



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE LICENCIADO (A) EN  
TURISMO**

**TEMA:**

**DISEÑO PARA LA CREACION DE KIOSCOS TURÍSTICOS EN LAS AVENIDAS  
GUAYAQUIL Y 9 DE OCTUBRE POR MEDIO DEL MUNICIPIO, PARA  
PROMOVER EL TURISMO EN EL CANTÓN NARANJITO**

**Autor(As):**

**Méndez Parra Mariela Berenice**

**Méndez Parra Brenda Andreina**

**TUTOR:**

**Ing. Dolores Miele Cevallos**

**MILAGRO, 2013**

**ECUADOR**

## **ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A)**

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las Srtas. Brenda Andreina Méndez Parra y Mariela Berenice Méndez Parra, para optar al título de Licenciada en Turismo y que acepto tutorías las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 8 días del mes de Marzo de 2013

Ing. Dolores Mieles Cevallos

Nombre

Firma del tutor(a)

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está 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 8 días del mes de Marzo de 2013

Mariela Méndez Parra

Nombre

Firma del egresado(a)

CI: 0921636627

Brenda Méndez Parra

Nombre

Firma del egresado(a)

CI: 0926473042

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciado 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**

Gracias a Dios por habernos protegido, cuidado y guiado por darnos la sabiduría necesaria durante nuestra Carrera Universitaria y habernos permitido culminar nuestros estudios y empezar una nueva etapa en nuestras vidas.

A nuestros padres Kleber Méndez y Shelley Parra por brindarnos apoyo incondicional en todo momento por los esfuerzos que realizaron a lo largo de nuestros estudios.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de manera especial a nuestra querida y estimada catedrática Ing. Dolores Mieles Cevallos por su cariño, dedicación y entusiasmo en la dirección de nuestra tesis y el habernos proporcionado buenas enseñanzas y sabios consejos a lo largo de nuestros estudios superiores.

A la universidad estatal de milagro y particularmente a los profesores de Escuela de Turismo: Msc. Magyurie Zambrano, Lcda. Vanessa Moreno, Ing. Ruth González, Ing. Ana Ronquillo quienes nos brindaron generosamente sus conocimientos.

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

MSc.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Diseño para la Creación de Kioscos Turísticos en las avenidas Guayaquil y 9 de Octubre por medio del Municipio, para promover el Turismo en el Cantón Naranjito y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 8 de Marzo de 2013

Brenda Méndez Parra

Nombre

CI: 0926473042

Mariela Méndez Parra

Nombre

CI: 0921636627

## INDICE GENERAL

### INTRODUCCIÓN

#### CAPÍTULO I

##### EL PROBLEMA

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1	Problematización.....	1
1.1.2	Delimitación del problema.....	2
1.1.3	Formulación del problema.....	3
1.1.4	Sistematización del problema.....	3
1.1.5	Determinación del tema.....	3
1.2	OBJETIVO.....	3
1.2.1	Objetivo general de la investigación.....	3
1.2.2	Objetivos específicos de la investigación.....	4
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	4

#### CAPÍTULO II

##### MARCO REFERENCIAL

2.1	MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.1	Antecedentes Históricos.....	6
2.1.2	Antecedentes Referenciales.....	10
2.1.3	Fundamentación.....	34
2.2	MARCO LEGAL.....	36
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	39
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	45
2.4.1	Hipótesis General.....	45
2.4.2	Hipótesis Particulares.....	46
2.4.3	Declaración de Variables.....	47
2.4.4	Operacionalización de las Variables.....	48



### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	50
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	51
3.2.1	Características de la población.....	51
3.2.2	Delimitación de la población.....	51
3.2.3	Tipo de Muestra.....	51
3.2.4	Tamaño de la Muestra.....	51
3.2.5	Proceso de Selección.....	53
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	53
3.3.1	Métodos teórico.....	53
3.3.2	Métodos Empíricos.....	54
3.3.3	Técnicas e instrumentos.....	54
3.4	PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	54

### **CAPÍTULO IV**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	55
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.....	67
4.3	RESULTADOS.....	67
4.4	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	70

### **CAPÍTULO V**

#### **PROPUESTA**

5.1	TEMA.....	75
5.2	FUNDAMENTACIÓN.....	75
5.3	JUSTIFICACIÓN.....	77
5.4	OBJETIVOS.....	78

5.4.1 Objetivo General de la propuesta.....	78
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	78
5.5 UBICACIÓN.....	78
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	79
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	88
5.7.1 Actividades.....	90
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	91
5.7.3 Impacto.....	98
5.7.4 Cronograma.....	99
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	100
CONCLUSIONES.....	101
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFIA.....	103
ANEXOS.....	105

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Declaración de las Variables.....	47
Cuadro 2	
Operacionalización de Variables.....	48
Cuadro 3	
Encuesta Pregunta 1.....	55
Cuadro 4	
Encuesta Pregunta 2.....	56
Cuadro 5	
Encuesta Pregunta 3.....	57
Cuadro 6	
Encuesta Pregunta 4.....	58
Cuadro 7	
Encuesta Pregunta 5.....	59
Cuadro 8	
Encuesta Pregunta 6.....	60
Cuadro 9	
Encuesta Pregunta 7.....	61
Cuadro 10	
Encuesta Pregunta 8.....	62
Cuadro 11	
Encuesta Pregunta 9.....	63
Cuadro 12	
Encuesta Pregunta 10.....	64
Cuadro 13	
Encuesta Pregunta 11.....	65
Cuadro 14	
Encuesta Pregunta 12.....	66
Cuadro 15	
Inversión.....	92
Cuadro 16	
Financiación.....	92

Cuadro 17	
Costo de Ventas.....	93
Cuadro 18	
Detalle de Gastos .....	94
Cuadro 19	
Nomina .....	95
Cuadro 20	
Estado de Pérdidas y ganancias.....	96
Cuadro 21	
Flujo de Caja.....	97
Cuadro 22	
Ingresos.....	98

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1	
Encuesta Pregunta 1.....	55
Figura 2	
Encuesta Pregunta 2.....	56
Figura 3	
Encuesta Pregunta 3.....	57
Figura 4	
Encuesta Pregunta 4.....	58
Figura 5	
Encuesta Pregunta 5.....	59
Figura 6	
Encuesta Pregunta 6.....	60
Figura 7	
Encuesta Pregunta 7.....	61
Figura 8	
Encuesta Pregunta 8.....	62
Figura 9	
Encuesta Pregunta 9.....	63
Figura 10	
Encuesta Pregunta 10.....	64
Figura 11	
Encuesta Pregunta 11.....	65
Figura 12	
Encuesta Pregunta 12.....	66
Figura 13	
Ubicación de los kioscos.....	85
Figura 14	
Modelo de kiosco de comida.....	87
Figura 15	
Modelo de kiosco de revistas, Artesanías, etc.....	87

## RESUMEN

A nivel mundial el Ecuador ocupa el segundo lugar con más empleos informales es por ello que el gobierno está financiando estos negocios por medio de los municipios aquellas personas que no tienen un lugar estable donde quedarse y ofrecer sus productos, para así establecerse en locales adecuados para los diferentes productos que ellos vendan y en lugares que no afecten sus ventas y poderles brindar una mejor calidad de vida. Se reconocen también que los circuitos informales pueden tener efectos positivos en el desarrollo económico de ciertos países siempre y cuando se lleve un orden por estas personas y no creen conflictos con los demás comerciantes formales.

Los vendedores informales han sido asociadas con una imagen de marginalidad y por tanto relacionada con la delincuencia y la pobreza. Pero este sector informal también comprende a los trabajadores por cuenta propia y no le reporta ingresos al estado. En el Ecuador el 44.1% de los ocupados trabaja en el sector informal para muchas personas este trabajo irregular es la forma de ganarse la vida y escapar de la pobreza, aunque a largo plazo la ausencia de estructuras formales explica el retraso en el desarrollo económico y turístico de un país.

Como la solución no es hacer desaparecer las pequeñas empresas que utilizan el trabajo informal, el gobierno apuesta por buscar el equilibrio justo entre garantizar una protección social a los excluidos de las estructuras formales y el de animar a regresar a los comerciantes que han abandonado el sector formal por la competitividad que existe entre ellos porque realizan inversiones y por los vendedores informales ciertos negocios quiebran.

El gobierno trata de proponer empleos más productivos y ofrecer una protección social adecuada haciendo más atractivo el trabajo en el sector formal y reforzando los mecanismos de lucha contra la economía sumergida.

**Palabras claves:** Empleo, Desarrollo, Economía.

## **ABSTRACT**

Worldwide, Ecuador ranks second with more informal jobs is why the government is funding these businesses through those municipalities that do not have a stable place to stay and offer their products in order to settle in suitable premises for the different products they sell and in places that do not affect their sales and be able to offer a better quality of life. They also recognize that informal circuits can have positive effects on the economic development of certain countries as long as they take an order for these people and not create conflicts with other formal traders.

The street vendors have been associated with an image of marginality and thus related to crime and poverty. But this informal sector also includes the self-employed and not reported to the state revenue.

In Ecuador, 44.1% of employed persons working in the informal sector for many people this is the irregular work to earn a living and escape poverty, while the long-term absence of formal structures explains the delay in economic development and a country resort.

As the solution is not to remove small businesses that use informal work, the government committed to find the right balance between ensuring social protection for those excluded from the formal structures and encourage the return of traders who have left the industry formal competition between them because they invest and informal vendors certain businesses fail.

The government is proposing more productive jobs and provides adequate social protection making work more attractive in the formal sector and strengthening mechanisms to combat the underground economy.

Keywords: employment, development, economy.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos no solo son viajes existe una gama de variedades como son las áreas de alimentos y bebidas, control de calidad, agencias de viajes, hospedaje, gastronomía entre otros.

Es por ello que el Cantón Naranjito desea abrir sus puertas al turismo y de cómo podrían brindarles un lugar donde puedan disfrutar. El Cantón se encuentra ubicado al este de la Provincia del Guayas a tan solo 17 Km. del cantón Milagro privilegiado por su climatología una variada fauna tanto en haciendas como en sus montañas. Existen trapiches derivados de la producción de caña de azúcar. Se fabrica panela, miel, guarapo, aguardiente.

Uno de los problemas que posee el cantón es la falta de interés de sus pobladores con respecto al sector turístico. Este proyecto tiene como finalidad incentivar a las personas a que obtengan ganancias utilizando el turismo como impulso, más aun con la rehabilitación del tren llegan nuevos turistas al cantón y de esta manera ofrecer productos de calidad y proveer mayor experiencia para el visitante construyendo un grupo de locales turísticos los cuales ofrecerán platos típicos, bebidas, dulces, artesanías utilizando recursos de la zona en las avenidas Guayaquil y 9 de octubre.

Anteriormente, años atrás este sector era comercial con la desaparición del tren estas personas fueron reubicadas al mercado municipal por ello nace la necesidad de crear una nueva zona comercial, que se encuentre cerca del turista brindándole y así cubrir sus expectativas.

El propósito de este proyecto no es solo crear los locales si no empezar a capacitar a las personas a que se dediquen a otras actividades turísticas en conjunto con la municipalidad, como locales donde se elabore o se comercialice artesanías con materiales propios del lugar, guianza nativa, un centro de información turístico y así mejorar la calidad de vida de la población.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematicación**

La idea de este proyecto surgió porque no existe un área específica donde los visitantes puedan comprar recuerdos o dulces propios del lugar, además tiene una gran cantidad de riquezas naturales y culturales.

Como los habitantes del Cantón solo se dedican a la agricultura porque así se los enseñaron sus antiguas generaciones, no han tomado la decisión de trabajar como servidores turísticos porque no tiene conocimiento ni experiencia en el sector turístico.

Además existe un desinterés en saber más sobre la gastronomía de la zona y tipos de productos que se puedan comercializar, lo que da como resultado poca afluencia turística.

Una atracción turística, o atractivo turístico es un lugar de interés que los turistas visitan, donde esperan encontrar un producto turístico de calidad conformado por lo natural, cultural y la infraestructura, ya que este es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar.

Los kioscos turísticos pueden obtener ingresos dedicándose a la planta turística con una buena organización y servicio de calidad.

La atractivo es un elemento crucial en la motivación del turista viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera desarrollo económico conexas como ser

hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico rutas, aeropuertos, señalización, etc..

Lo que generaría un mayor interés en sus habitantes en dedicarse a la creación de novedosos productos para su comercialización. Al existir estos locales aumenta la actividad turística más aun con la rehabilitación del ferrocarril y al estar situados en un lugar estratégico es fácil adquirir los productos porque sentirán la curiosidad y el interés por visitar el Cantón.

La comunidad perdería la oportunidad de convertirse en potencial turístico de ir a la par otros cantones que están desarrollándose turísticamente más aun con el gobierno central que se está descentralizando y está apoyando a los municipios para el desarrollo de los cantones.

