en una determinada encuesta.

### 3.2.3 Tipo de Muestra

El tipo de muestra que se ha tomado al momento de realizar el diseño de la investigación es probabilística.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E: error, se considera el 5%; E = 0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1,96

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

El resultado del tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1)E^2}{Z^2} + pq}$$

$$n = \frac{166.634 (0,5)(0,5)}{\frac{(166.634 - 1)(0.0025) + 0,05^2}{1,96^2}}$$

$$n = \frac{166.634 (0.25)}{\frac{(166.634 - 1)(0.0025) + (0.25)}{3.8416}}$$

$$n = 384$$

### **3.2.5 Proceso de Selección**

La selección de las personas encuestadas, está distribuida de la siguiente manera, 150 encuestas para las personas mayores de 18 años en la parte céntrica de la ciudad de Milagro considerando la afluencia de personas aledañas de la ciudad, 150 encuestas para el sector de la ruta de los viveros y lugares de concentración de turistas o visitantes de la ciudad, 84 encuestas para profesionales del turismo.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

### **3.3.1 Los Métodos**

Se usara el método teórico debido a que es la base fundamental para la construcción del marco teórico de la investigación; método descriptivo debido a que la investigación consiste en conocer la descripción exacta de las actividades y procesos; método correlacional para determinar el grado de relación y semejanza; método explicativo para poder explicar el significado de los resultados;

### **3.3.2 Encuesta**

La encuesta contara con diez preguntas, cinco correspondientes a la hipótesis general y tres correspondientes a cada una de las hipótesis específicas, tendrá tres opciones de respuestas como totalmente de acuerdo, de acuerdo y en desacuerdo.

### **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION**

Las herramientas que se va a utilizar para poder manejar la información estadística se las realizara con un ordenador portátil CORE i5 marca Acer con sistema operativo Windows 8 que contenga las herramientas básicas de Microsoft Office principalmente Word y Excel el cual utilizaremos para poder tabular las encuetas.

Para la descripción utilizaremos tipo de letra Arial color negro tamaño 12 con un Interlineado de 1.5 y con Títulos sombreados con negrita para su tabulación insertaremos hojas de cálculo de Excel y se la realizara con tablas y fórmulas matemáticas básicas, para su representación gráfica utilizaremos gráficos 2D en pasteles con colores vivos para poder diferenciar los porcentajes de las respuestas de cada pregunta ejecutada.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

Para analizar la situación actual de la población con respecto al estudio de las necesidades se realizó una encuesta dirigida a los pobladores del Cantón Milagro. Se obtendrán los datos mediante la técnica de la encuesta y de esta manera proceder a la tabulación, y realizar una análisis de cada una de las preguntas para poder comprobar cada una de las hipótesis planteadas en el estudio del diseño del proyecto de tesis.



## Pregunta 1

¿Considera usted que el turismo ayuda al desarrollo del país?

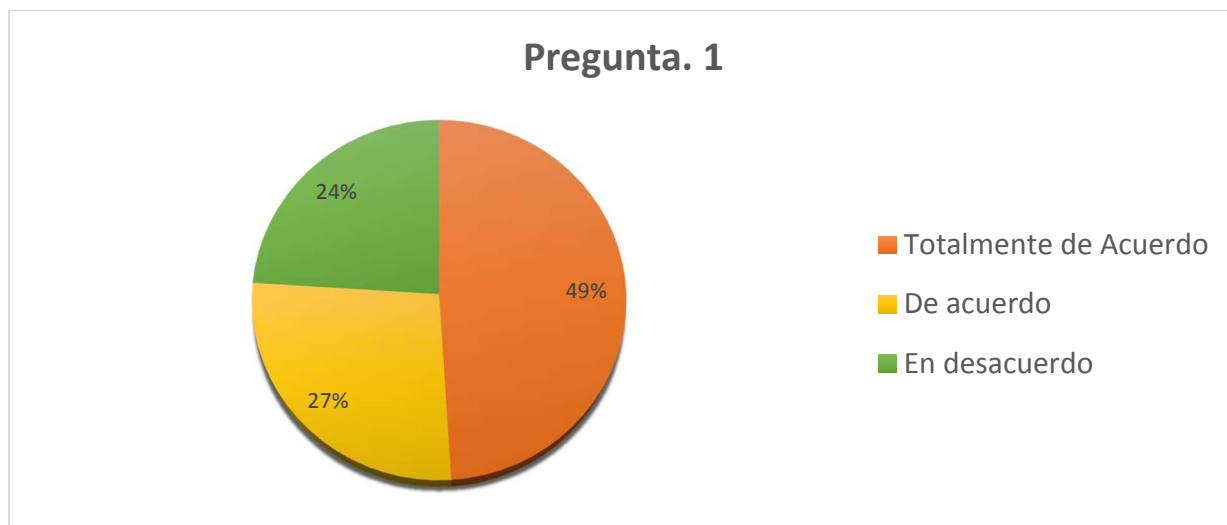
### Cuadro 4. Encuesta

Cuadro 4 Encuesta

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
1	<b>Totalmente de Acuerdo</b>	189	49%
2	<b>De Acuerdo</b>	102	27%
3	<b>En desacuerdo</b>	93	24%
	<b>Total</b>	384	100%

Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

Grafico 1 Porcentaje de la Pregunta 1



Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 1 el 49% de la población de la muestra opinó que está Totalmente de Acuerdo; el 27% opinó que está de acuerdo, y el 24% en desacuerdo.

La Hipótesis queda aprobada porque el 49% respondió que el turismo ayuda al desarrollo del país.

## Pregunta 2

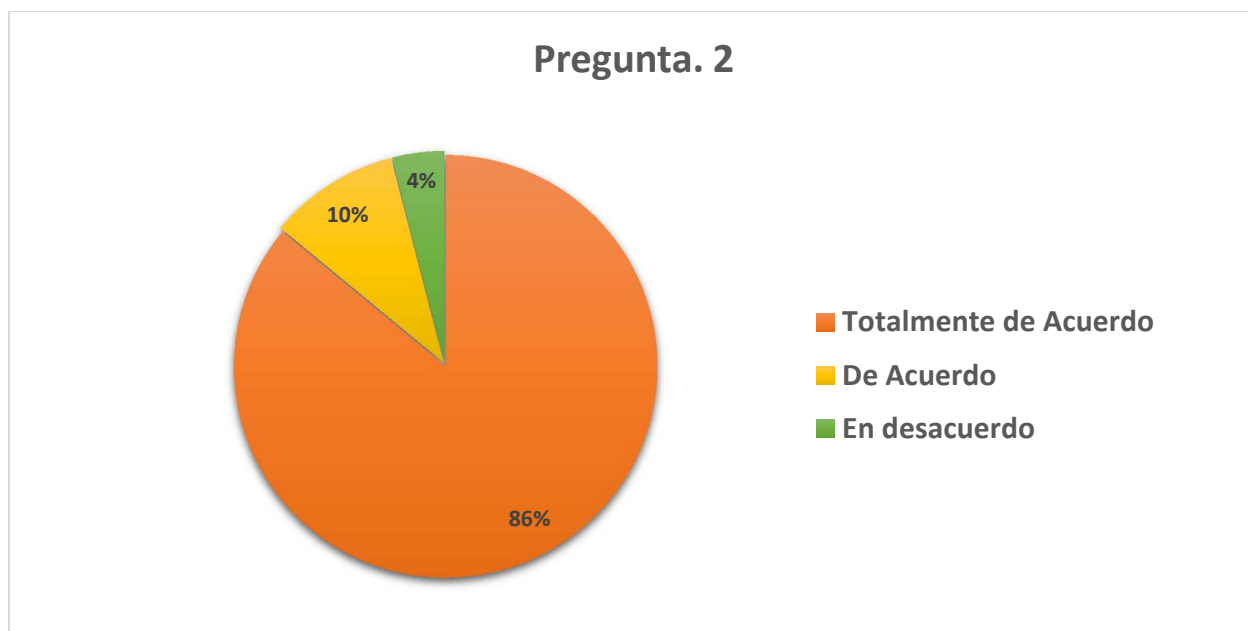
¿Según su opinión considera importante los emprendimientos para poder desarrollar proyectos turísticos en el Cantón?

Cuadro 5 Encuesta

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
1	Totalmente de Acuerdo	331	86%
2	De Acuerdo	36	10%
3	En desacuerdo	17	4%
	Total	384	100

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

Grafico 2 Porcentaje de la pregunta 2



Fuente: Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 2 el 86% de la población de la muestra opinaron que están totalmente de acuerdo; el 10% opinaron que están de acuerdo, y el 4% están en desacuerdo.

La hipótesis queda aprobada porque el 86% respondió que si son importantes los emprendimientos para poder desarrollar proyectos turísticos en el Cantón.

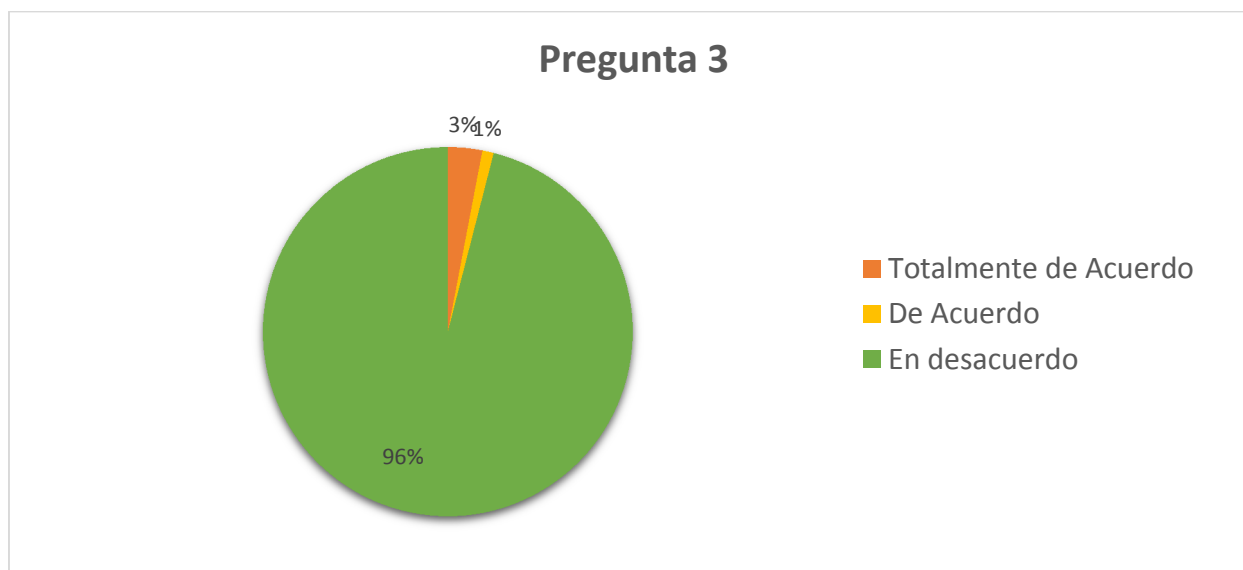
### Pregunta 3

¿Usted cree que actualmente existen actividades Turísticas en el Cantón Milagro?

Cuadro 6 Encuesta

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	9	3%
2	De acuerdo	6	1%
3	En desacuerdo	369	96%
	Total	384	100%

Grafico 3 Porcentaje de la pregunta 3



Fuente: Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el Grafico número 3 el 3% de la población de la muestra opinaron totalmente de acuerdo; el 1% opinaron de acuerdo, y el 96% opinaron que están en desacuerdo.

La Hipótesis queda aprobada ya que el 96% de la población respondieron que actualmente no existe actividad turística en el Cantón Milagro.

#### Pregunta 4

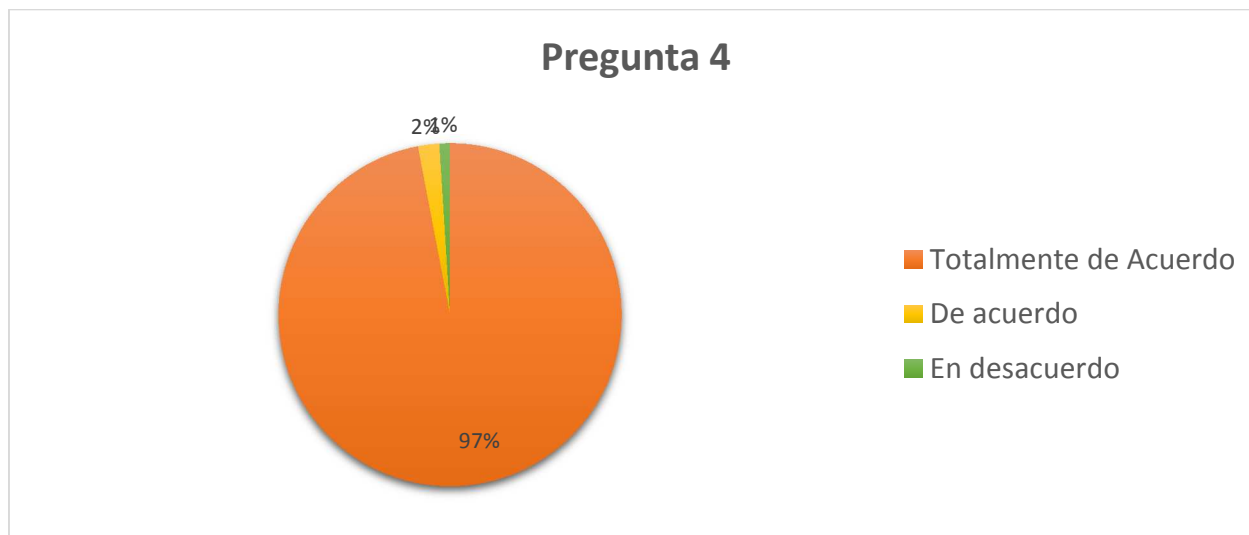
¿Considera usted que el Cantón Milagro existan varias necesidades Turísticas que impidan a su desarrollo?

**Cuadro 7 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	373	97%
2	De acuerdo	6	2%
3	En desacuerdo	5	1%
	Total	384	100%

Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Grafico 4 Porcentaje de la pregunta 4**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el Grafico número 4 el 97% de la población de la muestra opina que si existen varias necesidades turísticas que impiden el desarrollo Turístico del Cantón; el 2% opinan que están de acuerdo, y el 1% en desacuerdo.

La Hipótesis que aprobada porque el 97% de la población opinaron que si existen varias necesidades turísticas que impide el desarrollo turístico del Cantón.

De tal manera ese porcentaje también prueba que el Marco teórico en donde dice que a medida que va cambiando los pueblos va surgir una necesidad.

### Pregunta 5

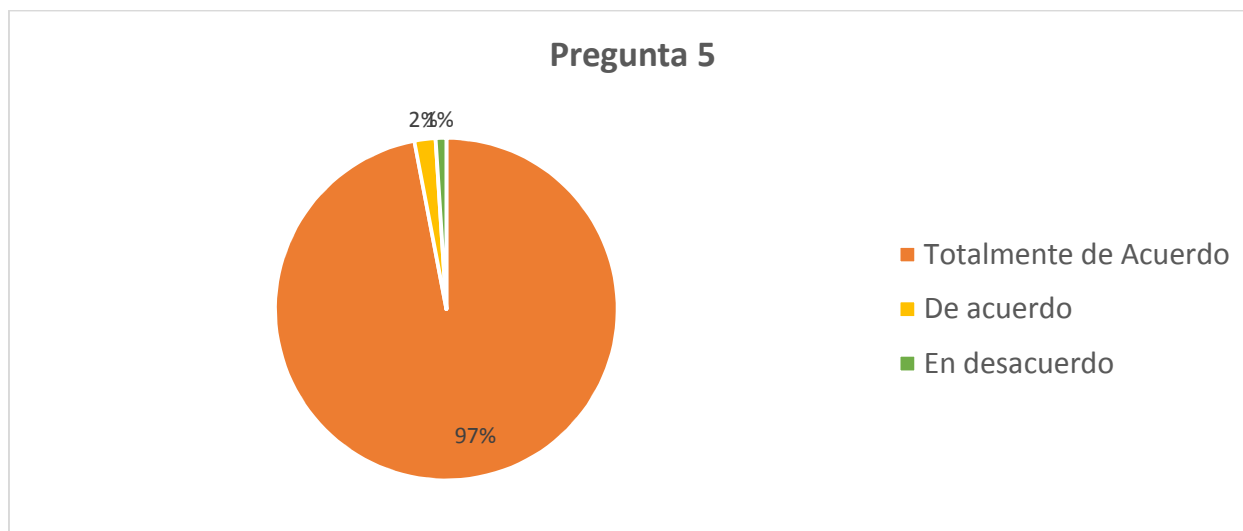
¿Considera usted que la definición de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro permitirá orientar el desarrollo económico y turístico?

**Cuadro 8 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	<b>Totalmente de Acuerdo</b>	373	97%
2	<b>De acuerdo</b>	8	2%
3	<b>En desacuerdo</b>	3	1%
	<b>Total</b>	384	100%

Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Grafico 5 Porcentaje de la pregunta 5**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carlina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 5 el 97% de la población de la muestra opina que la definición de las necesidades turísticas permitirá la orientación del desarrollo económico y turístico; 2% de acuerdo, y el 1% en desacuerdo.

La Hipótesis queda aprobada porque el 97% de la población opina que la definición de las necesidades Turísticas Del Cantón Milagro permitirá la orientación del desarrollo económico y turístico del mismo.

## Pregunta 6

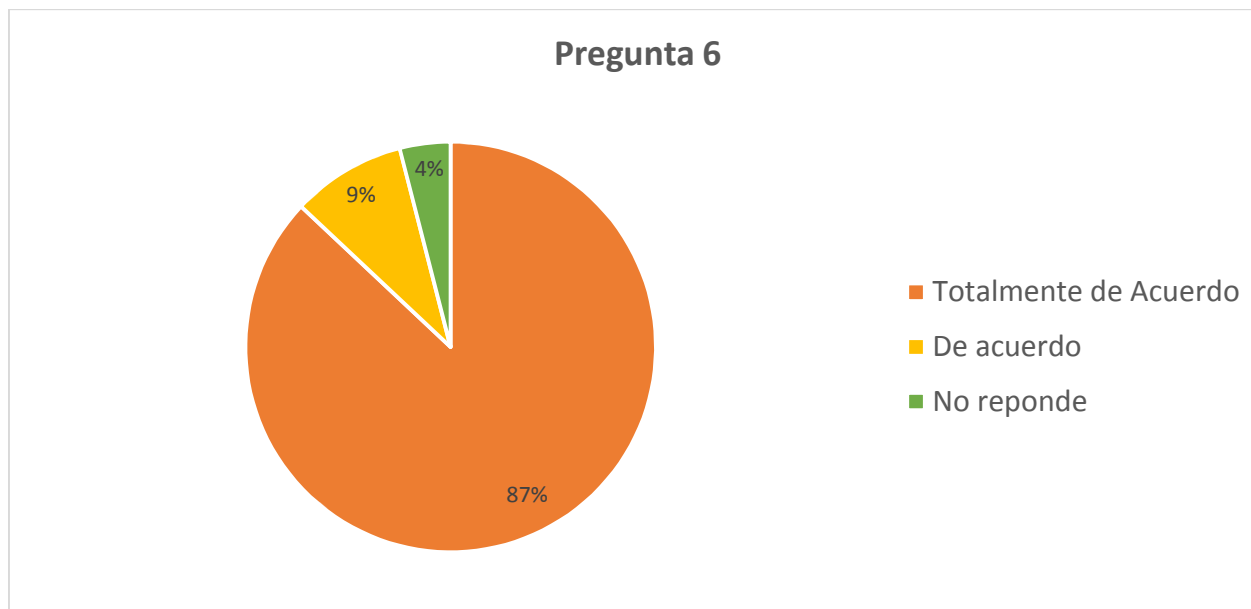
¿Considera usted que las autoridades del Cantón Milagro no demuestran interés en el área turística?

Cuadro 9 Encuesta

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	336	87%
2	De acuerdo	35	9
3	En desacuerdo	13	4%
	Total	384	100%

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

Gráfico 6 Porcentaje de la pregunta 6



Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 6 el 87% de la población de la muestra opinan que las autoridades del Cantón Milagro no muestran interés en el área turística; el 9% que están De acuerdo, y el 4% están en desacuerdo.

La Hipótesis queda aprobada porque el 87% de la población opinaron que las autoridades del Cantón Milagro no muestran interés en el área turística.

### Pregunta 7

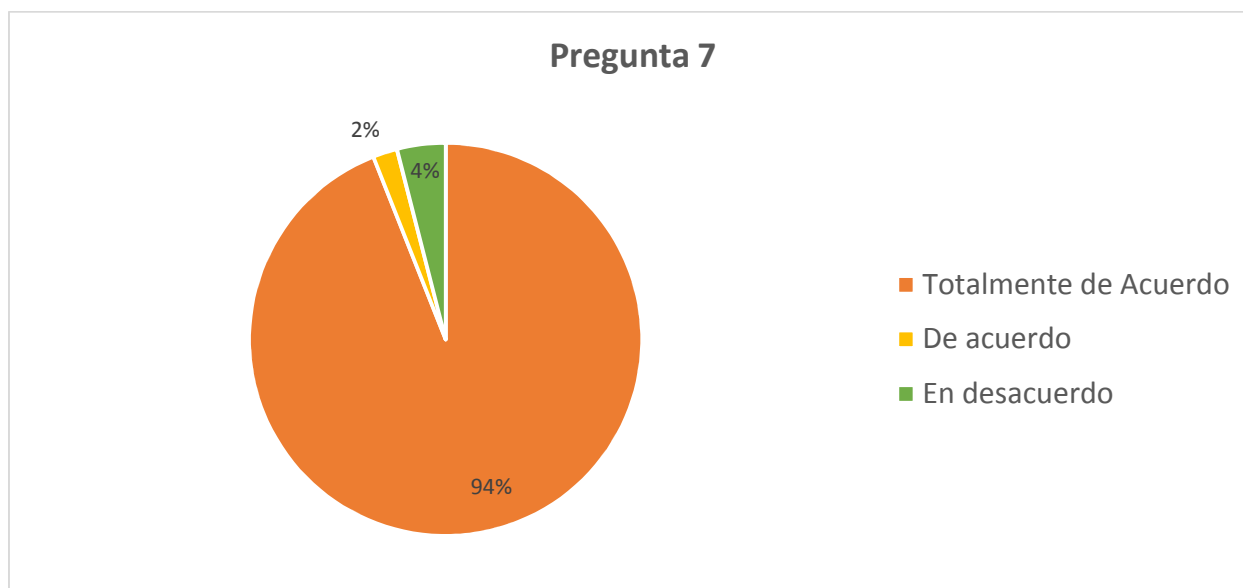
¿Considera usted que los atractivos Turísticos del Cantón necesitan ser promocionados para obtener más turistas?

**Cuadro 10 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
1	Totalmente de Acuerdo	363	94%
2	De acuerdo	8	2%
3	En desacuerdo	13	4%
	Total	384	100%

Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Grafico 7 Porcentaje de la pregunta 7**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 7 el 94% de la población opino que los atractivos turísticos del Cantón Milagro necesitan ser promocionados para obtener más turistas; el 2% opino De acuerdo, y el 4% están en desacuerdo.

La hipótesis queda aprobada porque el 94% de la población opino que los atractivos turísticos del Cantón Milagro necesitan ser promocionados para obtener más turistas.

## Pregunta 8

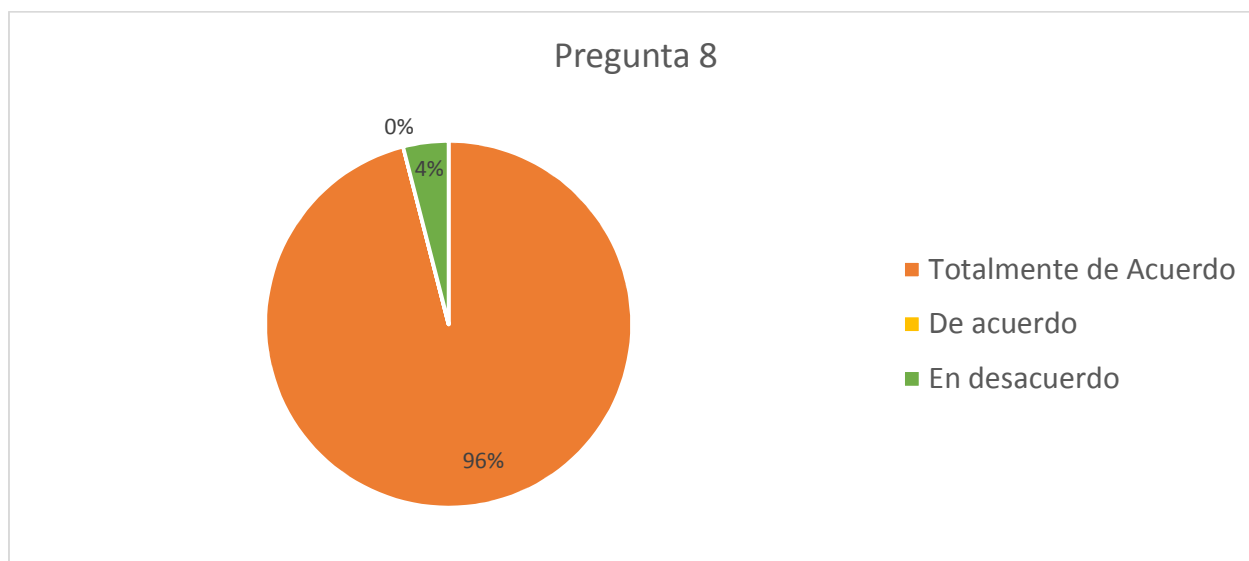
¿Considera usted importante que las autoridades del Cantón Milagro deban mostrar interés y tomar medidas rápidas y necesarias para mejorar el desarrollo turístico?