Actualmente existen instituciones que brindan capacitaciones en las comunidades sobre gastronomía, elaboración de trabajos manuales donde puedan ofrecer su producto y de esta manera las personas van a obtener un lugar donde comercializar sus productos.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Naranjito

**Dirección:** Av. Guayaquil y Av. 9 de Octubre.

**Población:** 32.963 hab.; 18.136 hombres y 14.827 mujeres en el área Urbana habitan 25.182 personas y en el área Rural habitan 7.781 personas

**Área:** 250 km<sup>2</sup>

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿De qué manera está afectando al desarrollo turístico la falta de kioscos comerciales para la elaboración y comercialización de productos típicos en el Cantón Naranjito?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

1. ¿Cómo la falta de apoyo de los gobiernos seccionales está afectando en el desarrollo de proyectos turísticos?
2. ¿De qué manera la calidad en el producto y la atención al cliente contribuye a la continuidad de los negocios turísticos?
3. ¿Qué está contribuyendo a que la comunidad no se interese en proyectos turísticos?
4. ¿De qué manera afecta que el municipio no invierta en el desarrollo de actividades turísticas?
5. ¿Qué está afectando para que no se elabore proyectos turísticos?
6. ¿Qué está incidiendo en que los pobladores muestren poco interés en realizar actividades turísticas?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Creación de kioscos turísticos en las Avenidas Guayaquil y 9 de Octubre por medio del Municipio, para promover el turismo en el Cantón Naranjito.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General de la Investigación**

Crear kioscos turísticos en las Avenidas Guayaquil y 9 de Octubre por medio del Municipio, para promover el turismo en el Cantón Naranjito.

### **1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación**

1. Proponer reuniones de trabajo con los gobiernos seccionales y contribuir con el desarrollo turístico del cantón.
2. Planificar cursos de capacitación de buenas prácticas de manufactura y atención al cliente para brindar un servicio de calidad.
3. Proponer a la comunidad alternativas de micro emprendimiento y los pobladores se interesen en invertir en el desarrollo de proyectos turísticos.
4. Proponer al municipio micro proyectos turísticos como fuente de desarrollo del cantón.
5. Determinar empresas o entidades interesadas en el desarrollo de proyectos turísticos novedosos y rentables.
6. Establecer cursos de capacitación y motivación a los pobladores para que se interesen en actividades turísticas.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El turismo puede ofrecer una fuente de desarrollo económico y generadora de empleos, debido a esta razón y al poco desarrollo turístico existente en los cantones aledaños, principalmente en el municipio de Naranjito, es necesaria la creación de unos locales turísticos.

Los mismos poseerán todos los servicios necesarios para atender a los turistas. Esta propuesta de cambio repercutirá en una buena imagen, incremento de rentabilidad y de utilidades para sus pobladores.

Desde el momento de la construcción de la infraestructura, de las instalaciones y más adelante en la prestación de los servicios, se incrementaran las plazas de trabajo y esto contribuirá a que el turismo empiece a crecer en el cantón.

En la búsqueda de retroalimentar a la formación de los prestadores de servicios realizando seminarios, cursos, talleres con los contenidos adecuados enfocados al desarrollo, y así fomentar la motivación de sus pobladores trabajando en conjunto

con el municipio contando con la estructura de los locales se podrá impulsar el turismo en Naranjito.

El presente proyecto está basado en un diseño no experimental muestra una investigación de campo, un estudio de tipo explicativo dentro del mismo se analizan las relaciones entre las variables dependiente e independiente, también describen los hechos causa-efecto, además se utilizaran los métodos hipotético-deductivo, inductivo y deductivo los cuales llevan a un proceso de inducción es decir nos lleva analizar el problema de lo particular a lo general para formular una hipótesis, que a través de un razonamiento deductivo de lo general a lo particular intenta validar la hipótesis empíricamente.

Además se emplea una metodología cualitativa ya que se recolectan datos sin medición numérica para descubrir preguntas de la investigación en el proceso de investigación y cuantitativa porque usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

###### **Etimología de la palabra kiosco**

En los jardines turcos, algunos años después de la toma de Constantinopla (1453), era común la instalación de glorietas o de pequeñas casitas de recreo, llamadas kyösk o kusk, un nombre tomado del persa.

El rey Estanislao de Polonia adoptó estos pabellones de jardín en el siglo XIX y pronto se extendieron por Europa. En Italia esta construcción se conoció como chiosco, en Inglaterra, como kiosk y en Francia, como quiosque, palabra que fue recogida en nuestra lengua y traducida como quioscoo kiosco. Kiosk aparece en inglés ya desde 1625 y quiosque, en francés desde 1654, pero sólo fue registrada en el Diccionario de la Academia en 1884.

Hoy se emplea quiosco, forma que la Academia prefiere a kiosco o kiosko, para referirnos casi exclusivamente al lugar en el que se venden periódicos y chucherías, aunque hasta hace no muy poco era únicamente el templete o pabellón abierto.

Generalmente de tipo oriental, que se instalaba en parques y jardines como adorno o para que actuaran bajo su techo las orquestas o bandas musicales. Más tarde, bajo esos templetos comenzaron a venderse flores, libros y otros productos, uso que acabó imponiéndose y que originó el significado actual.

En cualquier caso, el origen del término, aunque la palabra entró en nuestra lengua a través de la francesa kiosque, está en el turco kyoskk tienda o pabellón abiertos, palabra emparentada con el árabe kusk y con el persa kushk, 'pórtico, palacio.

## **Historia del kiosco**

A fines de siglo XVIII cuando empezó la revolución francesa existían dos tipos de clases sociales los ricos y los pobres, en aquella época no existían lugares donde el proletariado o también llamados pobres acudieran a comer a diferencia de los ricos que tenían lugares exclusivos para degustar de buena comida como fromage, hochepot, bredela, pie de piña entre otros.

La clase del proletariado no comían aunque esto no perduro mucho, porque los pobres empezaron a morir de hambre y lo que estaba ocurriendo no les convenía a la monarquía, la plusvalía podría ir aumentando hasta el punto que en un tiempo determinado los ricos tendrían que realizar los trabajos pesados y esto no les convenían.

Desde entonces comenzaron a renacer lugares de uso exclusivo para la gente pobre, hay personas que decían llamarse mutuales y existen personas que decían llamarse bufet aunque esto no tiene ninguna importancia.

Lo que si era importante que al salir los ricos de los restaurants y al observar como los pobres comían sin educación, no se sentaban sino que se encontraban amontonados en la mesa prácticamente comiendo como cerdos, comenzaron a decir de manera repetitiva “Que Asco”.

Esta expresión de desagrado sentían solos los ricos al observar comer a los pobres, en ya que estos lugares que se habían puesto eran inferiores a los restaurantes.

Sin embargo, la monarquía seguía repitiendo casi gritando “Que Asco” para que los pobres escuchen pero ellos conocían mejor el cocoliche que el castellano empezaron a escuchar sonidos diferentes y variaban dependiendo de cada persona

que lo escuchaba e interpretaba a su manera como: “Qu’osco”, “Que isco” o “Qui osco”.

Esta anécdota no tiene la menor importancia solo cuando empieza la década de los 30 cuando una persona antigua de la clase del proletariado decide poner un lugar de comidas para todo tipo de clases sociales se lo llamaba QUIOSCO por un sonido que escucho durante su infancia.

Sin embargo, el convivir con diferentes personas de distintas clases sociales era poco común en aquella época, entonces la mayoría de los clientes compraban aquella comida y se la iban llevando pero no se quedaban.

Desde entonces este lugar tenía mucho éxito por lo que empezó a expandirse estos tipos de negocios de la misma categoría pero se encontraban diseñados de uso exclusivo para comprar e ir llevándose la comida adquirida.

Además modificaron su nombre a Quiosco por motivos comerciales, transcurren los años y la degeneración de los quioscos hace que vendan otro tipo de productos aparte de la comida, como revistas, periódicos, golosinas entre otros.

Los quioscos se muestran adecuados para el análisis de los lugares turísticos por la importancia que las municipalidades han percibido en la configuración de los quioscos.

Al obtener buenos resultados con la implementación de los quioscos las distintas municipalidades han decidido realizar una nueva reestructuración de los mismos, para afrontar la competitividad y sostenibilidad a futuro para la actividad turística.

Desde entonces se ha ido modificando, innovando los diferentes tipos de quioscos que se han ido creando hasta la actualidad dependiendo de lo que las personas desean vender.



Como se origina la palabra kiosco en otros países:

En español, pocas palabras comienzan con la letra k. Están, por ejemplo: kaki, kermés y kilo, indicando color, fiesta y peso, respectivamente. La palabra kiosco con k proviene del francés kiosque.

Este del turco köşek, éste del persa koşk, y éste, a su vez, del pelvi k<sup>o</sup> ošk, ‘pabellón’, y se refiere a un templete abierto, empleado principalmente para dar cobijo y mayor sonoridad a agrupaciones musicales como coros y orquestas.

En Europa, al kiosco se le llamó también “pabellón” o pavilion - del francés papillon, “mariposa” por su semejanza a una carpa de campaña de dos festones que recordaba las alas de los lepidópteros. Ya para 1905, en algunos catálogos de mobiliario en hierro se denominaba al kiosco como “stand público de música”.

De Medio Oriente a tierras galas

La palabra kiosco llegó a México acompañada de una gozosa cultura, pero fue aquí donde ese pabellón cobró vida propia. A partir de 1876, los kioscos comenzaron a erigirse en México en el marco del afrancesamiento propio del Porfiriato, por la influencia del estilo arquitectónico de la Belle Époque que hacía uso del hierro fundido para crear estructuras novedosas, al igual que del Movimiento Orfeónico.

Muchos de esos podios abocinados tenían la función de caja acústica; tal es el caso del kiosco de la Alameda Central de la Ciudad de México, que terminó de construirse en 1889.

Otros templates techados eran espacios de usos múltiples, como el kiosco morisco, immortalizado en la obra de Diego Rivera, que es uno de los más conocidos.

Dicho estrado cubierto, al que llamaron “la Alhambra Mexicana”, fue diseñado por el ingeniero Ramón Ibarrola para la Exposición Internacional de Nueva Orleans en 1884, y luego, en 1900 fue montado en la Feria de St. Louis Missouri.

Más adelante fue trasladado a México e instalado en la Alameda Central, frente al exconvento de Corpus Christi y finalmente, en 1910 fue llevado a la colonia Santa

María la Ribera: su espacio en la Alameda Central lo ocuparon los 1620 bloques de mármol del Hemiciclo a Juárez.

Centros de la vida pública

Vale la pena recordar que los kioscos son de origen cortesano. Llegaron a España y Francia en los siglos xvi y xvii por imitación de los jardines orientales, convirtiendo los alcázares en laberintos vegetales sembrados de hojas, limitados con pérgolas y celosías, donde florecían plantas exóticas, medicinales y hortalizas.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

#### **Plan de Regeneración Urbana de la Ciudad de Guayaquil**

##### **Objetivos**

La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil viene desarrollando a través de la Fundación Siglo XXI, fundación Municipal para la Regeneración Urbana, un vasto Plan de recuperación del sector más importante del centro de la ciudad.

La Fundación Siglo XXI cuenta con el apoyo de la Fundación Malecón 2000 quien se encarga de la Gerencia del Proyecto, colabora con la Dirección de Avalúos y Registros en el desarrollo de los proyectos urbanos y la asesora en diversos aspectos del Plan de Regeneración Urbana.

El Órgano máximo de decisiones del Plan de Regeneración Urbana es el Comité de Regeneración urbana que preside el Alcalde, y sesiona semanalmente.

La FUNDACIÓN SIGLO XXI es la encargada de llevar a cabo el Plan de Regeneración Urbana y es asistida por la Fundación Malecón 2000, tiene reuniones de trabajo semanalmente donde se someten a aprobación las propuestas alcanzadas por la Fundación Malecón 2000 concernientes a la ejecución de las obras y contrataciones diversas.

Los anteproyectos urbanos son propuestos por la Dirección De Avalúos Y Registros en coordinación con el equipo de diseño de la Fundación Malecón 2000 quien finalmente se encarga del desarrollo de los planos finales de obra, así como de las diversas especialidades y su coordinación.