Cuadro 11 Encuesta

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	369	96%
2	De acuerdo	0	0%
3	En desacuerdo	15	4%
	Total	384	100%

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

Grafico 8 Porcentaje de la pregunta 8



Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 8 el 96% de la población de la muestra respondieron que si es importante que las autoridades muestren interés y que tomen medidas rápidas y necesarias para mejorar el desarrollo turístico, y el 4% opino en desacuerdo.



### Pregunta 9

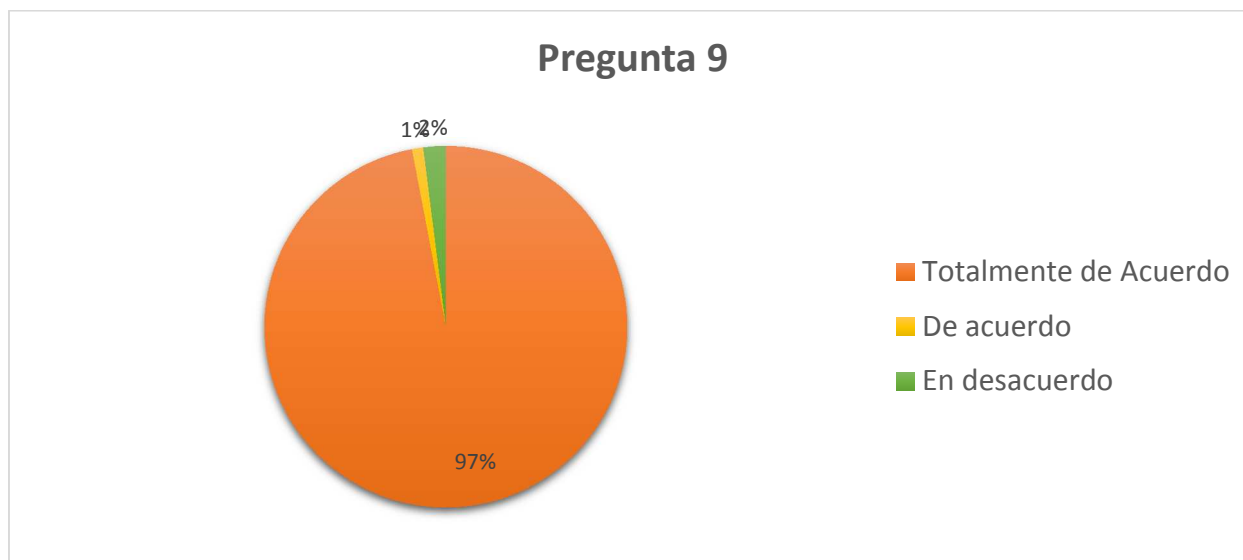
¿Cree usted que si el Cantón no contara con atractivos Turísticos los turistas quedarían insatisfechos y disminuiría su afluencia?

**Cuadro 12 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	373	97%
2	De acuerdo	2	1%
3	En desacuerdo	9	2%
	Total	384	100%

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Actor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Grafico 9 Porcentaje de la pregunta 9**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 9 el 97% de la población de la muestra opinaron que están totalmente de acuerdo; el 1% opinaron de acuerdo, y el 2% en desacuerdo.

La hipótesis queda aprobada porque el 97% de la población opinó que si el Cantón no contara con atractivos turísticos los turistas quedarían insatisfechos y disminuiría su afluencia.

### Pregunta 10

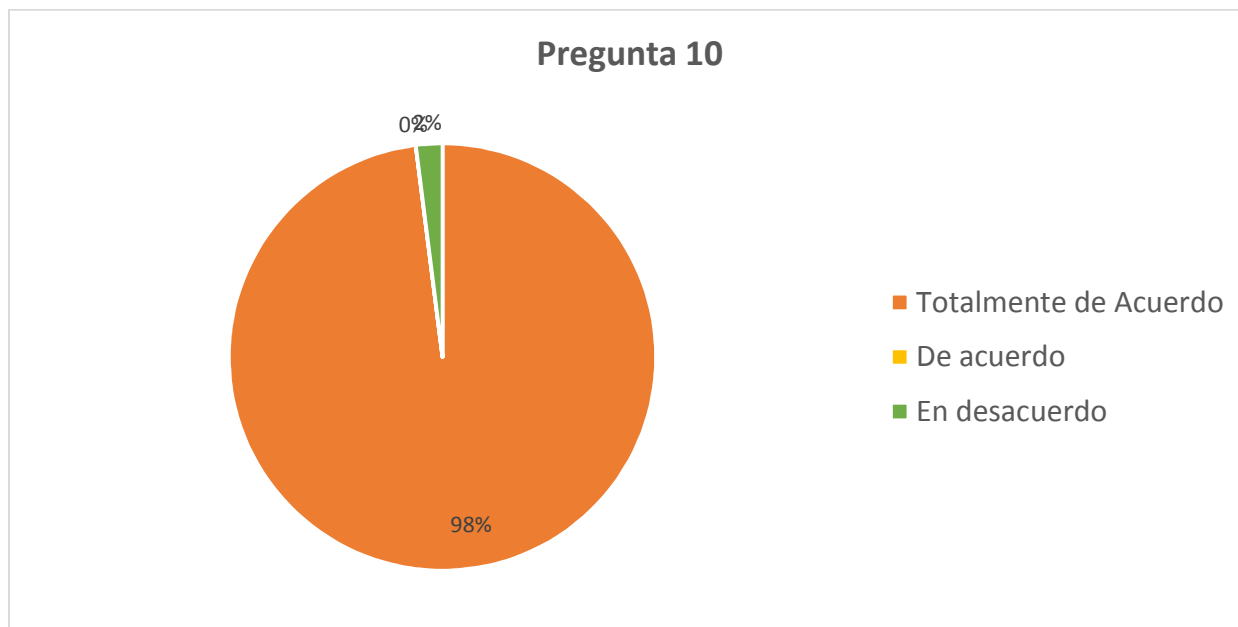
¿Considera usted importante mejorar los medios necesarios para llevar acabo la concentración masiva de turistas con la apertura de la estación del tren?

**Cuadro 13 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	378	98%
2	De acuerdo	0	0%
3	En desacuerdo	6	2%
	Total	384	100%

Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Grafico 10 Porcentaje de la pregunta 10**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el grafico número 10 el 98% de la población de la muestra opino que está totalmente de acuerdo; el 0% opino de acuerdo, y el 2% en desacuerdo. La hipótesis queda aprobada porque el 98% de la población opino que si es importante mejorar los medios necesarios para llevar acabo la concentración masiva de turistas con la apertura de la estación del tren.

### Pregunta 11

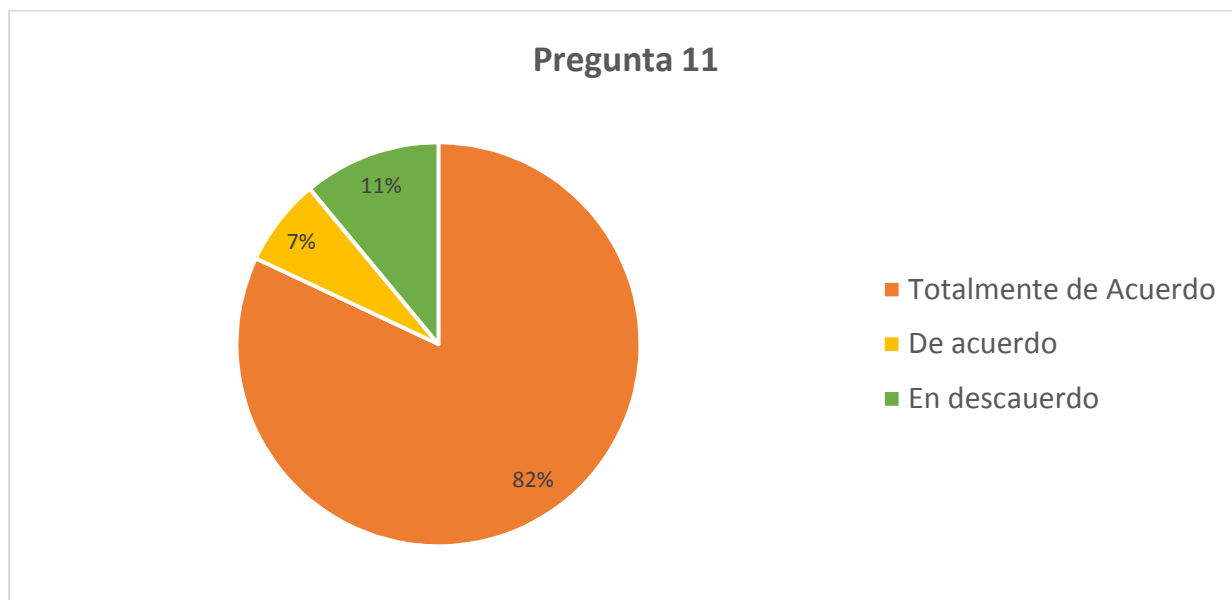
¿Considera usted que el Cantón Milagro posee atractivos turísticos que no son muy conocidos?

**Cuadro 14 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Si	313	82%
2	No	28	7%
3	No responde	43	11%
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Grafico 11 Porcentaje de la pregunta 11**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el grafico número 11 el 82% de la población opinaron que están totalmente de acuerdo; el 11% opinaron que están de acuerdo, y el 7% en desacuerdo.

La hipótesis queda aprobada porque el 82% de la población opino que el Cantón Milagro posee atractivos turísticos que no son muy conocidos.

## Pregunta 12

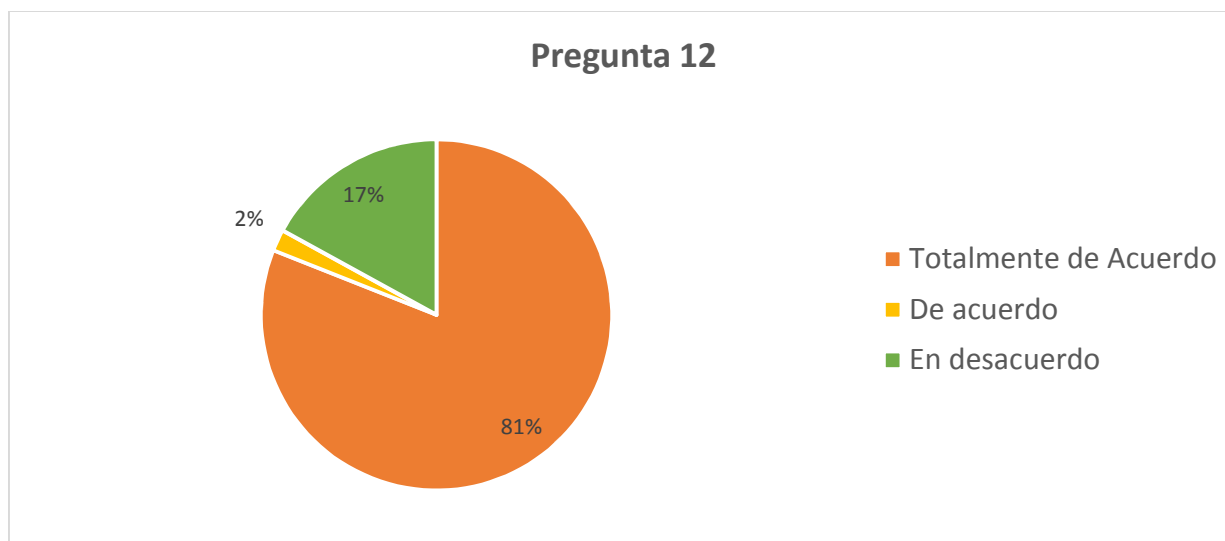
¿Cree usted que la información turística es importante para mejorar el área turística y de esa manera contribuir al desarrollo del Cantón?

**Cuadro 15 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	309	81%
2	De acuerdo	10	2%
3	En desacuerdo	65	17%
	Total	384	100%

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Grafico 12 Porcentaje de la pregunta 12**



Fuente: La población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 12 el 81% de la población de la muestra opino que está totalmente de acuerdo; el 2% opino que están de acuerdo, y el 17% en desacuerdo.

La hipótesis queda aprobada porque el 81% de la población opino que información turística es importante para mejorar el área turística y de esa manera contribuir al desarrollo del Cantón.

### Pregunta 13

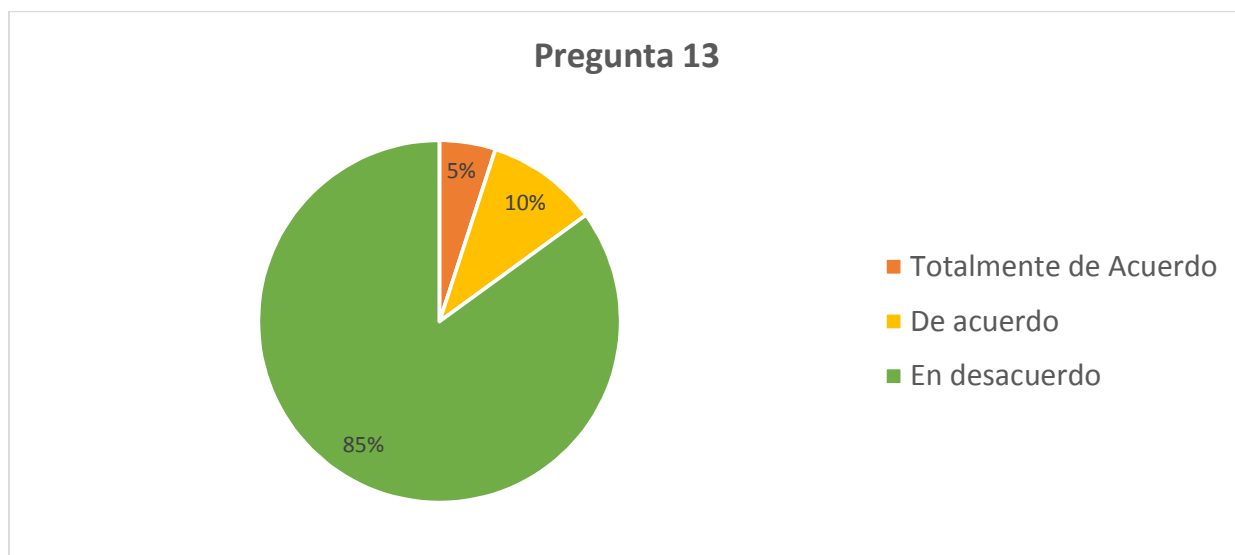
¿Considera usted que en el Cantón Milagro existan lugares en donde puedan brindar información turística a los visitantes?

**Cuadro 16 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	16	5%
2	De acuerdo	40	10%
3	En desacuerdo	328	85%
	Total	384	100%

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Gráfico 13 Porcentaje de la pregunta 13**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 13 el 5% de la población de la muestra opino que está totalmente de acuerdo; el 10% opino que está de acuerdo, y el 85% están en desacuerdo.

La hipótesis queda aprobada porque el 85% de la población opino que en el Cantón Milagro no existen lugares en donde puedan brindarle información Turística.

### Pregunta 14

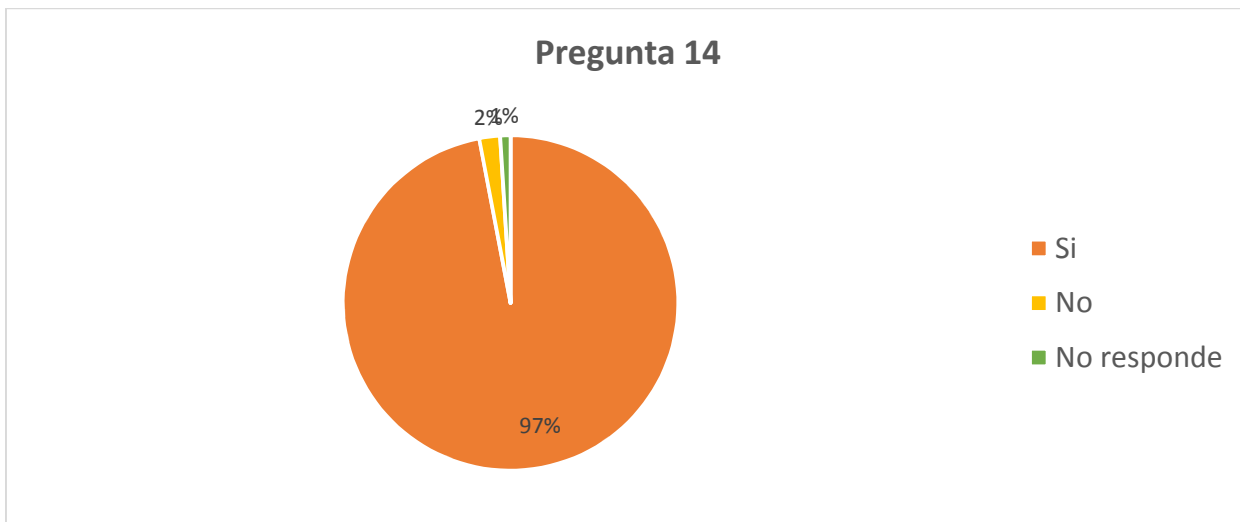
¿Considera usted necesario brindar información Turística del Cantón Milagro para de esa manera los visitantes se sientan más decididos y seguros al llegar al mismo?

**Cuadro 17 Encuesta**

#	Opciones	Frecuencia	Porcentaje%
1	Totalmente de Acuerdo	374	97%
2	De acuerdo	6	2%
3	En desacuerdo	4	1%
	Total	384	100%

Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Gráfico 14 Porcentaje de la pregunta 14**



Fuente: La Población del Cantón Milagro  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

De los datos obtenidos en el gráfico número 14 el 97% de la población de la muestra opino que está totalmente de acuerdo; el 2% opino que está de acuerdo, y el 1% opino en desacuerdo.

La hipótesis que aprobada porque el 97% de la población opino que si es necesario brindar información turística del Cantón Milagro para de esa manera los visitantes se sientan decididos y seguros al llegar al mismo.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.**

Según las estadísticas reflejadas en los gráficos y cuadros, podemos darnos cuenta que tan importante es realizar un estudio de las necesidades turísticas del Cantón Milagro y de esta manera poder identificar y plantear soluciones a los problemas presentados que afecta en el desarrollo económico y turístico.

## **4.3 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS**

### **4.3.1 Hipótesis General**

La hipótesis general queda aprobada, según los resultados presentados en las encuestas de las pregunta 1, 2, 3, 4, 5 prueban que la hipótesis general es verdadera. A la primera pregunta respondieron 49%; a la segunda pregunta respondieron 86%; a la tercera pregunta respondieron el 96%; a la cuarta pregunta respondieron el 97%; y a la quinta pregunta respondieron el 97% donde el promedio total es de un 85%.

### **4.3.2 Hipótesis Particular**

#### **Hipótesis Particular 1**

La Hipótesis particular 1 queda aprobado según los resultados presentados en las encuestas de la pregunta 6, 7, 8. A la sexta pregunta respondieron 87%, a la séptima pregunta respondieron 94%, a la octava respondieron 96% donde de promedio total es de un 92%.

#### **Hipótesis Particular 2**

La hipótesis queda aprobada según los resultados presentados en las encuestas de la pregunta 9, 10, 11. A la novena pregunta respondieron 97%, a la décima pregunta respondieron 98%, a la onceava pregunta respondieron 82% donde de promedio total es de un 92%.

#### **Hipótesis Particular 3**

La hipótesis queda aprobada según los resultados presentados en las encuestas de la pregunta 12, 13, 14. A la doceava pregunta respondieron 81% a las décima tercera pregunta respondieron 85% a la décima cuarta pregunta respondieron 97% donde de promedio total es 87%.

## **CAPÍTULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Plan de capacitación Turística a los gestores de la Planta Turística del Cantón Milagro, para contribuir a mejorar su desarrollo económico y turístico.

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

El Cantón Milagro cuenta con una variedad respecto a su planta Turística, cuenta con locales donde brindan servicio de alimentos y bebidas, Hoteles, Frutales, Bosques maderables, Haciendas de Banano y parcelas completas de viveros con una gran variedad de plantas asombrosas que le brindan al lugar un colorido sinigual, la vía que dirige hacia el Cantón Naranjito lucen sembrada de negocios de Víveres.

La problemática que se pretende resolver con esta propuesta es poder dar a conocer esta potencialidad a través de la empresa capacitadora de Turismo, para que la planta turística está capacitada para poder llevar a cabo su negocio con un buen servicio y de esta manera estar preparados para poder recibir a los turistas.

Para llevar a cabo esta propuesta hay que tener presente las siguientes palabras claves:

**Atractivos turísticos:** Es el conjunto de bienes, ya sean tangibles o intangibles que posee un país y que contribuye a ser la principal atracción una determinada zona.

**Cliente:** se refiere el individuo que utiliza constantemente los servicios profesionales o de alguna empresa.

**Consumidor:** termino el cual identifica al individuo que compra o hace uso de algún bien o servicio.

**Demanda Turística:** está conformado por el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos, conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en el lugar de la estadía.

**Necesidad:** carencia de las cosas que son menester para la conservación de la vida.



### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

La necesidad de plantear este estudio de las necesidades Turísticas del Cantón Milagro se debe al bajo rendimiento turístico del Cantón

Después de haber realizado este estudio de las necesidades turísticas, se pudo determinar que la Planta Turística del Cantón Milagro no se encuentra preparada para poder recibir a los turistas que esperamos con la apertura de la estación del tren, debido a que los turistas no tienen lugares donde visitar que brinden un buen servicio o un lugares de relajación y diversión, por lo general sucede lo mismo en otras ciudades que poseen la estación tren, y los turistas no encuentran atractivo el cual puedan acudir.

Para poder darle solución a uno de los problemas principales suscitados en el estudio, la Población Milagreña está de acuerdo que en el Cantón existen varias necesidades que impiden el desarrollo económico y turístico del Cantón por lo que se ha planteado como solución un Plan de capacitación turística para una determinada área del Cantón Milagro, a través de la ayuda de la Municipalidad de Milagro.

Con la presentación de esta propuesta se pretende que mediante las capacitaciones mejore el desarrollo económico y turístico del Cantón, a través de una promoción, mejorando los medios necesarios para llevar a cabo una concentración masiva de turistas, y brindando información a los turistas de los lugares que pueden visitar.

Estas capacitaciones será para brindar principalmente en el área céntrica de la Ciudad de Milagro en donde se encuentra principalmente servicios de Hotelería y de alimentos y bebidas, los tópicos a dictar en las capacitaciones serán dependiendo el área en el que se encuentren.

Se formara alianzas con la Universidad Estatal de Milagro para que los alumnos de la Carrera de Licenciatura en Turismo que estén en sus últimos niveles académicos puedan brindar las Capacitaciones brindando los conocimientos que han obtenido durante la carrera universitaria realizando a su vez las prácticas profesionales que le piden de requisito para poder obtener su título profesional.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la Propuesta**

Crear un Plan de capacitación turística que fortalezca la planta turística del Cantón Milagro y contribuya al desarrollo económico y turístico del sector.

### **5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta**

Desarrollar un sistema de capacitación para que puedan adquirir los conocimientos y las destrezas necesarias para desenvolverse en el área turística.

Promover iniciativas sobre la importancia de capacitarse en el área turística para mejorar su desarrollo económico y turístico.

Brindar las herramientas y conocimientos específicos a los gestores de la Planta Turística.