## **OBJETIVOS**

- Reafirmar la diversidad e integración de funciones, espacios y usos de suelo del Centro Urbano.
- Incrementar la población residente
- Racionalizar la direccionalidad y densidad de la movilidad interurbana (laboral, intercambiadora de bienes y servicios, turística, ocio –recreacional y cultural).
- Expandir y fortalecer a los actores económicos en el marco del desarrollo sostenible.
- Crear una imagen urbano arquitectónica legítima de pertenencia de lugar, de su cultura y su gente preservante de su patrimonio y orgánicamente innovadora.
- Replicar -interpretativamente a la condición y circunstancia locales- el modelo de intervención del Plan de Regeneración Urbana

## **Análisis FODA**

### **FORTALEZAS**

- Sigue siendo el centro administrativo, comercial y financiero de la ciudad, albergando los edificios institucionales más importantes (Municipalidad, Gobernación, Catedral, Museo de la Ciudad, Malecón 2000, etc.).
- Posee un conjunto de atractivos turísticos (Parque Seminario, Catedral, Museo de la ciudad, Malecón 2000, etc.), servicios relacionados (hoteles, agencias de viaje, casas de cambio, etc.), mantiene su traza urbana tradicional y elementos característicos (soportales del mismo ancho) y posee un número apreciable de edificaciones patrimoniales.
- Aún posee gran dinamismo comercial (sobre todo en la zona sur entre 9 de Octubre y 10 de Agosto).
- Posee alta densidad de unidades inmobiliarias, lo cual permite prorratar fácilmente los costos de la regeneración.
- Posee secciones de vía suficientemente anchas como para intervenir en ellas.
  - Su infraestructura de servicios está subutilizada durante las noches y fines de semana.

## OPORTUNIDADES

- Decisión política y fondos necesarios para la RU; una administración municipal centralizada y única facilita su ejecución.
- Precedentes exitosos como Malecón 2000, que ya comienza a atraer ciertas inversiones en las propiedades vecinas, así como la reorganización del comercio informal (reordenamiento de las Bahías)
- Reposicionamiento de Guayaquil a nivel nacional, regional e internacional.
- Credibilidad en las instituciones que llevarán a cabo la regeneración Socios urbano, coordinada y adecuada, de todas las redes de servicios.
- Existen predios y terrenos vacíos.
- Puede propiciar la recuperación del tradicional Barrio Las Peñas Atravez de socios "estratégicos" con capacidad e intención manifiesta de contribuir a la RU (Banco Central, grandes almacenes, hoteles, etc.)
- Lugar necesario y atractivo para las principales casas comerciales (incluso algunos propietarios aún viven cerca del mismo); igualmente bancos importantes tiene su sede matriz en él
- Muy posible reorganización

## DEBILIDADES

- Inseguridad diurna y principalmente nocturna.
- Poca facilidad para la circulación peatonal.
- Creciente despoblamiento habitacional y edificios abandonados
- Creciente informalidad (vendedores ambulantes).
- Insuficiente equipamiento y escaso mobiliario apropiado: SSHH públicos, basureros, señalización, remansos espaciales, paraderos de buses
- Sucio y contaminado.
- Escasez de árboles y descuido de los existentes.
- Falta aparcamiento.
- Deficiente y caótico sistema de transporte público.
- Caótica imagen urbana e insignificante diferenciación de sus edificios patrimoniales.
- Inundable en ciertas zonas.
- Conexiones clandestinas de servicios.
- Manzanas vehiculares pequeñas contribuyen al congestionamiento.

- Lotes pequeños no permiten desarrollos inmobiliarios que cumplan con las normas urbanas.

## AMENAZAS

- Primacía de lo político sobre lo técnico.
- Poca confianza en las autoridades encargadas de la seguridad ciudadana.
- Probable resistencia de los comerciantes ante cambios en la zonificación.
- Probable resistencia de los ambulantes a su reordenamiento y/o re ubicación.
- Falta conciencia de limpieza en la gente.
- Excesivo individualismo, no hay conciencia comunitaria.
- Permisos municipales otorgados a informales.
- Que el Plan de Regeneración Urbana se haga sin tomar en consideración el problema de transporte y tránsito.
- Poca costumbre de caminar.
- El vehículo tiene preferencia sobre el peatón.
- Las soluciones viales han privilegiado el transporte privado.
- El norte es un polo de atracción de la inversión inmobiliaria y comercial.  
Alcances del Plan de Regeneración Urbana.

### a) ASPECTOS FISICOS:

Infraestructura.-

Se busca canalizar subterráneamente todas las instalaciones de los distintos servicios públicos (electricidad, teléfonos, cables, etc.) en el Área de Intervención, los que actualmente son aéreos y se encuentran dispuestos en forma desordenada y caótica. Esto le permitirá a la Muy Ilustre Municipalidad De Guayaquil, que tendría la propiedad de los ductos enterrados, dictar las reglas de uso de los mismos y poder obtener beneficios por el derecho de uso de los mismos recuperando la inversión realizada y minimizando adicionalmente el nivel actual de clandestinidad en las conexiones. Los proyectos son elaborados por cada una de las empresas de servicios existentes bajo la coordinación de un equipo de profesionales de la Fundación Malecón 2000.

#### Transporte, tránsito y vialidad.-

Se busca que las vías en el AI permitan un desenvolvimiento seguro, ordenado y eficiente del transporte público y privado, así como de los peatones, con espacios de parqueo adecuados. Ello implicará un reordenamiento del sistema de transporte público y privado; un entronque entre los diversos proyectos viales que la Muy Ilustre Municipalidad De Guayaquil viene desarrollando. (Túneles bajo Cerro Santa Ana y El Carmen) y un diseño del sistema de operación de los espacios de parqueo en vía pública (parquímetros, etc.).

#### Equipamiento.-

Se busca que en el Área de Intervención se cuente con los diversos equipamientos mínimos necesarios para hacer confortable la estadía de los usuarios del Centro (baños, kioscos de información, auxilio, etc.)

#### Edificios patrimoniales y de interés.-

Habiendo perdido el centro de la ciudad muchos de sus edificios históricos patrimoniales, se trata de realzar los pocos que aún quedan y aquellos que sin serlo poseen calidades arquitectónicas destacables, asimismo se intenta relevar muchos de los espacios tradicionales (plazas, pasajes, etc.) que han sido distorsionados a través de los años por intervenciones poco acertadas. Ello contribuirá a crear una suerte de circuito de interés para el peatón - local o turista - donde pueda ir descubriendo los valores urbanos del centro.

#### Acabados adecuados.-

Se trata de tener uniformidad en los acabados de los espacios urbanos en cuya elección se tome en cuenta diversos factores tales como alta durabilidad, economía, capacidad de generación de empleo en su producción y colocación. Del mismo modo se tratará de uniformizar las diversas tapas de las instalaciones de servicio, avisos comerciales, señalización y demás información que no altere la percepción de las edificaciones que conforman los espacios urbanos.

Áreas verdes.-

Se busca incrementar el número de árboles en la vía pública para contribuir en la mejora de la calidad del aire, provean sombra, ordenar visualmente los espacios de parqueo y generar correcciones visuales en la percepción de las escalas desproporcionadas de algunos edificios del AI.

#### **b) ASPECTOS SOCIALES:**

Población residente y usuarios del centro.-

Se busca incrementar el número de residentes en el área de intervención con el fin de tener un espacio urbano equilibrado y aprovechado racionalmente. Del mismo modo se trata de atraer usuarios al centro que sostengan la actividad actual y permitan desarrollar nuevos negocios acordes con el importante rol del centro dentro de la ciudad en su conjunto.

Participación. -

Es deseable que el Plan de Regeneración Urbana se realice con la participación de la mayor cantidad de grupos involucrados en el área de intervención (pequeños comerciantes, profesionales, residentes, etc.) de manera que se sientan representados y puedan proponer iniciativas desde su propia experiencia y necesidades; adicionalmente ello puede coadyuvar a implementar fácilmente las diversas políticas municipales que se deriven de esta participación.

Seguridad.-

Es uno de los aspectos más importantes dado que existe la sensación de que la ciudad en su conjunto y el centro en particular es un ámbito peligroso, ello hace que muchas personas lo visiten solo para lo estrictamente necesario. La gran cantidad de edificios que poseen seguridad privada actuando independientemente obliga a pensar en soluciones que incorporen, dentro de un sistema más amplio, lo público con lo privado.

**c) MEDIO AMBIENTE:**

Se busca reducir los niveles de contaminación atmosférica, sonora y visual en el área de intervención, para lo cual es imprescindible contar con una evaluación preliminar y establecer las bases para un posterior monitoreo.

**d) INVERSION Y EMPLEO:**

Se busca generar una importante atracción de inversión inmobiliaria en el Área de Intervención, para lo cual es necesario conocer el stock de oferta inmobiliaria actual y sus valores promedio para poder evaluar las variaciones luego de aplicar el Plan de Regeneración Urbana en el Área de Intervención.

**e) GERENCIA URBANA Y PROMOCION:**

En intervenciones de esta naturaleza se recomienda crear entes específicos que actuando en el ámbito privado se encarguen de las labores de gestión, promoción y desarrollo de las áreas regeneradas.

**f) MITIGACION DE DESASTRES:**

Se busca tener un Plan de Mitigación de Desastres Naturales que funcione principalmente por prevención, propiciando la actuación de la Defensa Civil en coordinación con las distintas organizaciones.

**g) NORMATIVIDAD:**

Se busca generar una Normativa específica para el proyecto, cuya base sea el Plan de Regeneración Urbana. Es solo a partir de una imagen urbana específica y un modelo de ciudad deseado que se podrá elaborar la misma que de preferencia deberá contener información tridimensional.

**Estado Actual del Plan de Regeneración Urbana**

**a) ASPECTOS FISICOS:**

Etapas diseñadas y primeras ejecuciones de obra.-

- Av. Olmedo: Se han concluido los diseños urbanos de los parterres de la Av. Olmedo y se encuentra ya ejecutado el primero de ellos y en proceso los restantes. Se viene desarrollando las aceras laterales de dicha arteria.



- Sector Bancario Institucional: Se han concluido los diseños urbanos y el expediente para convocatoria a concurso. Sector Turístico: Se están elaborando los diseños urbanos. . Av. 9 de Octubre: Se han elaborado los diseños de color en fachadas y se ha iniciado el proceso de concurso para contrataciones.

#### Infraestructura.-

El equipo de la Fundación Malecón 2000 viene coordinando con los técnicos de las distintas empresas de servicios que se encuentran diseñando sus respectivos proyectos basados en los diseños urbanos elaborados). Uno de los problemas detectados es la demora en la ejecución de los mismos lo cual conlleva un retraso en los cronogramas previstos de obra. Sería deseable que los diseños fuesen ejecutados por los técnicos de la Fundación Malecón 2000 con la aprobación de las empresas, ello conllevaría un absoluto control de tiempos y plazos.

#### Transporte, tránsito y vialidad.-

En el desarrollo de los proyectos se viene trabajando coordinadamente con la Dirección de Transporte de la Muy Ilustre Municipalidad De Guayaquil a través de la Dirección De Avalúos Y Registros. Se han incorporado los diversos requerimientos del nuevo Sistema de Transporte Integrado que viene diseñando la OT. Del mismo modo vienen evaluando. La intensidad y sentido de tráfico en las vías comprendidas y poder desarrollar las secciones viales adecuadas, que además comprendan áreas de parqueo público.

Será necesario definir y delimitar el ámbito de actuación de la Comisión de Tránsito del Guayas, a fin de evitar que tenga ingerencia en el diseño vial pues este es un importante instrumento de gobierno municipal y no se puede administrar independientemente de los demás aspectos urbanos.

#### Edificios patrimoniales y de interés.-

Se ha obtenido del Instituto de Patrimonio Monumental la relación de edificios declarados como tales y se contrató una asesoría para determinar los colores originales de dichos inmuebles, así como las acciones de mejoramiento mínimo necesario.

Asimismo, basado en el estudio "Identificación de los recursos culturales arquitectónicos y urbanos de Guayaquil" elaborado por el Programa de Investigación Histórica - PROHA de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se ha elaborado un plano con los edificios y lugares, que no siendo considerados Bienes Patrimoniales, tienen un cierto valor histórico que conviene relevar.

Por último, se ha elaborado un plano con diversos puntos de interés turístico que identificando locales comerciales importantes, hoteles, restaurantes y cafeterías complementa los dos anteriores.

Acabados adecuados.-

En coordinación con la Dirección De Avalúos Y Registros se ha determinado una primera selección de materiales en base a los empleados en la calle de muestra (Víctor Manuel Rendón), acordándose que podría estudiarse variaciones de los mismos en función de la caracterización de las distintas áreas determinadas (financiera -bancaria, turística y comercial).

Áreas verdes.-

La Fundación Malecón 2000 presentó a la Dirección De Avalúos Y Registros una relación de especies arbóreas recomendables para incorporar en los distintos espacios urbanos intervenidos. En principio se tratará de respetar la mayor cantidad de árboles existentes, recurriéndose a su traslado sólo en casos muy puntuales.

#### **b) GERENCIA URBANA Y PROMOCION:**

La Fundación Siglo XXI podría estar llamada a cumplir con este papel; a pesar que en estos momentos su labor está principalmente focalizada en la implementación física del Plan de Regeneración Urbana, se cuenta ya con un profesional capacitado para dichas labores futuras y se empiezan a dar los primeros pasos en ese sentido.

A nivel de difusión la MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL ha difundido a través de los medios los diversos diseños urbanos que serán ejecutados; sin embargo falta elaborar esquemas de promoción que permitan atraer a los inversionistas.