## 5.5 UBICACIÓN

**País:** Ecuador

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Ciudad:** Milagro

**Lugar:** Municipalidad de Milagro

**Figura 1 Ubicación del Cantón Milagro**



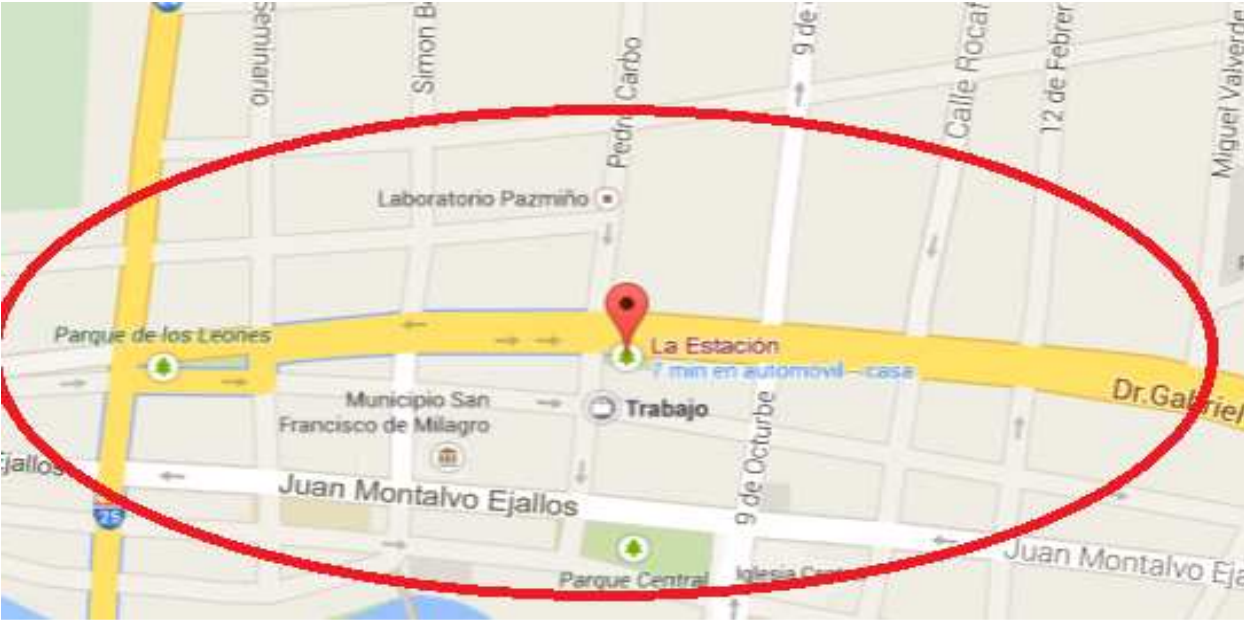
Fuente: Google maps.  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano.

**Figura 2 Ubicación del Municipio de Milagro en donde se dictaran las Capacitaciones**



Fuente: Google maps.  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Figura 3 Ubicación de los Gestores de la Planta Turística de la Ciudad de Milagro**

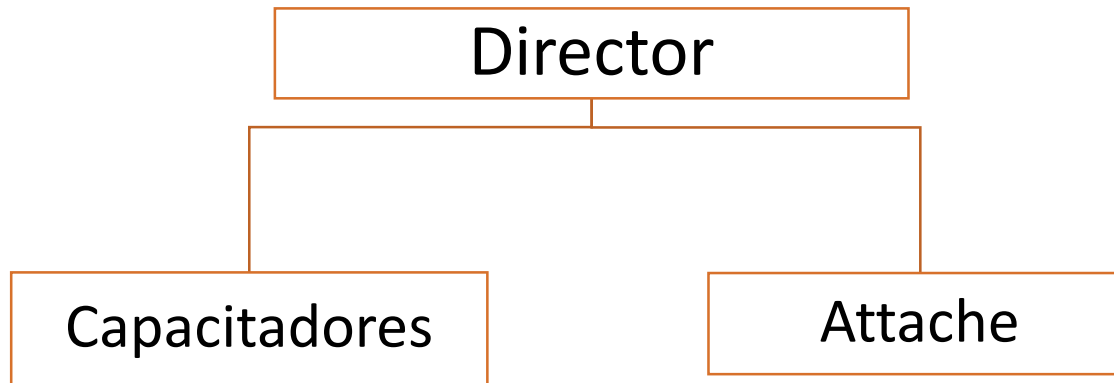


Fuente: Google maps  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

## 5.6 FACTIBILIDAD

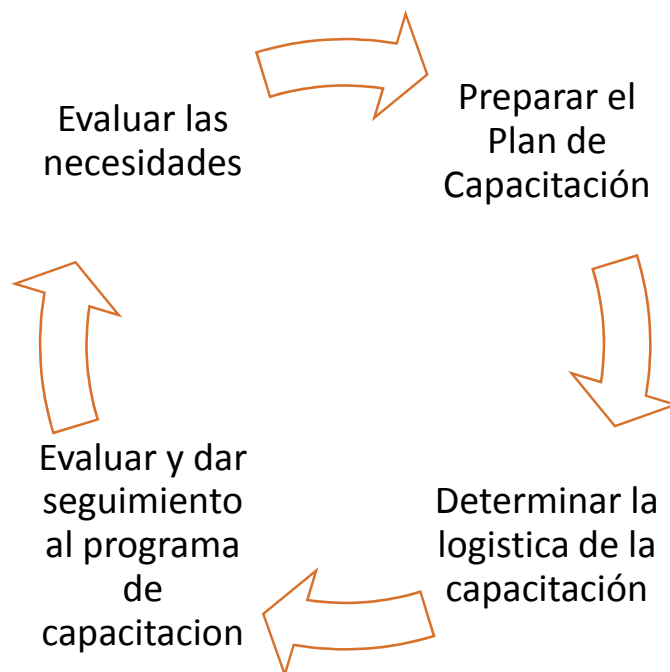
### 5.6.1 Factibilidad Administrativa

Figura. 2 Personal Responsable en el Plan de Capacitación Turística



Para la aplicación del Plan de Capacitación Turística, el responsable de dirigir el plan será el Director quien estará a cargo de la ejecución y supervisión del proyecto, como recomendación, el director deberá ser el del área Turística; estarán los capacitadores que mediante alianzas estratégicas con la Universidad Estatal de Milagro y los alumnos de los últimos semestres de la Carrera de Licenciatura en Turismo serán quienes brinden las capacitaciones demostrando los conocimientos que han obtenido en el transcurso de su carrera y sus destrezas; de la misma manera podrán ser parte de la logística del plan como attache.

**Figura. 4 Proceso de la propuesta**



**Fuente: Autoría**

**Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano**

## **5.7 Factibilidad Presupuestaria**

### **Recursos que se necesitan para brindar las capacitaciones**

- Salón Auditorio
- 1 Proyector
- 1 Computador
- 1 pendrive
- 1 micrófono
- 1 parlante
- 1 Impresora
- Carpetas
- Bolígrafos
- Resmas de papel bond
- Trípticos
- Folletos

### 5.7.1 Inventario de los recursos que se requiere invertir

**Cuadro 18 Inventario de los recursos que se requieren para el Plan de Capacitación Turística**

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
<b>A</b>	<b>ENSERES (Por Capacitación) ( mensual)</b>		
100	Carpetas manila	\$0.15	\$15
100	Esferos	\$0.20	\$20
5	Resmas de Papel Bond	\$3.00	\$15
100	Folletos	\$0.10	\$10
<b>B</b>	<b>COFFE BREAK (diario)</b>		
100	Jugo	\$0.30	\$30
100	Sanduche	\$0.50	\$50
<b>TOTAL</b>			<b>\$170</b>

Fuente: Autoría  
Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano



## 5.7.2 Ingresos y Gastos

**Cuadro 19 Detalle de Ingresos y Gastos**

Ingreso	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep.	Octubre	Nov.	Dic.	Anual
Partida Presupuestaria	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	1992.68	23912.16
Gastos Generales	Enero 1er Grupo	Febrero 1er Grupo	Marzo 1er Grupo	Abril 2do Grupo	Mayo 2do Grupo	Junio 2do Grupo	Julio 3er Grupo	Agosto 3er Grupo	Sep. 3er Grupo	Octubre 4to Grupo	Nov. 4to Grupo	Dic. 4to Grupo	Anual
Carpetas Manila	\$15	x	X	\$15	X	X	\$15	X	X	\$15	X	X	\$60
Esferos	\$20	X	X	\$20	X	X	\$20	X	X	\$20	X	x	\$80
Resmas de Papel Bond	\$15	X	X	\$15	X	X	\$15	X	X	\$15	X	x	\$60
Folletos	\$10	X	X	\$10	X	X	\$10	X	X	\$10	X	X	\$40
Cefee Break	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$960
Viáticos para 2 Capacitadores y/o 1 Attacge	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$360
Total de Gastos	\$170	\$110	\$110	\$170	\$110	\$110	\$170	\$110	\$110	\$170	\$110	\$110	\$1500

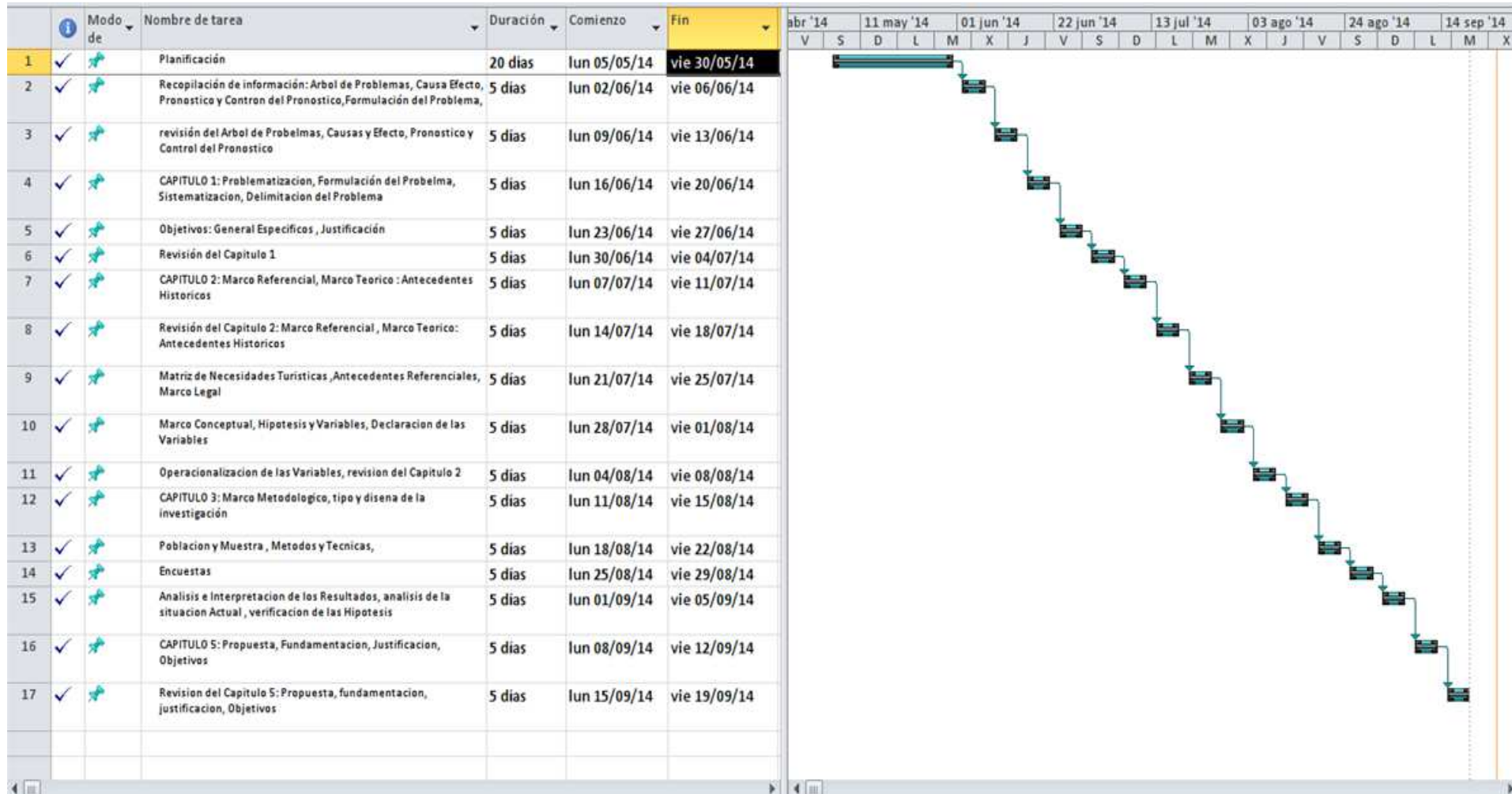
Fuente: Autoría

Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

**Nota:** El valor de la partida presupuestaria fue tomada de referencia en la tesis de los señores López Sevilla, Julio Cesar y Arreaga Suarez Raúl Alberto, del año 2012, considerando que cada año habrá un mínimo de diferencia para dicho valor.

### 5.7.3 CRONOGRAMA

**Cuadro 20 Cronograma de Actividades del Proyecto**



#### **5.7.4 Alcance del Plan de Capacitación Turística**

Este Plan de Capacitación Turística se constituye en una herramienta de fortalecimiento para las competencias de la Planta Turística principalmente enfocadas para las áreas de servicio Hotelero y/o Alimentos y Bebidas, no obstante y conforme a las necesidades y recursos que dispongan dichas áreas durante la vigencia del plan se originaran varios tópicos que serán de esencial ayuda para su trabajo cotidiano.

El primer Tema será una pequeña Introducción del Turismo en el país como dato general, de la misma manera acerca de la Ciudad de Milagro, que aportara a su conocimiento y que requiere tener presente.

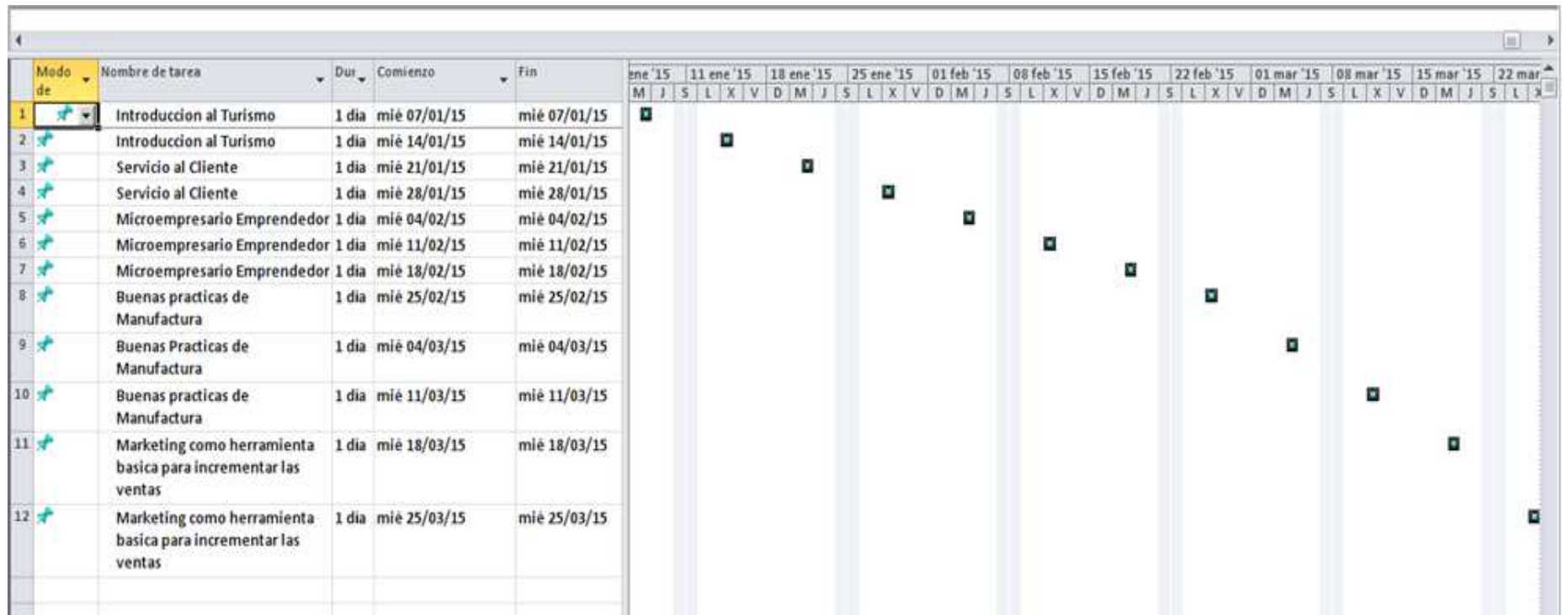
Es importante también tratar sobre el Servicio al Cliente, y de esa manera puedan saber cómo se lo debe tratar dependiendo del Cliente.

El microempresario emprendedor es otro tema a tratar demostrándoles así a los gestores que deben hacer y ser para poder desarrollar su empresa como tal, aprendiendo a usar técnicas básicas del BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), y herramientas muy indispensables de mercadotecnia para que puedan incrementar las ventas.

Sin embargo las acciones de capacitación se modificaran anualmente, de acuerdo a las necesidades reflejadas y presentadas de acuerdo a los análisis y evaluaciones.

### 5.7.5 Cronograma de Actividades

Cuadro 21 Cronograma de Actividades para las Capacitaciones



Fuente: Autoría  
 Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano

## PLAN DE CAPACITACION TURISTICA

**Cuadro 22.**

Área de Servicio	Hotelería/Alimentos y bebidas
<b>Temas a Tratar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al Turismo</li> <li>• Servicio al Cliente.</li> <li>• Microempresario Emprendedor.</li> <li>• Buenas Prácticas de Manufactura.</li> <li>• Marketing como herramienta básica para incrementar mis ventas.</li> </ul>
<b>Duración de las Capacitaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al Turismo (6Horas)</li> <li>• Servicio al Cliente (6Horas)</li> <li>• Microempresario Emprendedor (12Horas)</li> <li>• Buenas Prácticas de Manufactura (12 Horas)</li> <li>• Marketing como herramienta básica para incrementar mis ventas. (12 horas)</li> <li>• Total de Horas (48 horas)</li> </ul>
<b>Horarios de Capacitación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miércoles desde 14:00 hasta 17:00 horas, 3 horas una vez a la semana durante 3 meses. Considerando el tiempo de disponibilidad de las personas del área turística.</li> </ul>
<b>Objetivos de la Capacitación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir al Fortalecimiento de las capacidades de los gestores de la Planta Turística del Cantón Milagro.</li> <li>• Actualizar y ampliar los conocimientos requeridos en áreas especializadas de la actividad.</li> </ul>
<b>Pueden desarrollarse a través de las diferentes Modalidades de Capacitación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación; su propósito es impartir conocimientos básicos orientados a proporcionar una visión general y amplia con relación al contexto de desenvolvimiento.</li> <li>• Actualización; se orienta a proporcionar conocimientos y experiencias derivados de recientes avances científicos, tecnológicos.</li> <li>• Especialización; se refiere a la profundización y dominio de conocimientos y experiencias al desarrollo de habilidades.</li> <li>• Perfeccionamiento; se propone complementar, ampliar o desarrollar el nivel de conocimiento.</li> </ul>

**Fuente: Autoría**

**Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano**

**CONTENIDO DE CADA TEMA**  
**Introducción al Turismo**

**Cuadro 23. Primer Tema**

<b>#1 Introducción al Turismo</b>	
<b>Primera Semana 3 Horas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Glosario de Palabras más relevantes que usaremos en el transcurso de las capacitaciones</li><li>• Concepto de Turismo.</li><li>• Clases de Turismo y sus respectivos ejemplos.</li><li>• Datos Generales del Ecuador: límites, ubicación, población total, regiones, provincias y capitales, moneda, idioma, raza.</li><li>• Principales atractivos turísticos del Ecuador.</li></ul>
<b>Segunda Semana 3 Horas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Breve repaso de lo visto anteriormente.</li><li>• Datos Generales del Cantón Milagro</li><li>• Videos referentes a los temas</li><li>• Evaluación del primer tópico</li></ul>

## Segunda Tema

### Cuadro 24 Servicio al Cliente

# 2 Servicio al Cliente	
<b>Tercera Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Producto y Servicio.</li><li>• Cosas que no se deben decir al cliente.</li><li>• Clases de clientes; cliente enojado, el conversador ofensivo e infeliz, el cliente discutiador, el que siempre se queja y es exigente, el que no habla y es indeciso</li><li>• Cómo estar preparado para dar un Buen servicio al cliente.</li></ul>
<b>Cuarta Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cómo ofrecer mejora mi servicio o producto a mi cliente.</li><li>• Los pro y los contra de las alianzas estratégicas</li><li>• Conocimientos básicos que se debe saber para dar una buena imagen al cliente.</li><li>• Evaluación del segundo tópico.</li></ul>

## Microempresario Emprendedor

### Cuadro 25. Tercer Tema

<b>#3 Microempresario Emprendedor</b>	
<b>Primera Semana (3Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concepto de Emprendedor.</li><li>• Componentes de las Competencias: valores, rasgos personales, habilidades, conocimientos, actitudes.</li><li>• Trabajo en Equipo.</li><li>• Actitudes de las Personas.</li><li>• Video referente al tema.</li></ul>
<b>Segunda Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proceso de Comportamiento Humano y superación personal.</li><li>• Ejercicio de actitud y superación personal.</li><li>• Superación personal a través de competencias.</li><li>• El desarrollo Intelectual.</li></ul>
<b>Tercera Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proceso de Recuperación de Valores.</li><li>• Calidad Humana.</li><li>• Tipos de Autoestima y concepto del mismo.</li><li>• Entorno y crecimiento laboral.</li><li>• Características de un Emprendedor.</li><li>• Como manejar la excelencia.</li><li>• Innovación.</li><li>• Evaluación del Tercer Tópico</li></ul>



## Buenas Prácticas de Manufactura

### Cuadro 26. Cuarto Tema

#4to Tema Buenas Prácticas de Manufactura	
<b>Cuarta Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concepto de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).</li><li>• Ámbito de Aplicación.</li><li>• Definición de las palabras más relevantes que se utilizaran en el tema.</li><li>• Principios Fundamentales.</li><li>• Contenido de las Normas de BPM</li></ul>
<b>Primera Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Instalaciones: condiciones mínimas, localización, diseño y construcción, condiciones específicas del Área, facilidades, equipos y utensilios, selección de equipo y especificaciones, monitoreo del equipo, requisitos higiénicos de fabricación.</li></ul>
<b>Segunda Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personal: consideraciones generales, educación y capacitación, estado de salud, higiene y medidas de protección, comportamiento del personal, materias primas e insumos, operaciones de producción</li><li>• Tipos de Contaminación</li><li>• Evaluación del Cuarto tópico</li></ul>

## Marketing como herramienta básica para incrementar las ventas

### Cuadro 27. Quinto Tema

# 5 Marketing como herramienta Básica para incrementar las Ventas	
<b>Tercera Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Que se entiende por marketing.</li><li>• Variables controlables.</li><li>• Variables incontrolables.</li><li>• Herramientas de marketing: Producto, Precio, Plaza, Promoción</li></ul>
<b>Cuarta Semana (3 Horas)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing Operative vs. Marketing Strategic.</li><li>• ¿Qué le importa a su cliente?</li><li>• Componentes del Servicio.</li><li>• Características de los Servicios.</li><li>• ¿Qué es promoción?</li><li>• ¿Qué es Publicidad?</li><li>• Evaluación del Quinto Tópico</li></ul>

### **5.7.6 Lineamientos para evaluar la Propuesta**

Para evaluar la propuesta se usaran varias técnicas para verificar el desarrollo de la planta Turística, en primer lugar los gestores será evaluados para ver si captaron los conocimientos impartidos en las capacitaciones, se deberá llevar a cabo un seguimiento individual para verificar de qué manera han aplicado cada uno de los temas que se dieron en las capacitaciones, de la misma manera cada establecimiento deberá evaluar al cliente a través de encuestas para conocer si el cliente se sintió satisfecho en sus diferentes aspectos como el servicio, el aspecto del lugar, que tan difícil se le hizo llegar a ese lugar, el valor del producto entre otros.

**Figura 4 Modelo de Triptico para brindarles informacion respecto al Plan de Capacitacion**

	<p>LUGAR DE ENCENTRO</p>	<p>TEMAS A TRATAR</p> <p>Introducción al Turismo</p> <p>Servicio al Cliente.</p> <p>Microempresario Emprendedor.</p> <p>Buenas Prácticas de Manufactura.</p> <p>Marketing como herramienta básica para incrementar mis ventas.</p>	<p>Ciudad de Milagro</p> <p>Milagro es una zona tropical y fue habitada desde hace miles de años por numerosas población aborigen perteneciente a la cultura Cayapa Colorado. Estos no solo ocupaban lo que hoy es la ciudad de Milagro sino, también lo que hoy son las provincias de Los Rios y el Guayas. hoy son las provincias de Los</p> 	<p>Capacitaciones para el Sector Turístico</p>  <p>Milagro-Ecuador</p>
<p>SECTOR TURISTICO</p> <p>Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo mínimo de un pernocte (una noche de estadía como unidad), y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos.</p> <p>Arthur Fromm define el turismo como: el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales o profesionales y otros analogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.</p>				

**Fuente: Aatoria**  
**Autor: Tatiana Carolina Trelles Campuzano**

## **CONCLUSIONES**

Como resultado de la Investigación se llegó a la siguiente conclusión, tomando en cuenta el resultado de las encuestas.

Los emprendimientos son de gran importancia para poder crear proyectos turísticos.

La falta de difusión y promoción de los atractivos turísticos del Cantón impide que sea reconocidos, a nivel Local, Provincial, Regional.

La participación de las autoridades con los proyectos Turísticos dentro del Cantón, aportaría al Desarrollo económico y turístico del Cantón y es de gran importancia.