### **c) NORMATIVIDAD:**

Se ha elaborado una Norma correspondiente a las limitaciones para el avisaje comercial en la Av. 9 de Octubre.

## **Determinación y e instalaciones y equipamiento turístico dentro del proyecto de Regeneración urbana en su primera etapa del centro urbano de la ciudad de Guayaquil**

### **AUTORES:**

Karina Lastenia Guaman Villamar, Gina Andrade

### **RESUMEN**

Guayaquil hoy en día es considerado una de las ciudades más bellas del país, por la transformación que ha y la revalorización por parte de sus habitantes que han descubierto el orgullo por su ciudad.

Este trabajo es un complemento al equipamiento e infraestructura turística para el proyecto de regeneración urbana en el centro del ciudad de Guayaquil. Sin querer agotar el asunto, el trabajo trata de las acciones que deberían ser tomadas en cuenta por parte del sector público para rehabilitar el casco urbano y reincorporar el centro histórico de la ciudad al uso y disfrute de los ciudadanos y turistas a través de cambios, en mejora de infraestructura y de seguridad.

Esta tesis expone los resultados y propuestas al estudio "TRAFICO PEATONAL Y SUS NESECIDADES EN EL CENTRO URBANO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL" realizado en el área comprendida entre el malecón simón bolívar y hasta la calle Boyacá y desde la calle 10 de agosto hasta la calle Junín por ser un área turística, comercial y bancaria, durante un periodo de tres meses (junio –agosto/2012) lo cual sería ideal que se implementara a nivel de toda la ciudad con su respectivo estudio y análisis.

### **INTRODUCCION**

Desde sus inicios la ciudad de Guayaquil estuvo destinada a ser la puerta de entrada del Ecuador asentadas desde sus inicios en las márgenes del río Guayas y convertido en puerto de esta ciudad habría de convertirse en un puerto de comercio.

El incremento poblacional originado por la oleada migratoria al campo de las ciudades y de otras partes del mundo hace que el crecimiento de la ciudad y comercio se acelere del siglo xx ese desmesurado aumento demográfico va rompiendo los esquemas de la urbe y es por esta migración que se acelera su crecimiento urbanístico como en toda la ciudad la era industrial se hizo presente en la ciudad de Guayaquil y así empezó de manera espontanea lo que ahora llamamos actividad turística.

El congestionamiento peatonal el envejecimiento de las infraestructura de los servicios públicos la intensa ocupación del pueblo por las actividades comerciales la delincuencia la falta de información turística necesaria entre otros aspectos han provocado el éxodo de los habitantes del caso central hacia nuevas zonas residenciales de la ciudad perdiendo de esta manera la identidad histórica y desviando la inversión privada.

Es grato conocer que la ciudad de donde uno vive poco a poco avanza en su desarrollo convirtiéndose en una ciudad bonita, tanto como para residentes y visitantes que cada vez se pone más atractiva con la finalidad que puede ser utilizada turísticamente.

Para este trabajo de tesis se han realizado reuniones con el departamento de turismo y de planeación de la muy ilustre municipal de Guayaquil existiendo un gran interés de apoyo y asesoría permanente para establecer algunos lineamientos necesarios en el desarrollo de futuro proyectos, este documento constituye un apoyo en el ámbito turístico al proyecto de regeneración urbana planteado por la municipalidad de Guayaquil que se encuentra en plena ejecución.

## **ESTUDIO DE TRÁFICO PEATONAL Y SUS NECESIDADES**

Tras las recopilación de la información obtenida en un trabajo de campo, con una muestra de 191 transeúntes 206 turistas nacionales y extranjeros 96 y empresas turísticas y entrevistadas y encuestadas en diferencia punto del centro urbano de la ciudad de prosiguió con la organización de los datos y se precedió al análisis de los mismos obteniendo como resultado la determinación de infraestructura y

equipamiento necesario en el que se han identificado los lugares claves donde podían incorporarse la propuesta.

a) Sectores del casco urbano con mayor tráfico peatonal

TABLA; calles o avenidas que transita a pie con mayor frecuencia en la semana

Calle/avenidas	Porcentaje
Av.9 de Octubre	24,7%
Pedro Carbo	19,8%
Boyacá	10,4%
Malecón	9,4%
Clemente Ballén	8,3%
Pichincha	7,4%
10 de Agosto	6,9%
Víctor Manuel Rendón	4,4%
Luque	3,5%
Chile	3,1%
Vélez	2,1%

b) MOTIVO DE TRASLADO AL CENTRO DE LA CIUDAD

Compras esto indica la importancia que tiene el casco céntrico considerado, el centro de comercio de la ciudad más de la mitad de las personas indicaron que su visita era para realizar.

TABLAII motivo principal del traslado al centro de la ciudad

Motivo de traslado	Porcentaje
Compras	52,1%
Trabajos/negocios	29,1%
Diversión	27,5%
Financieros	9,0%
Familiar	2,9%
Estudios	1,3%
Salud	1,3%
Otros	1,3%

### c) LUGARES MAS VISITADOS POR LOS HABITANTES

Según las actividades que vayan a realizar es que se terminen los lugares a visitar ya sea económico cultural o de recreación y es que este último tiene un alto porcentaje en las visitas a parques y plazas siendo de gran importancia para los ciudadanos y es por dos factores importantes, el primer por recrearse y descansar y el otro por conocer más de nuestras historias por medio de los monumentos y placas que en ellos se encuentran.

### d) LO AGRADABLE PARA TURISTAS

Aspectos como los fotógrafos en plazas y parque, la gente, la unificación de veredas, los soportales de los edificios entre otros aspectos son ciertas características que dieron los turistas que visitaron la de los edificios, entre otros aspectos son ciertas características que dieron los turistas que visitaron la ciudad, como lo muestra la tabla 3.13.

TABLAIII; lo que más gusto de la ciudad

Características	Porcentaje
Arquitectura antigua	39,40
Malecón 2000	20
Parques y plazas	18,20
portales	9,60
nombres de calles	5,30
museo	2,90
monumentos	2,60
iglesias	1,60
otros	0,40

## NECESIDADES REQUERIDAS POR EL PEATÓN COMÚN

Mantener al turistas y visitante satisfecho, es vital, por esto es necesario saber que necesidades no hay solo satisfechas en su vida a nivel urbano. Por esto se les pregunto si hubo algo que desean hacer y no pudieron o un estuvo disponible a los que el 51% de los entrevistados manifestaron que no hubo nada que les haya faltado y el 49% restante si necesito algo que no estuvo disponible. A continuación listan las respuestas más frecuentes a tomarse en cuenta.

- Cafeterías con al aire libre con todos o alegorías, normadas por la municipalidad, con miras hacia la calle, que deberían estar ubicadas en las plazas o parques, lo cual por ser un lugar de descanso seria optimo ubicarla pudiendo apreciar la imagen urbana del centro.
- Bazar para comprar tarjetas de teléfono celular, rollo para cámara y filmadoras.
- Cabinas telefónicas y cybers en las diferentes aéreas turísticas regeneradas como el malecón 2000 plaza Rocafuerte, plaza de la administración av. 9 de octubre para beneficio de los turistas nacionales y extranjeros que acuden a estos sitios
- Lugares de lecturas reuniones encuentro y de descanso, para que el turista no solo camine por el lugar sino que permanezca en el.
- Venta de artesanía y recuerdos del lugar y demás suvenir, que estén a disposición del turista que nos visita sin tener que recorrer otros lugares para obtener algún recuerdo.
- Mapas o croquis de la ciudad en las calles y estaciones de trasporte a de los mapas de ubicación en la ciudad, para una mejor orientación.
- sistema de comunicación accesible fin de atender a cualquier inconveniente a nivel turístico y dar asistencia rápida a las necesidades requeridas por el turista o ciudadano discapacitado.
- Dotación e mobiliario urbano, dirigido tanto para personas normales como para discapacitados.
- Señalización vial y turista que ofrece el centro de la ciudad, lugares para visitar.
- Perfecto estado buena presentación en la numeración de los edificios, a fin de no causar confusiones, así como también colocar nombres a las instituciones de interés público y privado.

## **INSTALACIONES TURÍSTICAS**

### Caseta de información turística

Con el objetivo de que los turistas tenga una orientación sobre qué lugar tiene para visitar el centro urbano d la ciudad se podrán instalar casetas donde se pueda obtener una guía para llegar a los lugares mas atractivos y así poder proporcionar servicios de información y orientación turística tales como:

1. Información general presencial a turistas y a residentes sobre hoteles, apartamentos bares, restaurantes, transportes actividades socioculturales de ocio y tiempo libre patrimonio cultural, etc.
2. Atención a solicitudes de información por correo, fax y correo electrónico.
3. Brindar a los turistas nacionales y extranjeros servicios de orientación e información y de reservaciones, que les permite planear sus viajes y estancias, es una tarea fundamental en el espíritu de satisfacción total de los turistas.
4. Incorporar la información turística a una página de internet de la subsecretaria de turismo.
5. Impulsar la generación de mapas estandarizados con información de carreteras o de ciudades y destinos turísticos y relevantes de la ciudad, provincia y del país en general.

### **UBICACION**

Se recomienda colocar un total de 9 informaciones en las siguientes calles, plazas y parques del centro urbano de la ciudad de Guayaquil correspondientes al área de estudio, por tener mayor:

- 1puesto en el Parque Seminario.
- 2puesto en Malecón 2000.
- 2puesto en la Plaza de la Administración.
- 1en la calle Aguirre y Escobedo.
- 1en la Plaza San Francisco.
- 1en el Parque Pedro Carbo.
- 1en la calle Bayuca y av. 9 de Octubre.

Estas casetas serán de acuerdo a los siguientes condicionantes;



- Lugares de alta concentración de alojamiento turístico como por ejemplo el parque seminario en el podría estar ubicada, ya que tiene muy cerca de él, a más de seis hoteles.
- Lugares de concentración de atractivos turísticos como por ejemplo el malecón 2000, en el cual posee a lo largo del mismo algunos atractivos culturales de mucho interés.
- Lugares de descanso, como por ejemplo las plazas u parques del área en estudio.

## **SEÑALIZACION TURISTICA**

La carencia de señalización apropiada disminuye la posibilidad de poner en valor los atractivos locales y lograr que el turista nacional y extranjero acceda a ellos, por lo cual se habrá de impulsar ante las autoridades municipales la creación de formulas que satisfagan esta necesidad generalizada.

La señalización turística es indispensables en el centro urbano de la ciudad de Guayaquil con el fin de facilitar la orientación necesaria, que exponga al turista de forma clara y sencillas las posibilidades de ocio y cultura que la ciudad puede ofrecer, que realice su valor histórico- artístico y de este mundo aumente el atractivo turístico de la ciudad.

La señalización turística es considerada uno de los elementos prioritarios en la ordenación del sistema turístico, tanto para la puesta en valor e incorporación al consumo de recursos de nuestros patrimonios históricos como para mejorara los flujos turísticos por el interior del centro d ella ciudad el sistema de señalización abarcara las diferentes ofertas turísticas, mediante señales paneles interpretativos de información y son las siguientes.

Servicios turísticos	Hitos turísticos	Complementaria
Oficinas de turismo	Jardines	Zona comercial
Zona comercial	Sitios históricos	Cambio de monedas
Hoteles	Monumentos	Oficinas de correo
Restaurantes	Bibliotecas	
Parada de buses	Museos	

## **CARACTERISTICAS**

- Finalidad funcional y organizada.
- Orientación informativa y didáctica.
- Lenguaje universal por medio de los iconos.
- Presencia puntual y necesaria.

Estas son unas de las características que deberían tener las señalética a ser implementada en el centro urbano dentro del proyecto de regeneración urbana.

## **ANULACION ELECTRICOS PARA EVENTOS DE LA CIUDAD**

Estas nuevas tecnologías de la información y de la comunicación implementada darán una nueva imagen a la ciudad. El implemento de dichas tecnologías a nivel urbano animara a los empresarios turísticos a utilizarlos para:

- Suministrar información útil de forma automática y continua.
- Facilitar el proceso de recepción de la información interactiva.

Se trata de un sistema de información turística que consiste en que los mensajes lleguen en el momento oportuno y en el punto adecuado. Los anunciadores eléctricos han de encaminarse a proporcionar los atractivos, en cuanto a arte, cultural, tradiciones populares, ocio y comercio que la ciudad posee, así como también la calendarización de eventos, manejo de una agenda de la ciudad, como museos, galerías de arte, monumentos, etc, información que será otorgada por parte de las autoridades correspondientes de la ciudad.

## **CARACTERISTICAS**

- Claridad y actualización en la información mensual o quincenal.
- Sencillez, empleando en número de elementos mínimos en las señales.
- Precisión y concisión de lenguaje empleado.
- Calidad optima de los materiales utilizados.
- Visibilidad de los anunciadores instalados.

Todas estas características son necesarias ya que hay que tomar en cuenta que el público empleara como promedio solo un minuto frente a cada panel o unidad de exhibición, por tanto, el mensaje tiene que poder ser captado con rapidez.

Según las encuestas y el estudio que se hizo se recomienda colocar dichas anunciadores en las siguientes calles y plazas del centro urbano de la ciudad de Guayaquil por tener mayor influencia de turistas y estar a la vista de todos

- Parque seminario
- Parque Pedro Carbo
- Plaza de la Administración
- Plaza San Francisco

## **VALLAS PUBLICITARIAS**

Aparte de los anunciadores publicitaras se requiere de la implementación de ciertas vallas publicitarias muy útiles para cualquier tipo de información de eventos o promoción de lugares turísticos dentro de la ciudad.

De acuerdo al estudio de tráfico peatonal que se realizo y con la información obtenida se recomienda colocar 12 vallas publicitarias a lo que se refiere el área de estudio, las cuales estarán asentadas en las veredas de ciertas calles u otros ámbitos de dominio público, junto con las distancias que deberán medir.

## **VALLAS DE MAPAS**

También se manifiesta que es necesario colocar 3 vallas de mapas donde se encuentran el lugar donde uno se encuentra la distribución de los atractivos turísticos que ofrece la ciudad y que se encuentran en los alrededores del sector, de esta manera quien necesita llegar al sitio podrá hacerlo más rápido, ahorrara

gasolina y no obstaculizara el transito, estas vallas de mapas estarán colocando en los siguientes puntos estratégicos.

1. Frente a la Plaza San Francisco
2. Plaza de la Administración
3. Calles General Córdoba y Junín

## **ILUMINACION DE IGLESIAS, MONUMENTOS Y OTROS EDIFICIOS PATRIMONIALES**

Conservar nuestra historia es muy importante razón por la cual se tendera a un sistema de iluminación de iglesias, monumentos y edificios que han sido considerados patrimoniales, según la función que desempeña el edificio, sea museo, lugar de exposición u otro.

Conservar los sitios históricos de la ciudad es difundir su propia historia por lo que otra vez de este mismo sistema se recurrió al sistema de iluminación de las iglesias históricas, cabe recalcar que sin una correcta iluminación nocturna disminuye la sensación de seguridad y motiva al público a retirarse temprano del centro urbano.

### **ILUMINACION DE IGLESIAS**

Entre las iglesias que intervienen en nuestra zona de estudio son:

- Iglesia San Francisco ubicado en nueve de octubre y Pedro Carbo.
- Iglesia la Mercedad ubicada en Víctor Manuel Rendón y Córdoba.
- Iglesia de Catedral ubicada en Chimborazo y Clemente Ballén.

### **ILUMINACION DE MONUMENTOS**

Se deberá aumentar y renovar los puntos de luz en los monumentos que de alguna u de otra manera han tenido su historia y se encuentran sin iluminación, así como también la sustitución de lámparas de distintos tipos y la pintura junto con la limpieza de forales, luminarias y soportes de los mismos y sus alrededores.

Entre los monumentos que se encuentran en nuestra zona de estudio son:

1. Monumentos de Pedro Carbo ubicados en el Parque Pedro Carbo (Pedro Carbo y Víctor Manuel Rendón)
2. Monumento a Simón Bolívar en el Parque Seminario (Chile y Chimborazo entre Clemente Ballén y Diez de Agosto.

3. Monumento a Vicente Rocafuerte ubicado en la Plaza San Francisco (Nueve de octubre Pedro Carbo)
4. Monumento a Antonio José de sucre ubicado en la Plaza de la Administración (entre el Palacio Municipal y la Gobernación)

### **ILUMINACION DE EDIFICIOS PATRIMONIALES**

Entre los edificios patrimoniales que encontramos en nuestra zona de estudio son:

- Edificio del Diario El Universo ubicado en la Av. Nueve de Octubre.
- Edificio del Diario El Telégrafo ubicado en 10 de Agosto y Boyacá.
- Palacio Municipal ubicado en el Malecón Simón Bolívar.
- Jefatura del Cuerpo de Bomberos (Cuartel Principal) ubicado en Nueve de Octubre y Boyacá.

Se deberían adquirir luminarias propias del estilo antiguo así como también postes ornamentales, o en su efecto utilizar reflectores que alumbren los edificios ya que las lámparas dirigen la luz hacia los lados.

Deberían ser ubicados en dichos sitios para que sean más atractivas a las vista de los turistas y ciudadanos, simular el ambiente de aquella época, sin olvidar el mobiliario urbano que estaría compuesto de bancas, bebederos de agua tachos de basura, cabinas telefónicas, maquinas de refrescos, señalizaciones, kioscos debidamente distribuidos a lo largo del área turística.

### **EQUIPAMIENTO URBANO**

Refiriéndose a la dotación de servicios urbanos, de la ciudad de Guayaquil, tendientes al mejoramiento de las condiciones generales de la población como requerimiento básico para el desarrollo del centro turístico urbano. Ante la necesidad que se observaron en las encuestas y entrevistas según la opinión de los turistas y entrevistas según la opinión de los turistas, ciudadanos y empresas, es indispensable implementar dicho equipamiento urbano para tal necesidad como:

1. Tiendas en la que se vendan rollos fotográficos, tarjetas de telefonía celular, botellas de agua, artesanías y souvenir del lugar.
2. Cafeterías con servicio de lectura, que ayuden a conocer mejor la ciudad.

3. Servicio de información turística en los edificios más destacados, con personal que realice la visita guiada al edificio y sus alrededores.
4. Baterías de Servicios Higiénicos, que da comodidad para el turista y hace atractivo el viaje por la ciudad. Estos podrían estar ubicados en los parques y plazas del área de estudio. Así como también en las paradas del nuevo sistema de autobuses, y en los aparcamientos para buses turísticos.
5. La seguridad de un destino contribuye a su imagen y poder de atracción turística. Su percepción se reforzara mediante acciones preventivas, la creación de un servicio de ayuda a las víctimas y la formación de la policía local en materia de recepción de los turistas y tratamiento rápido de sus denuncias.

### **Paneles de Información Histórica**

Es posible consolidar en la gente la identidad local, aportes históricos, culturales, paisajismo y su sentimiento de pertenencia. El patrimonio cultural edificado debe ser valorado como memoria histórica y de identidad nacional, que nos obliga a rescatar las edificaciones en estado de deterioro del área urbana de la ciudad; siendo escogidas, elevando el mismo tiempo la calidad de vida urbana.

Siendo uno de los objetivos del Proyecto de Regeneración Urbana, el crear la imagen urbano – arquitectónica legítima de pertenencia de lugar, de su cultura y su gente, perseverante de su patrimonio y orgánicamente innovadora, se propone la creación de placas de información histórica, las mismas que deberán estar ubicadas en los edificios públicos, calles o avenidas que son representativos por su arquitectura, función e historia, que por su valor paisajístico y símbolo, deben percibirse legiblemente en la buena calidad de imagen urbana deseable.

Las placas recordatorias de gestas históricas y de hechos notables deberán ser colocadas para que todos recuerden a que se debe el nombre de las calles y avenidas guayaquileñas, personajes, fechas importantes, entidades expresiones, hechos históricos, que en tal lugar se llevo a cabo algún hecho importante en la historia de la ciudad.

## **Infraestructura e instalaciones para peatones con discapacidades.**

Todos en algún momento hemos pasado a ser discapacitados en nuestra vida si en ella incluimos, el envejecer, el sufrir accidentes temporales, el tener niños, el padecer algún tipo de discapacidad, etc. Por todo ello, nos encontramos en que las acciones tendientes a mejorar la accesibilidad y evitar o suprimir las barreras arquitectónicas, urbanísticas, en el transporte y en la comunicación, facilitaran una mejora de la calidad de vida de todos los ciudadanos, a la vez permitirnos la integración de esa persona a la sociedad. Estas intervenciones son absolutamente necesarias para poder realizar una vida totalmente autónoma e independiente, o con la mínima ayuda de otra persona.

<b>INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO</b>	
<b>Auditiva</b>	Visual
Información visual	Información táctil
Avisos luminosos	Contrastes
Amplificadores magnéticos	Avisos peligros y cambios
Sistemas de alarma luminosos	Sistemas acústicos de alarma o Iluminación adecuada
Interprete lengua de signos	Tamaño letra y señalización

### **EQUIPAMIENTO URBANO REQUERIDO CON DISCAPACIDAD**

Según las encuestas realizadas se puede notar que hay una deficiencia en cuanto al equipamiento que requieren las personas discapacitadas, tales como:

- a) Mostradores de atención al público accesibles para las personas que se desplazan en sillas de ruedas, prescindiendo de vidrios u otras barreras que entorpezcan la comunicación.
- b) En los edificios debería haber servicios higiénicos accesibles por lo menos uno por piso.
- c) Las entradas a los edificios deben permitir a todas las personas ingresar sin dificultades, los espacios exteriores e interiores, los pasillos, las rampas y

estacionamientos deben estar diseñadas en función de la comodidad y seguridad de todos los usuarios.

- d) Para los usuarios de sillas de ruedas y personas de baja estatura debería haber teléfonos públicos a menor altura, de los que ya existen en muchos otros sitios.
- e) Medidas en la información y la señalización vivibles de noche y de día y que su colocación no constituya una barrera al paso peatonal.
- f) Estacionamientos que estén debidamente señalizados con el símbolo universal de accesibilidad y diferenciaciones con contraste de color.
- g) Periódicos con lenguaje Braille, así, en el caso de las personas con deficiencias visuales, audio descripción, ediciones en braille de la prensa diaria, o en el caso de las personas sordas, la subtitulación textual y en Lengua de Signos, de programas informativos, divulgativos y culturales.
- h) Teléfonos con potenciómetros amplificadores (para sordos).
- i) Otros elementos como basureros, bancos y demás se ubicaran de forma accesible y no serán un obstáculo para el desplazamiento de los transeúntes.

El diseño de las facilidades de estimulación visual y de rehabilitación visual incluyen, por un lado la incorporación de técnicas y estrategias tendientes a lograr la eficiencia de la visión disponible, y por otro la selección de los recursos tecnológicos, para facilitar la comunicación, el desarrollo de actividades de la vida cotidiana, la educación y el trabajo, con el objetivo de lograr la mayor y mejor autonomía posible.

## **CONCLUSIONES:**

En conclusión para la creación de la infraestructura y equipamiento turístico aquí expuesto, es necesario que mantengan estrecha y constante coordinación los prestadores de servicios turísticos con la Municipalidad de Guayaquil, para llevar a cabo una buena planificación y ejecución de las obras para hacer más placentera la visita a nuestra ciudad.

Los prestamos de servicios turísticos, públicos y privados, deberían:

1. Llamar a reuniones de concertación y encuestas, en el marco de la definición, realización y seguimiento del planteamiento de gestión integrada de la calidad de los servicios. Ser los interlocutores de la autoridad pública para la



definición, realización y seguimiento del planteamiento de gestión integrada de la calidad.

2. Aceptar las normas y requisitos de calidad (y de respeto del medio ambiente) y buscar permanentemente la mejora de los servicios y productos que se ofrecen a los turistas.
3. Escuchar a los visitantes y a su personal para enriquecer el debate y el planteamiento de gestión integrada de la calidad.
4. Proteger, desarrollar e incluso imponer a los ojos de los visitantes una imagen positiva y el carácter específico del destino urbano.

#### LA POBLACIÓN LOCAL DEBERÍA:

1. Participar activamente en la mejora de acogida a través de su actitud, amabilidad y disponibilidad frente a los visitantes.
2. Con la actividad turística integrada en el sector urbano, las localidades deben mejorar y expandir los servicios públicos como la provisión de servicios de calidad, control de la higiene pública, limpieza de las calles y espacios públicos, control del tránsito y estacionamientos, el aumento de la seguridad, todas estas cualidades van en respuesta a las necesidades de desarrollo y cuidado que requieren la ciudad para ser un lugar de visita agradable tanto para el turista como para el residente.
3. La regeneración urbana para que sea integral necesita de la regeneración ciudadana, debe ser él quien cuide la ciudad, los bienes y las obras que embellecen, convertirse cada uno en ejemplo para otros ciudadanos que no les importa destruir el espacio urbano que posee la ciudad, a su vez, demanda el equipamiento y la infraestructura, así como sitios que sirvan de marco para eventos programados: científicos, técnicos, culturales, folklóricos, deportivos.

En conclusión la tarea no es complicada si autoridades y ciudadanía se unen para hacer de la ciudad un destino turístico internacional. Un punto importantísimo que va ayudar esencialmente al funcionamiento de este centro urbano es la inserción del nuevo sistema de transportación masiva de pasajeros el que va a ayudar al

repoblamiento del centro urbano de la ciudad de Guayaquil por la eficiencia, rapidez, seguridad y comodidad al usuario.