El bajo índice de conocimiento respecto a información turística afecta a la planta turística para poder administrar bien los establecimientos.

Es importante mejorar los medios necesarios para llevar acabo la concentración masiva de turistas debido a la apertura de la estación del tren el cual obtendrá gran afluencias de turistas.

## RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones obtenidas luego del análisis realizado se destacan las siguientes.

Poner en marcha el Plan de Capacitación Turística, para que los gestores de la Planta Turística obtengan la información necesaria que les servirá de gran ayuda para llevar adelante sus establecimientos.

Crear un centro de capacitación Turística con ayuda del Municipio y con varios entes que ayuden al financiamiento, para que puedan brindar capacitaciones que ayuden a fortalecer la Planta Turística y que puedan emprender nuevos proyectos para el desarrollo económico y Turístico del Cantón

Fomentar el turismo del Cantón a través de estrategias de marketing para que la demanda turística del Cantón Milagro crezca.

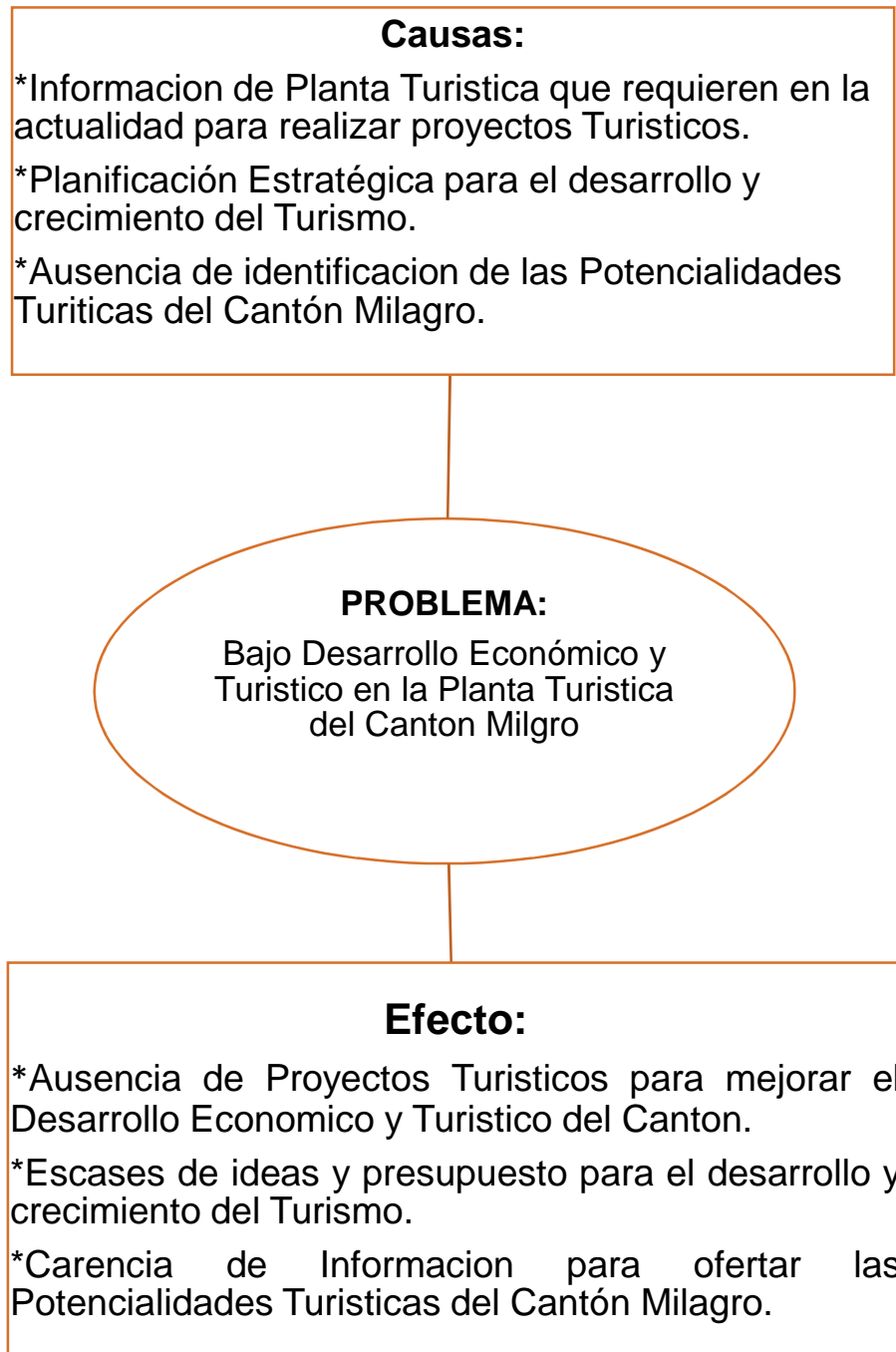
Realizar otro estudio de las necesidades Turísticas después de unos años para evaluar las necesidades correspondientes.

Establecer una planificación estratégica conjunto el marketing turístico y los gestores de la Planta Turística para poder aportar al desarrollo del Cantón.

Las Entidades públicas puedan proveer a los gestores, para que los turistas tengan una mejor visión del servicio que brindan.

# **ANEXOS**

## ANEXO. 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS





## ANEXO. 2 MATRIZ DEL ESTUDIO

<b>Tema del Proyecto</b> : Estudio de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro Provincia del Guayas País Ecuador para Contribuir a su desarrollo Económico y Turístico en el periodo 2013-2014				
<b>Formulación del Problema</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variable Dependiente</b>	<b>Variable Independiente</b>
¿Cómo incide un Estudio de las Necesidades Turísticas de la Población del Cantón Milagro a su Desarrollo Económico y Turístico en el periodo 2013-2014?	Determinar como afecta las Necesidades Turísticas al Desarrollo Económico y Turístico del Cantón Milagro.	La definición de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro permitirá orientar el Desarrollo Económico y Turístico.	Necesidades Turísticas	Desarrollo Económico
<b>Sistematización</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Particular</b>	<b>Variable Dependiente</b>	<b>Variable Independiente</b>
¿Cómo incide la ausencia de proyectos Turísticos en el desarrollo del Cantón Milagro?	Analizar como incide la ausencia de proyectos turísticos en el desarrollo del Cantón Milagro.	Si las autoridades del Cantón Milagro no muestran interés, entonces el Desarrollo Económico y Turístico se verá afectado.	Proyectos Turísticos	Desarrollo
¿De qué manera afecta la escases de planificación y propuesta de producto turístico al desarrollo y crecimiento del mismo?	Identificar de qué manera afecta la planificación y propuesta de los productos turísticos al crecimiento y desarrollo socioeconómico del Cantón Milagro.	Si no cuenta con Atractivos Turísticos, Entonces los turistas no podrán satisfacer sus necesidades.	Ideas y Propuestas	Crecimiento y desarrollo socioeconómico
¿Cómo influye la carencia de información al ofertar las potencialidades turísticas del Cantón Milagro?	Diagnosticar como influye la carencia de información al ofertar las potencialidades Turísticas del Cantón Milagro.	Si existe ausencia de información de las Necesidades que requieren los Turistas en la Actualidad, entonces afecta al realizar los proyectos Turísticos.	Información	Proyectos Turísticos



## ANEXO. 3 ENCUESTA



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales**  
**Carrera de Licenciatura en Turismo**

**Encuesta dirigida a las personas del Cantón Miagro**

**Objetivo: Determinar cómo incide un Estudio de las Necesidades Turísticas del Cantón Milagro.**

**Instrucciones: Poner un visto en el recuadro que usted crea conveniente, y selecciones solo una respuesta.**

1. ¿Considera usted que el Turismo ayuda al Desarrollo del país?	Totalmente de Acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
2. ¿Según su opinión considera importante los emprendimientos para poder desarrollar proyectos turísticos en el Cantón?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
3. ¿Usted cree que actualmente existen actividades Turísticas en el Cantón Milagro?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
4. ¿Considera usted que en el Cantón Milagro existan varias necesidades Turísticas que impiden su desarrollo?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
5. ¿Considera usted que la definición de las necesidades Turísticas del Cantón Milagro permitirá orientar el desarrollo económico y turístico?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
6. ¿Considera usted que las autoridades del Cantón Milagro no demuestran interés en el área turística?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
7. ¿Considera usted que los atractivos turísticos del Cantón necesitan ser promocionados para obtener más turistas?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
8. ¿Considera usted importante que las autoridades del Cantón Milagro deban mostrar interés y tomar medidas rápidas y necesarias para mejorar el desarrollo turístico?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
9. ¿Cree usted que si el Cantón no contara con atractivos Turísticos los Turistas quedarían insatisfechos y disminuirá su afluencia?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
10. ¿Considera usted importante mejorar los medios necesarios para llevar acabo la concentración masiva de turistas con la apertura de la estación del Tren?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
11. ¿Considera usted que el Cantón Milagro posee atractivos turísticos que no son muy conocidos?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
12. ¿Cree usted que la información turística es importante para mejorar el área turística y de esa manera contribuir al desarrollo del Cantón?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
13. ¿Considera usted que en el Cantón Milagro existan lugares donde puedan brindar información turística a los visitantes?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	
14. ¿Considera usted necesario brindar información turística del Cantón para de esa manera los visitantes se sientan más decididos y seguros al llegar al mismo?	Totalmente de acuerdo	
	De acuerdo	
	En desacuerdo	

## ANEXO 4. CERTIFICADO

REPÚBLICA DEL ECUADOR



★ ★ ★ ★ ★  
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO



DIRECCIÓN DE AMBIENTE - 2014

Milagro, 21 de mayo del 2014

### CERTIFICADO

Por medio del presente tengo a bien certificar que el Proyecto "DIAGNOSTICO DE LAS NECESIDADES TURÍSTICAS DEL CANTÓN MILAGRO PARA MEJORAR SU DESARROLLO" elaborado por la estudiante de la Carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Estatal de Milagro, Sra. Tatiana Carolina Trelles Campuzano, constituye una herramienta importante que contribuiría de manera positiva con el desarrollo Turístico del Cantón.

Las estudiante ante mencionada puede hacer uso del presente certificado para lo que ella considere adecuado.

Atentamente,

Psi. Ind. Daniela Oviedo  
DIRECTORA DEL DPTO. DE AMBIENTE -TURISMO  
GAD MUNICIPAL DE MILAGRO  
C. I. # 0913160800



## ANEXO 5. AREAS Y SUBAREAS DEL CONOCIMIENTO UNESCO

Área	Sub Área
Programas generales	<p><b>01 Programas básicos:</b> Programas básicos de enseñanza preescolar, elemental, primaria, secundaria, etc.</p> <p><b>08 Programas de alfabetización y de aritmética</b> Alfabetización simple y funcional; aritmética elemental</p> <p><b>09 Desarrollo personal</b> Desarrollo de destrezas personales, por ejemplo, capacidad de comportamiento, aptitudes intelectuales, capacidad organizativa, programas de orientación.</p>
Educación	<p><b>14 Formación de personal docente y ciencias de la educación</b> Formación de personal docente para: educación preescolar; jardines de infancia; escuelas elementales; asignaturas profesionales, prácticas y no profesionales; educación de adultos; formación de personal docente; formación de maestros de niños minusválidos. Programas generales y especializados de formación de personal docente. Ciencias de la educación: elaboración de programas de estudio de materias no profesionales y profesionales. Evaluación de conocimientos, pruebas y mediciones, investigaciones sobre educación; otros programas relacionados con las ciencias de la educación.</p>
Humanidades y artes	<p><b>21 Artes</b> Bellas artes: dibujo, pintura y escultura; Artes del espectáculo: música, arte dramático, danza, circo; Artes gráficas y audiovisuales: fotografía, cinematografía, producción musical, producción de radio y televisión, impresión y publicación. Diseño; artesanía.</p> <p><b>22 Humanidades</b> Religión y teología; lenguas y culturas extranjeras: lenguas vivas o muertas y sus respectivas literaturas, estudios regionales interdisciplinarios; Lenguas autóctonas: lenguas corrientes o vernáculas y su literatura Otros programas de humanidades: interpretación y traducción, lingüística, literatura comparada, historia, arqueología, filosofía, ética.</p>
Ciencias sociales, educación comercial y derecho	<p><b>31 Ciencias sociales y del comportamiento</b> Economía, historia de la economía, ciencias políticas, sociología, demografía, antropología (excepto antropología física), etnología, futurología, psicología, geografía(excepto geografía física), estudios sobre paz y conflictos, derechos humanos.</p> <p><b>32 Periodismo e información</b> Periodismo; bibliotecología y personal técnico de bibliotecas; personal técnico de museos y establecimientos similares; Técnicas de documentación; Archivología.</p> <p><b>34 Educación comercial y administración</b> Comercio al por menor, comercialización, ventas, relaciones públicas, asuntos inmobiliarios; gestión financiera, administración bancaria, seguros, análisis de inversiones; contabilidad, auditoría, teneduría de libros; gestión, administración pública, administración institucional, administración de personal; secretariado y trabajo de oficina.</p> <p><b>38 Derecho</b> Magistrados locales, notarios, derecho (general, internacional, laboral, marítimo, etc.), jurisprudencia, historia del derecho.</p>
Ciencias	<p><b>42 Ciencias de la vida</b> Biología, botánica, bacteriología, toxicología, microbiología, zoología, entomología, ornitología, genética, bioquímica, biofísica, otras ciencias afines, excepto medicina y veterinaria.</p> <p><b>44 Ciencias físicas</b> Astronomía y ciencias espaciales, física y asignaturas afines, química y asignaturas afines, geología, geofísica, mineralogía, antropología física, geografía física y demás ciencias de la tierra, meteorología y demás ciencias de la atmósfera, comprendida la investigación sobre el clima, las ciencias marinas, vulcanología, paleoecología.</p> <p><b>46 Matemáticas y estadística</b> Matemáticas, investigación de operaciones, análisis numérico, ciencias actuariales, estadística y otros sectores afines.</p> <p><b>48 Informática</b> Informática: Concepción de sistemas, programación informática, procesamiento de datos, redes, sistemas operativos - elaboración de programas informáticos solamente (el material y equipo se deben clasificar en el sector de la ingeniería).</p>