### **2.1.3 Fundamentación**

Este proyecto nace de la necesidad de cubrir las expectativas del viajero dentro de un destino esto se hace a través de una propuesta para el mejoramiento del lugar y para elevar el nivel de la oferta turística brindada dentro de este destino.

La necesidad de abrir nuevos espacios de desarrollo turístico genera oportunidades lo que puede beneficiar a sus habitantes frente al problema socioeconómico que enfrentan el país y dedicarse a las actividades turísticas y mejorar la competitividad de este cantón a través de fortalecimiento de la oferta turística y la diversificación de los productos y de los destinos turísticos.

Naranjito es un lugar con características turísticas naturales y culturales por ser una zona agrícola que posee una gran variedad de producción los mismos que sirven tanto para exportación así mismo como para el consumo interno.

El 56% de producción lo constituye cultivo permanente como caña de azúcar, café, cacao, banano, piñas, etc., mientras que el 14% de la producción lo conforman los huertos mixtos, los mismos que sirven para el sustento diario de la población.

En lo cultural La historia de Naranjito está plagada de episodios heroicos ocurridos durante la Revolución Liberal y en sus campos se libró en el año 1.912, uno de los más sangrientos combates entre los ejércitos revolucionarios Alfaristas y los gobiernistas del Gral. Leónidas Plaza Gutiérrez.

Como fue la vida de la familia Rocafuerte lo que hicieron por el cantón como se disolvió su legado, entre otros sus habitantes se dedican a agricultura y ganadería pero muy poco a al turismo por falta de conocimiento.

El turismo consta de una planta con poca infraestructura y nula capacitación en atención y servicio al cliente y pésima atención lo cual da como resultado clientes

insatisfechos, por la mala calidad de los servicios que se brindan. El cantón por los recursos naturales y culturales que posee puede convertirse en el futuro en un destino turístico nacional y extranjero.

Pero, para corregirlo hay que concienciar a la población sobre las bondades y beneficios económicos y sociales que se lograrían cambiando y mejorando los servicios que ofrecen y la forma de atender a los turistas.

Un cliente (turista) bien atendido es un cliente satisfecho, que regresa y además promociona el lugar. Por esta razón, es importante la realización del proyecto a través del cual se buscará cambiar la imagen actual del servicio y propender a ofrecer atención y servicios de excelencia, para que progresivamente el cantón sea reconocido como destino turístico.

El proyecto busca informar la oferta turística de Naranjito realizando estos locales brindando servicio de comida, bebidas, dulces y artesanías propias del lugar para impulsar el turismo y a su vez reconquistar en una guía y promocionar sus atractivos tanto naturales como culturales, siendo esto un beneficio con el que se cuenta.

Lo que se quiere es ofrecer al turista un buen servicio y brindar la información necesaria para que pueda realizar distintas actividades dentro del cantón sin ningún inconveniente y disfrute de ella al máximo y que mejor propuesta empezando por la construcción de estos locales comerciales.

El visitante podría, también con sus servicios, fiestas y eventos buscar otras formas de llegar con nuevas ideas y cubrir sus expectativas realizando una guía de los distintos destinos y puntos importantes entre otros.

Es interesante la idea de que se reconquiste al turista y pueda Naranjito ser conocida como una ciudad turística a nivel nacional y porque no decir internacional, gracias a los recursos que poseen, y si cuenta con la participación de las personas este proyecto va a realizarse sin ningún inconveniente.

## **2.2 MARCO LEGAL**

Para realizar la construcción de los kioscos se necesita la siguiente documentación:

### **1. RUC**

Para la inscripción del R.U.C se necesitan los siguientes requisitos:

Personas Naturales:

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:

Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable de uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de realización del trámite.

Pago del Servicio de TV por cable, telefonía celular estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.

Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de el, se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

### **2. PERMISO DE BOMBEROS**

Requisitos para obtener los permisos de funcionamiento de:

LOCALES COMERCIALES

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.

- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

#### Requisitos para la Aprobación del Estudio Contra Incendios

- Copia de la aprobación del anteproyecto por el Municipio.
- Dos carpetas con planos del estudio contra incendio y su memoria técnica.
- Los planos deben contener cuadro de áreas, ubicación, señalización, simbología y rutas de evacuación.
- De ser solicitado por el Departamento de prevención se entregará un CK con los planos de la edificación.
- Llenar el formulario que se solicitará en esta oficina.

EL COSTO ES DE 0.10 CENTAVOS DE DOLAR POR CADA M2 CONSTRUCCIÓN.

### **3. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MINISTERIO DE SALUD PUBLICA**

Requisitos para obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen
6. Plano del establecimiento a escala 1:50 7. Croquis de ubicación del establecimiento.

7. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
8. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Costos del permiso: (Descritos en el Ac. Ministerial No 818 del 19 de diciembre del 2008)

#### **4. PERMISO DEL MINISTERIO DE TURISMO**

Para obtener el permiso del Ministerio de Turismo se necesita:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante legal, debidamente inscrito en la oficina de Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual IEPPI, de no encontrarse registrada la razón social se dirigirá a:

Quito: Av. República #396 y diego de Almagro. Edif. FORUM 300 (Mezanine)  
Telf. 022 508 000 / 508 002

4. Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
5. Fotocopia de la cédula de ciudadanía, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.
6. Fotocopia del certificado de votación.
7. Lista de precios (original y copia)
8. Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato.
9. Fotocopia del contrato de compra – venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR LA RAZÓN SOCIAL.
10. Presentar la solicitud de Registro (modelo).

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**Actividad turística:** Es el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales puestos a disposición del turista.

**Anécdota.-** Es un cuento corto que narra un incidente interesante o entretenido, una narración breve de un suceso curioso. Una anécdota siempre está basada en hechos reales, un incidente con personas reales como personajes, en lugares reales. No obstante, con el correr del tiempo las pequeñas modificaciones realizadas por cada persona que la cuenta puede derivar en una obra ficticia, que sigue siendo contada pero tiende a ser más exagerada.

**Artesanías.-** La etimología de la palabra artesanía, deriva de las palabras latinas «artis-manus» que significa: arte con las manos. La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común.

**Buffet.-** Tipo de servicio de restauración que presenta los alimentos en bandejas y cestas sobre varios tableros, dispuestos en gradas, con elementos decorativos (mesas de buffet). Existe buffet frío, caliente o mixto.

**Comensales.-** Ser que vive a expensas de otros sin causarle ningún perjuicio.

**Cliente.-** Es un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra.

**Comercialización:** Es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social, es poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

**Calidad:** Es aquella que dice que aquel producto o servicio que nosotros adquiramos satisfaga nuestras expectativas sobradamente. Es decir, que aquel servicio o producto funcione tal y como nosotros queramos y para realizar aquella tarea o servicio que nos tiene que realizar.

**Turismo:** Según la Organización Mundial del Turismo, el **turismo** comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

**Turismo:** Son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.

**Turista:** Son aquellas personas que se trasladan de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

**Sostenible:** Característica o estado según el cual pueden satisfacerse las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades.

**Desarrollo:** Se entiende como desarrollo al avance en los niveles de crecimiento económico, social, cultural y político de una sociedad o país.

**Desarrollo sostenible:** Proceso de crecimiento económico, social y ambiental destinado a satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades. Es aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones.

**Descentralización:** Se presenta como requisito para llevar a cabo una descentralización política, el hecho de que las autoridades a las cuales se hará la transferencia de facultades sean elegidas por los pobladores de la región o localidad, y no simplemente designadas por el gobierno central.

**Difundir.-** Extenderse algo por todas partes, en muchas direcciones o de manera que su influencia, fuerza, número de seguidores, etc., aumente.



**Década.-** Serie o conjunto de diez unidades, particularmente el periodo que forman diez años.

**Diseño.-** Es utilizado habitualmente en el contexto de las artes aplicadas, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas, diseño se define como el proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo.

**Estándares:** En los estándares básicos de calidad se hace un mayor énfasis en las competencias, sin que con ello se pretenda excluir los contenidos temáticos.

**Empresa.-** Es la unidad económica de producción encargada de combinar los factores o recursos productivos, trabajo, capital y recursos naturales, para producir bienes y servicios que después se venden en el mercado.

**Encuesta.-** Es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

**Financiamiento.-** Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

**Gestión:** Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos, con el adecuado uso de los recursos disponibles.

**Gobiernos seccionales:** Los cantones pequeños con una administración eficiente logran objetivos de desarrollo. La administración política se ejecuta a través de dos tipos de gobiernos seccionales: el dependiente y el independiente o autónomo, según consta en la Constitución de la República.

- **Gobierno seccional dependiente:** Está desempeñado por representantes del Poder Ejecutivo. Estos son: a nivel provincial, el gobernador; a nivel cantonal, el jefe político; y en las parroquias, el teniente político.
- **Gobierno seccional independiente o autónomo:** Está constituido por las autoridades que representan al pueblo y que fueron elegidas por votación popular. A nivel provincial se encuentran el prefecto y los consejeros; en los cantones, el alcalde y los concejales; y en las parroquias, el presidente de la junta y sus miembros.

**Huertos.-** Un huerto o huerta es un cultivo de regadío, muy frecuente en las vegas de los ríos por ser un tipo de agricultura que requiere riego abundante, aunque el sistema de riego por goteo, muy apropiado en las parcelas de horticultura, economiza una enorme cantidad de agua.

**Implementación:** O implantación es la realización de una aplicación, o la ejecución de un plan, idea, modelo científico, diseño, especificación, estándar, algoritmo o política.

**Kiosco:** Un quiosco, kiosco o glorieta es una construcción pequeña, a modo de pabellón al aire libre, dirigido en lugares públicos; generalmente abierto por todos sus costados y de planta octagonal. Suelen estar destinados para Tienda pequeña que vende golosinas, refrescos, otros alimentos, celebrar conciertos populares y otras expresiones artísticas.

**Micro emprendimiento:** Es la forma natural que tienen los sectores más desposeídos de la población para asumir el desafío de superar la pobreza y del sostenimiento económico de sus familias.

**Municipio:** Sinónimo de Gobierno Local, institución de origen romano. En otras legislaciones se realiza una clasificación de municipios en relación al número de habitantes que poseen, lo cual no sucede en el Perú, en donde existe la clasificación, según la LOM, de municipio provincial, distrital o de centros poblados menores (y además las municipalidades rurales y de zonas de frontera) en base a la circunscripción territorial sobre la que tengan jurisdicción.

**Muestra.-** En estadística una muestra (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística. Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.

**Muestreo.-** En estadística se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población.

**Negocios turísticos:** Es el turismo que practica el hombre de negocios cuando, al mismo tiempo que desarrolla sus actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad para disfrutar de las circunstancias que le rodean, el paisaje, la cultura, las diversiones, el sol, la playa etc.

**Oferta turística.-** Conjunto de bienes y prestaciones de diversos tipos de empresa (patrimonio, industria y propaganda turística). En ésta combinación de prestaciones materiales y servicios, éstos últimos suelen cumplir la función más importante en elaboración y distribución del producto turístico.

**Plan:** Es ante todo la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima organización, adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación del plan.

**Proyecto:** Es un conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos.

**Plusvalía.-** Parte del valor generado por el trabajo del obrero, por la utilización de su fuerza de trabajo, que queda en poder del capitalista dentro del análisis marxista. La

fuerza de trabajo es una particular mercancía cuyo valor de cambio (salario) es menor que el valor que aporta al producto.

**Paralelamente.-** Al mismo tiempo, en forma paralela: «Practica una técnica propia y paralelamente avanza en su investigación.

**Promover.-** Hacer que una acción ya iniciada continúe o se desarrolle con más efectividad.

**Promover:** Impulsar la realización o el desarrollo de una actividad, iniciándola si está paralizada o detenida.

**Procesamiento de información.-** Es la capacidad del Sistema de Información para efectuar cálculos de acuerdo con una secuencia de operaciones preestablecida. Estos cálculos pueden efectuarse con datos introducidos recientemente en el sistema o bien con datos que están almacenados.

**Plan de negocios.-** Consiste en un documento escrito en donde se describe un negocio o proyecto que está por realizarse y todo lo que esté relacionado con ello, tal como los objetivos del negocio o proyecto, las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, el estudio del mercado al cual se va a incursionar, la forma en que se van a comercializar los productos o servicios, la inversión que se va a realizar, el financiamiento requerido, la proyección de los ingresos y egresos, la evaluación financiera y la organización del negocio o proyecto.

**Restauración:** Es renovar, reparar, poner algo como estaba antes, repara algo del deterioro que ha sufrido.

**Rentabilidad.-** Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

**Revolución.-** Es el cambio o transformación radical y profunda respecto al pasado inmediato. Se establece la revolución como una idea cambiante debido a lo que las circunstancias ameriten en el momento, estas pueden ser tales como económicos, culturales, religiosos, políticos, sociales, militares, etc.

**Servidor turístico:** Es como llaman a las personas que trabajan en cualquier actividad de cara al cliente.

**Sustentar.-** Sostener, apoyar o defender cierta posición, dar argumentos a favor; basar.

**Trapiche:** Molino para extraer el jugo de algunos frutos o productos agrícolas, especialmente de la aceituna y de la caña de azúcar.

**Técnica.-** En estadística se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población.

**Variable cualitativa.** Es aquella característica que no podemos expresar con números y hay que expresarla con palabras. Por ejemplo, el lugar de residencia.

**Variable cuantitativa.** Es cualquier característica que se puede expresar con números. Por ejemplo, el número de hermanos o la estatura.

## **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.3.1 Hipótesis General**

La implementación de los kioscos turísticos ayuda al desarrollo turístico ya que de esta forma los productos serán comercializados.

### **2.3.2 Hipótesis Particulares**

1. La falta de apoyo de los gobiernos seccionales afecta al desarrollo de proyectos turísticos.

2. La buena calidad de los productos y la atención al cliente contribuye a la continuidad de los negocios turísticos.
3. La falta de proyectos está contribuyendo al desinterés de la comunidad en invertir en este tipo de negocios.
4. La falta de apoyo del municipio perjudica al crecimiento Turístico del Cantón.
5. La falta de financiamiento no contribuye a proyectos turísticos.
6. Los cursos brindados a la población son parte fundamental en el desarrollo de actividades turísticas.

### 2.3.3 Declaración de Variables

CUADRO N° 1

<b>Hipótesis</b> <b>Hipótesis General</b>  La implementación de los kioscos turísticos ayuda al desarrollo turístico ya que de esta forma los productos serán comercializados.	<b>Variable Independiente</b>  Implementación de kioscos	<b>Variable Dependiente</b>  Desarrollo turístico
1.- La falta de apoyo de los gobiernos seccionales afecta al desarrollo de proyectos turísticos.	Falta de apoyo	Desarrollo de Proyectos turísticos
2.- La buena calidad de los productos y la atención al cliente contribuye a la continuidad de los negocios turísticos.	La calidad	Continuidad de los negocios turísticos
3.- La falta de proyectos está contribuyendo al desinterés de la comunidad en invertir en este tipo de negocios.	Falta de Proyectos	Comunidad
4.- la falta de apoyo del municipio perjudica al crecimiento turístico del Cantón.	Falta de apoyo	Crecimiento turístico
5.- La falta de financiamiento no contribuye a proyectos turísticos.	La falta de financiamiento	Proyectos turísticos
6.- Los cursos brindados a la población son parte fundamental en el desarrollo de actividades turísticas.	Cursos de capacitación	Desarrollo de actividades turísticas.

### 2.3.4 Operacionalización de las Variables

CUADRO N° 2

Variable	Tipo	Concepto	Indicador
Implementación de kioscos	Independiente	O implantación es la realización de una aplicación, o la ejecución de un plan, idea, modelo científico, diseño, especificación, estándar, algoritmo o política.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos.</li> <li>• Comercialización de productos.</li> <li>• Emprendimiento.</li> <li>• Fuentes de trabajo.</li> </ul>
Desarrollo turístico	Dependiente	Se entiende como desarrollo al avance en los niveles de crecimiento económico, social, cultural y político de una sociedad o país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor afluencia.</li> <li>• Rentabilidad.</li> <li>• Mayor promoción.</li> </ul>
1.- Falta de apoyo	Independiente	Carencia o privación de algo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia</li> <li>• Poco interés</li> </ul>
Desarrollo de proyectos turísticos	Dependiente	Conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor gama de opciones de negocios.</li> <li>• Mayor interés por parte de la población.</li> <li>• Variedad de alternativas en emprendimiento.</li> </ul>
2.- Cursos de capacitación	Independiente	Acción en el que por medio de estudio, permiten que una persona pueda adquirir nuevas habilidades para su desarrollo personal, intelectual o laboral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquirir nuevas habilidades</li> <li>• Desarrollo personal</li> <li>• Desarrollo intelectual o laboral.</li> </ul>
Desarrollo de actividades turísticas	Dependiente	Es el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales para el turista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar los recursos materiales</li> <li>• Mayor afluencia</li> <li>• Productos a disposición del turista.</li> </ul>
3.- Falta de Proyectos	Independiente	Conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menos ingresos</li> <li>• Poca participación por parte de la población.</li> </ul>
Comunidad	Dependiente	Grupo o conjunto de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor promoción</li> </ul>



		individuos, seres humanos, o de animales (o de cualquier otro tipo de vida) que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charlas de motivación a la población</li> <li>• Variedad de proyectos turísticos</li> </ul>
4.- Falta de apoyo	Independiente	Incumplimiento de un deber u obligación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de una persona en un lugar determinado</li> <li>• Acción censurable o merecedora de un castigo que comete una persona.</li> </ul>
Crecimiento turístico	Dependiente	Capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener ganancias</li> <li>• Entrada de dinero</li> <li>• Beneficio a los negocios</li> </ul>
5.- Falta de financiamiento	Independiente	Conjunto de recursos monetarios financieros con los que no contamos para llevar a cabo una actividad económica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco apoyo económico</li> <li>• Poco interés</li> <li>• Proyectos viables.</li> </ul>
Proyectos turísticos	Dependiente	Conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor gama de opciones de negocios.</li> <li>• Mayor interés por parte de la población.</li> <li>• Variedad de alternativas en emprendimiento.</li> </ul>
6.- La calidad	Independiente	Es aquella que dice que aquel producto o servicio que nosotros adquiramos satisfaga nuestras expectativas sobradamente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción</li> <li>• Buena promoción</li> <li>• Productos confiables</li> </ul>
Continuidad de los negocios turísticos	Dependiente	Desarrollo de actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad para disfrutar de las circunstancias que le rodean, el paisaje, la cultura, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad</li> <li>• Buen manejo del negocio</li> <li>• Rentabilidad</li> </ul>

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto está basado en un diseño no experimental ya que se realiza sin manipular deliberadamente variables y mediante una investigación de campo se apoya en informaciones que provienen de cuestionarios y encuestas.

En el diseño se emplea un enfoque cualitativo ya que se recolectan datos sin medición numérica para descubrir preguntas de la investigación en el proceso de investigación y cuantitativa usando la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico.

#### **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

##### **3.2.1 Características de la población**

El presente proyecto se va a realizar en el Cantón Naranjito Provincia del Guayas, dirigido al público adulto, el perfil de la persona entrevistada es que tenga relación con la comercialización de productos artesanales y gastronomía.

##### **3.2.2 Delimitación de la población**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Naranjito

**Dirección:** Av. Guayaquil y Av. 9 de Octubre.

**Población:** 32.963 hab.; 18.136 hombres y 14.827 mujeres en el área Urbana habitan 25.182 personas y en el área Rural habitan 7.781 personas  
Área: 250 km<sup>2</sup>

### 3.2.3 Tipo de muestra

La muestra a utilizar es de tipo no probabilística porque los investigadores son los que eligen a los individuos o objetos no por probabilidad sino por causas seleccionadas con las características del investigador.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

La formula a utilizar es de población finita ya que se conoce con certeza su tamaño:

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

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

N	32.963
N	32.963
P	0,5
Q	0,5
E	0,05
Z	1,96

$$\begin{aligned}
 N &= \frac{N \cdot p \cdot q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + P \cdot q} \\
 N &= \frac{8.241}{\frac{32.962 \cdot 0,0025}{3,8416} + 0,25} \\
 N &= \frac{8.241}{\frac{82}{3,8416} + 0,25} \\
 N &= \frac{8.241}{21,7006976} \\
 N &= 379,745856
 \end{aligned}$$

### 3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección en la realización del proyecto se utiliza la muestra no probabilística el cual permite escoger a sujetos voluntarios y expertos.

### **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

#### **3.3.1 Métodos teórico**

Dentro de los métodos teóricos que utilizaremos en el proyecto para procesar la información teórica y la obtenida por la aplicación de los métodos empíricos tenemos: el Método Histórico-lógico porque lo histórico estudia la trayectoria de los cambios que experimenta el objeto de la realidad, en las etapas de su aparición y desarrollo y lógico porque a través de lo lógico se refleja lo histórico en forma esencial, con lo que reproduce la esencia del objeto y la historia de su desarrollo en un sistema de abstracciones.

Además de ello el Método Analítico-sintético x medio de él se da la diferencia entre dos tipos de proposiciones: las proposiciones analíticas y las proposiciones sintéticas. Las proposiciones analíticas son aquellas cuyo valor de verdad puede ser determinado en virtud del significado de los términos involucrados, y las proposiciones sintéticas son aquellas que para determinar su valor de verdad, requieren algún tipo de contrastación empírica.

Aplicaremos también el Método Inductivo-deductivo porque lo inductivo nos lleva a estudiar el problema de lo particular a lo general es de decir de una parte un todo y lo deductivo estudia el problema de lo general a lo particular es decir de lo complejo a lo simple. Por último el Método Hipotético-deductivo porque éste lleva a un proceso de inducción que remite el problema a una teoría para formular una hipótesis, que a través de un razonamiento deductivo intenta validar la hipótesis empíricamente.

#### **3.3.2 Métodos empíricos**

El método empírico a utilizar es la observación porque nos permitirá obtener información de los hechos y como ocurren en la realidad además percibiremos las formas, poder evaluarlo por medio de este método. Para así poder apreciar las condiciones y adecuar los locales en aéreas estratégicas de las avenidas.

### **3.3.3 Técnicas e instrumentos**

Los instrumentos y técnicas utilizar en el presente proyecto son las encuestas ya que de esta manera sabremos cual sería la aceptación que va a tener la creación de los locales turísticos en el cantón.

### **3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.**

El procesamiento estadístico de la información se realizara a través de las encuestas por medio de las cuales vamos a poder ingresar y tabular la información. Además podemos realizarla presentación de las respuestas por medio de gráficos como barras, pasteles con colores diferentes para diferenciar las respuestas que arrojen las encuestas. Para saber el tipo de aceptación e información que tienen los habitantes del Cantón Naranjito.

## CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

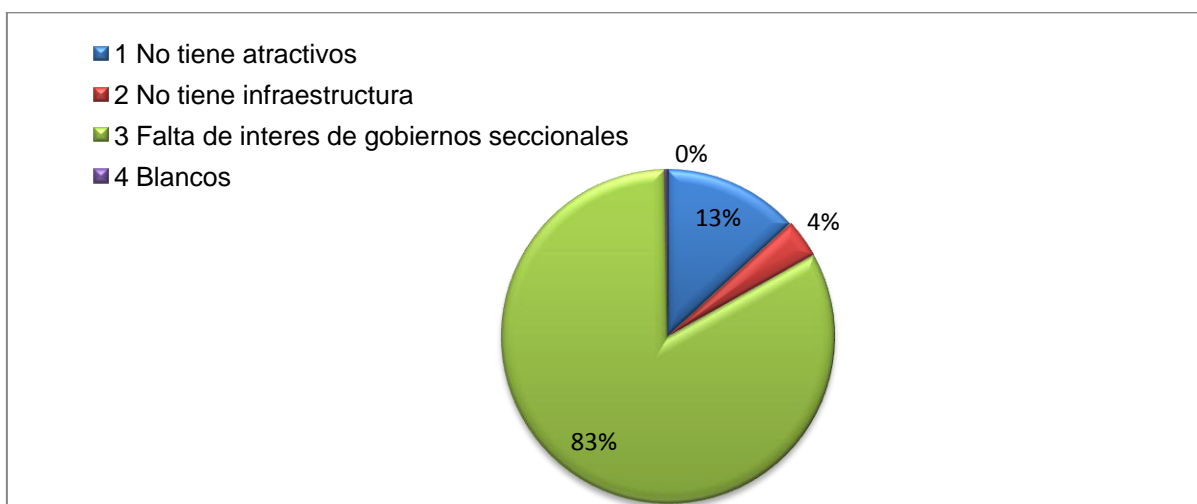
1) ¿Cuáles cree usted que son las razones por la que naranjito no es un cantón turístico?

**Cuadro n° 3**

OPCION N° 1		Frecuencia	%
1	No tiene atractivos	50	13,19
2	No tiene infraestructura	14	3,69
3	Falta de interés de gobiernos seccionales	314	82,85
4	Blancos	1	0,26
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito  
Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n° 1**



Fuente: Cantón Naranjito  
Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Análisis:** De los datos obtenidos en el grafico n° 1 tenemos que el 83% de la población encuestada opina que el cantón naranjito no es turístico por falta de interés de gobiernos seccionales, un 13% no tiene atractivos y un 4% no tiene infraestructura.

2) ¿A su criterio que contribuirá a que Naranjito se desarrolle turísticamente?