<b>Ingeniería, industria y construcción</b>	<p><b>52 Ingeniería y profesiones afines</b> Dibujo técnico, mecánica, metalistería, electricidad, electrónica, telecomunicaciones, ingeniería energética y química, mantenimiento de vehículos, topografía.</p> <p><b>54 Industria y producción</b> Alimentación y bebidas, textiles, confección, calzado, cuero, materiales (madera, papel, plástico, vidrio, etc.), minería e industrias extractivas.</p> <p><b>58 Arquitectura y construcción</b> Arquitectura y urbanismo: arquitectura estructural, arquitectura paisajística, planificación comunitaria, cartografía, edificación, construcción, ingeniería civil</p>
<b>Agricultura</b>	<p><b>62 Agricultura, silvicultura y pesca</b> Agricultura, producción agropecuaria, agronomía, ganadería, horticultura y jardinería, silvicultura y técnicas forestales, parques naturales, flora y fauna, pesca, ciencia y tecnología pesqueras.</p> <p><b>64 Veterinaria</b> Veterinaria, auxiliar de veterinaria</p>
<b>Salud y servicios sociales</b>	<p><b>72 Medicina</b> Medicina: anatomía, epidemiología, citología, fisiología, inmunología e inmunohematología, patología, anestesiología, pediatría, obstetricia y ginecología, medicina interna, cirugía, neurología, psiquiatría, radiología, oftalmología. Servicios médicos: servicios de salud pública, higiene, farmacia, farmacología, terapéutica, rehabilitación, prótesis, optometría, nutrición. Enfermería: enfermería básica, partería; servicios dentales: auxiliar de odontología, higienista dental, técnico de laboratorio dental, odontología.</p> <p><b>76 Servicios sociales</b> Asistencia social: asistencia a minusválidos, asistencia a la infancia, servicios para jóvenes, servicios de gerontología. Trabajo social: orientación, asistencia social.</p>
<b>Servicios</b>	<p><b>81 Servicios personales</b> Hotelería y restaurantes, viajes y turismo, deportes y actividades recreativas, peluquería, tratamientos de belleza y otros servicios personales: lavandería y tintorería, servicios cosméticos, ciencias del hogar.</p> <p><b>84 Servicios de transporte</b> Formación de marinos, oficiales de marina, náutica, tripulación de aviones, control del tráfico aéreo, transporte ferroviario, transporte por carretera, servicios postales.</p> <p><b>85 Protección del medio ambiente</b> Conservación, vigilancia y protección del medio ambiente, control de la contaminación atmosférica y del agua, ergonomía y seguridad.</p> <p><b>86 Servicios de seguridad</b> Protección de personas y bienes: servicios de policía y orden público, criminología, prevención y extinción de incendios, seguridad civil. Enseñanza militar.</p>
<b>Sectores desconocidos no especificados</b>	(Esta categoría no forma parte de la clasificación en sí, pero en la recopilación de datos "99" se necesita para "los sectores de educación desconocidos o no especificados").

## **ANEXO. 6 Carta dirigida a la Municipalidad de Milagro para obtener Información acerca del tema.**

Milagro 11 de septiembre Del 2014

Econ. Denisee Robles Andrade  
Alcaldesa de la Ciudad de Milagro  
Municipalidad de la Ciudad de Milagro

De mis consideraciones

Yo Tatiana Carolina Trelles Campuzano con CI. 0940354772 Egresada de la Carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Estatal de Milagro, me dirijo hacia usted de la manera más comedida y por su dicho intermedio me conceda información que servirá para poder culminar mi proyecto de investigación de la Tesis de Grado, el proyecto consiste en realizar un Estudio de las Necesidades Turísticas que tiene la ciudad de Milagro, y mi propuesta para poder mejorar su desarrollo económico y turístico es en el diseño de la creación de una empresa capacitadora de turismo y que la planta turística de la Ciudad de Milagro este capacitada para la llegada de los turistas en cuanto a la apertura de la estación del tren.

Este proyecto de investigación, es un proyecto social que necesita financiamiento a través del estado, la información que necesito es para saber si la municipalidad otorga ese financiamiento o si existe algún porcentaje destinado para proyectos sociales en caso de haberlo que requisitos se necesitan para poder obtenerlo o cual sería la gestión.

Esta información es solo para tener datos reales y adjuntarlo en los anexos de mi proyecto de Tesis, este proyecto que eh realizado quedara archivado en la Universidad Estatal de Milagro y no será realizado, quedara de muestra para poder llevar acabo cualquier proyecto social.

Esperando que la presente tenga una acogida favorable, quedo ante usted muy agradecida.

Atentamente,

Tatiana Carolina Trelles Campuzano

Adjunto:  
Número de teléfono: 0981320938 – 042715542  
Correo electrónico: tatitrelles@hotmail.com

## ANEXO. 7 Respuesta de la carta.



Ines Yolanda Flores Ponce (lic.inesfloresponce@hotmail.com) [Agregar a contactos](#) 22/09/2014 |▶  
Para: tatitrelles@hotmail.com ✕

Acciones ▼

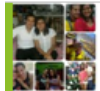
Reciba un cordial saludo de quienes hacemos la Unidad Municipal de Turismo y al mismo tiempo hacerle una cordial invitación para que se reúna con nuestra Directora de Turismo para que usted le plantee personalmente lo de su tesis, si usted podría visitarnos el 1 de octubre a las 10 de la mañana.

Atentamente.

Lcda. Ines Flores Ponce.  
Asistente de la Unidad Municipal de Turismo.  
GADM DE MILAGRO

Tesis

↑ ↓ ✕



Tatiana Trelles 16:04  
Para: Ines Yolanda Flores Ponce ✕

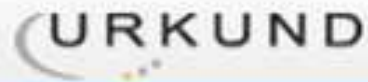
Acciones ▼

De mis consideraciones.

Estoy muy agradecida que hayan recibido mi correspondencia, escribo para confirmar mi cita con la hora antes mencionada.  
les agradezco de antemano.

Atentamente:

Tatiana Trelles.  
Egresada de Licenciatura en Turismo



<b>Document</b>	<a href="#">Proyecto de Tesis-Tatiana Trelles- Estudio de las Necesidades Turisticas.docx</a> (D11732244)
<b>Submitted</b>	2014-10-07 15:01 (-05:00)
<b>Submitted by</b>	Tatiana Carolina Trelles Campuzano (tatitrelles@hotmail.com)
<b>Receiver</b>	mpehaherreral.unemi@analysis.arkund.com
<b>Message</b>	Tesis Tatiana Trelles <a href="#">Show full message</a> 1% of this approx. 37 pages long document consists of text present in 7 sources.



## Bibliografía

1. , *Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Sudamerica andes*. (19 de 09 de 2013). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/turismo/gobierno-ecuador-apuesta-serio-desarrollo-turistico-cuadruplica-presupuesto-ese-sector.html>
2. *Aplicacion de Estrategias de Marketing*. (2012). Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/190/1/128%20real.pdf>
3. Arjona, C. L. (s.f.). *Marketing Y Gestión de la Calidad Turística*. Madrid.
4. Ayala, S. J., & Vargas, A. F. (19 de Abril de 2013). *Repositorio Universidad Estatal de Milagro* . Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1916/1/TESIS%20LISTA.pdf>
5. Cardenas, E. S. (s.f.). *Promocion Turistica una llave para el Desarrollo*. Maria Teresa Lema G.
6. Castro, R. Q. (s.f.). *Elementos del Turismo* . Universidad Estatal de Costa Rica.
7. Castro, Renato Quesada. (s.f.). *Elementos del Turismo, teoria, clasificacion y actividad*.
8. Ecuador, M. d. (s.f.). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
9. Ecuador, P. d. (s.f.). *Plan Estrategico de Desarrollo de Tursmo Sostenible en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>
10. Enrique.Bigne, J. (s.f.). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*.
11. Espin, P. M. (s.f.). *El Contrato de Viaje Combinado*. Espana : Universidad de Castilla de la Mancha .
12. F Coronado, C. M. (s.f.). *Diagnostico del Sistema Turistico del Canton Milagro y etrminacion de Estrategias para su Desarrollo Turistico*. Obtenido de Repositorio de la ESPOL , Escuela Superior Politecnica del Litoral: <http://www.dspace.espol.edu.ec/>
13. Garaicoa, F. L. (Mayo de 2011). *Repositorio Universidad Estatal de Milagro*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/956/1/DISENO%20Y%20CREACION%20DE%20LA%20RUTA%20TURISTICA.pdf>
14. Guillen, M. d. (2003). *La Gestion Empresarial Equilibrando Objetivos y Valores* . Diaz de Santos .

15. ILPES, I. L. (s.f.). *Guía conceptual y metodológica para el Desarrollo y la Planificación del Sector Turístico*. Obtenido de <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/2/13092/manual25.pdf>
16. L Vertice, S. (2008). *Marketing Turístico*. Vertice.
17. *La Ciudad Viva*. (26 de 04 de 2013).
18. Laura, L. R. (Abril de 2012). *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. Obtenido de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1433/1/JorgeQuinto\\_NellyLlaque.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1433/1/JorgeQuinto_NellyLlaque.pdf)
19. *Ley Organica de Turismo* . (s.f.). Obtenido de <http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/501c9033-2658-40d6-89ce-f178dc6212b3/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Turismo%20%28Tr%C3%A1mite%20No.%2097213%29>
20. Manuel Angel Santana Turegano. (junio de 2003). *Tesis Doctoral*. Obtenido de *Formas De Desarrollo Turístico*.
21. MINTUR. (s.f.). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <http://mintur.turismo.gob.ec/>
22. Ms.C Yamisleydis Pérez Martínez. (s.f.). *PROCEDIMIENTO PARA REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADOS*. Eumed.
23. O. O. (2013). Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-12-12/el-turismo-internacional-un-motor-de-la-recuperacion-economica>
24. Patricia Marmol Sinclair, C. D. (2012). *Marketing Turístico* .
25. *PLANDETUR 2020*. (s.f.). Obtenido de <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>
26. *Reglamento General a la Ley de Turismo*. (9 de Enero de 2008).
27. Rivas, E. L. (2007). *Milagro Centenaria y Cosmopolita*. Milagro.
28. Robbins, S. P. (2005). *Administración*. Marisa de Anta.
29. ROCIO, C. V. (2011). *Repositorio de UNEMI* . Obtenido de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/998/1/PROYECTO%20DE%20TESIS%20MENDOZA\\_CABANILLA.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/998/1/PROYECTO%20DE%20TESIS%20MENDOZA_CABANILLA.pdf)
30. SABINA, M. T. (Febrero de 2012). *Repositorio Unemi* .
31. Sabina, M. T., & Maria, B. B. (Febrero de 2012). *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*.

32. *Tren Ecuador*. (s.f.). Obtenido de <http://www.trenecuador.com/index.php/historia-del-tren>
33. Turistica, M. d. (2002). *Tesis Doctoral*. Obtenido de <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2002/tdx-0612103-184339/elb05de19.txt>
34. Zanzzi, F. (2008). *Milagro Socioeconomico en Cifras* . Milagro.