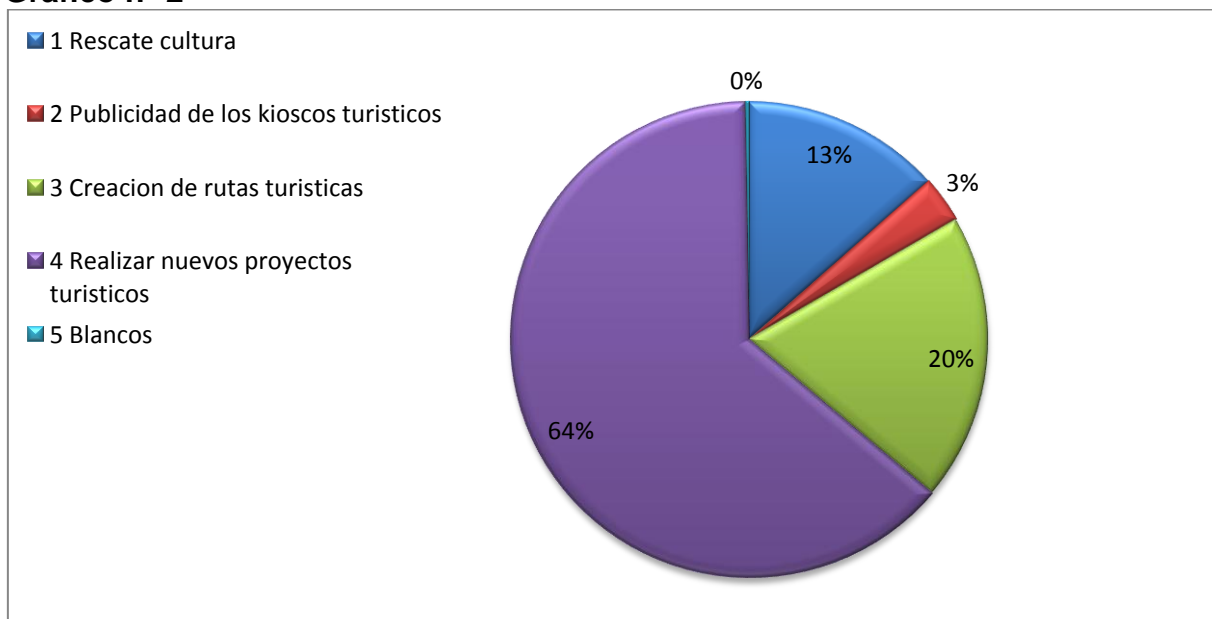
**Cuadro n°4**

<b>OPCION N° 2</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1	Rescate cultura	51	13,46
2	Publicidad de los kioscos turísticos	12	3,17
3	Creación de rutas turísticas	74	19,53
4	Realizar nuevos proyectos turísticos	241	63,59
5	Blancos	1	0,26
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n° 2**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el grafico n°2 observamos que el 64% dice que con la realización de nuevos proyectos turísticos contribuirán al desarrollo turística del cantón, un 20% dice que la creación de rutas turísticas, un 13% el rescate de la cultura y un 3% la publicidad de los kioscos turísticos.



3) ¿Cree usted que realizando cursos sobre las diferentes aéreas que comprende el turismo las personas se interesarían por dedicarse a esta área?

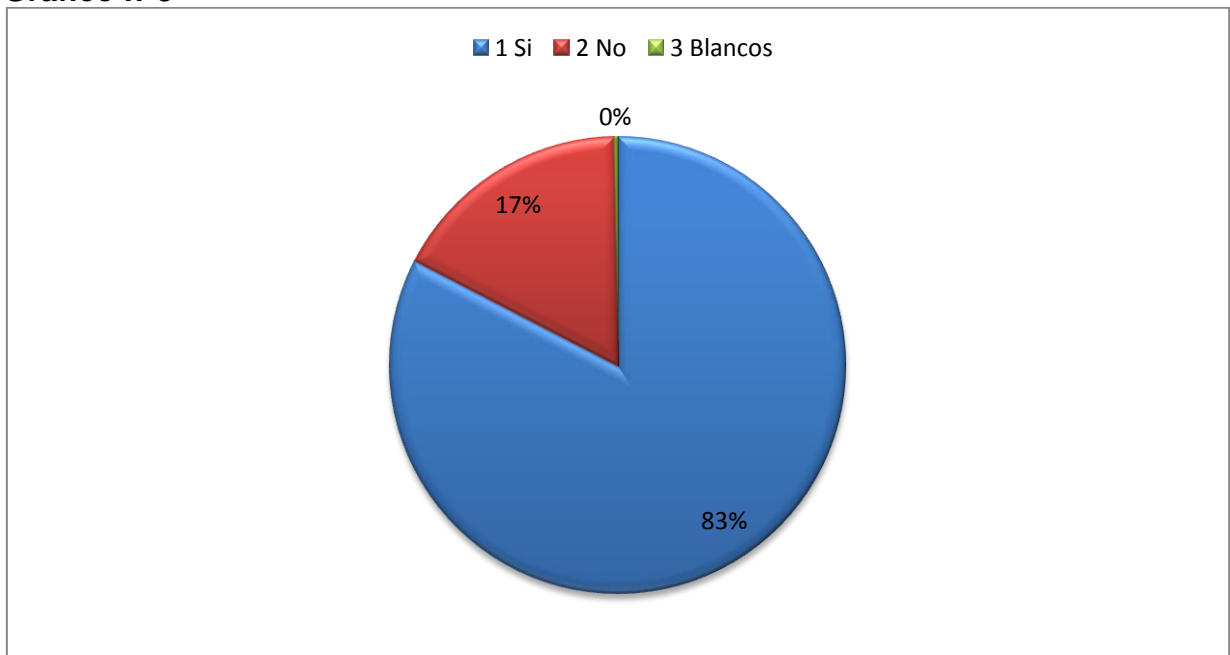
**Cuadro n° 5**

OPCION N° 3		Frecuencia	%
1	Si	313	82,59
2	No	65	17,15
3	Blancos	1	0,26
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n°3**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el gráfico n°3 observamos que el 83% de la población opina que si se interesarían por dedicarse a la actividad turística.

4) Con el desarrollo de este tipo de cursos piensa usted que contribuirá al:

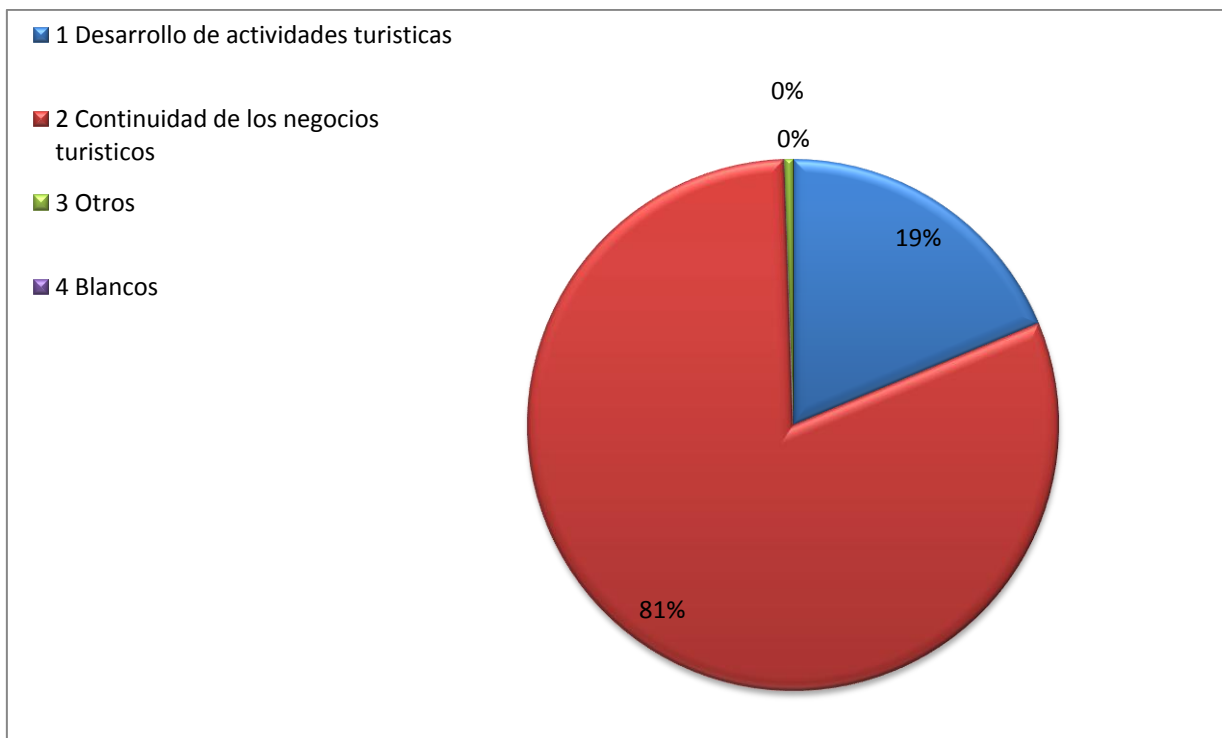
**Cuadro n° 6**

<b>OPCION N° 4</b>		Frecuencia	%
1	Desarrollo de actividades turísticas	71	18,73
2	Continuidad de los negocios turísticos	306	80,74
3	Otros	2	0,53
4	Blancos	0	0,00
	<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n°4**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el grafico n° 4 observamos que un 81% del las personas encuestadas piensa que con el desarrollo de las capacitaciones existirá una continuidad de los negocios turísticos, un 19% desarrollo de actividades turísticas.

5) ¿Cree usted que con la Creación de Kioscos Turísticos ayudaría al desarrollo Turístico del Cantón?

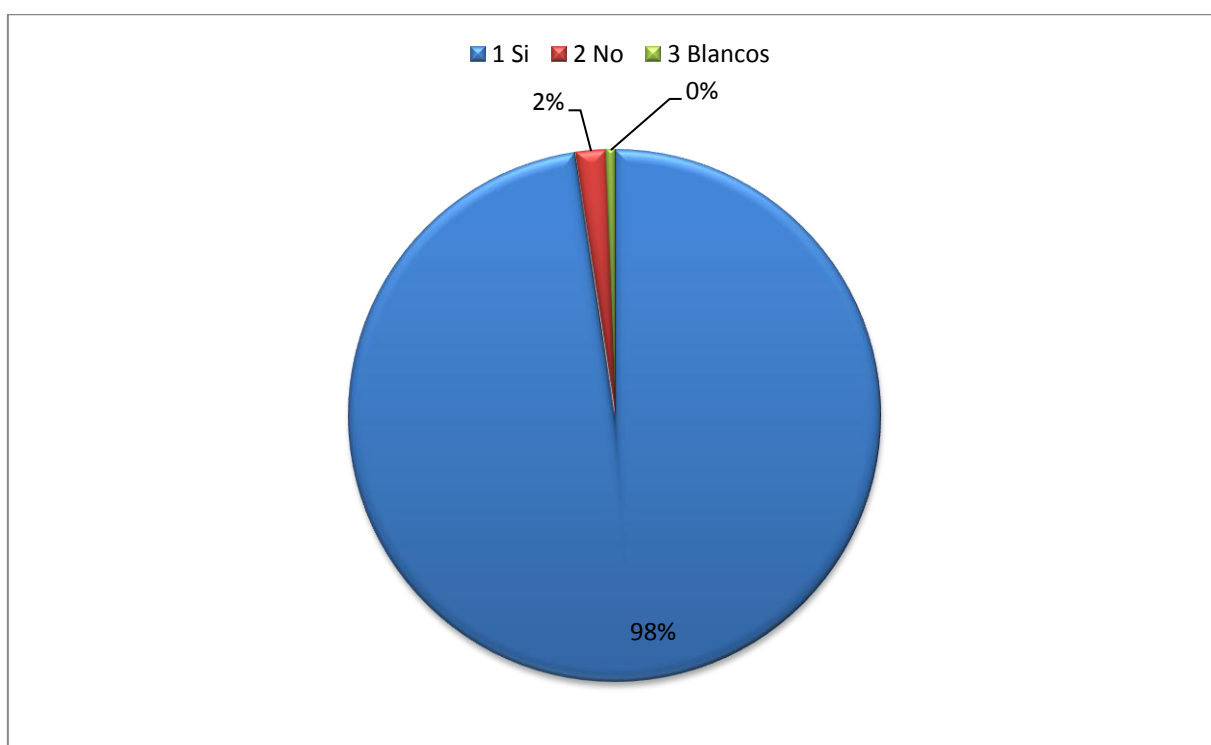
**Cuadro n° 7**

<b>OPCION N° 5</b>		Frecuencia	%
1	Si	370	97,63
2	No	7	1,85
3	Blancos	2	0,53
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n° 5**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el grafico n°5 observamos que 98% de nuestros encuestados opinan que con la creación de los kioscos turísticos ayudaría al desarrollo turístico del Cantón y un 2% opina que no.

6) ¿Piensa usted que si se presentas distintas opciones de micro emprendimiento existirá mayor interés por parte de los pobladores?

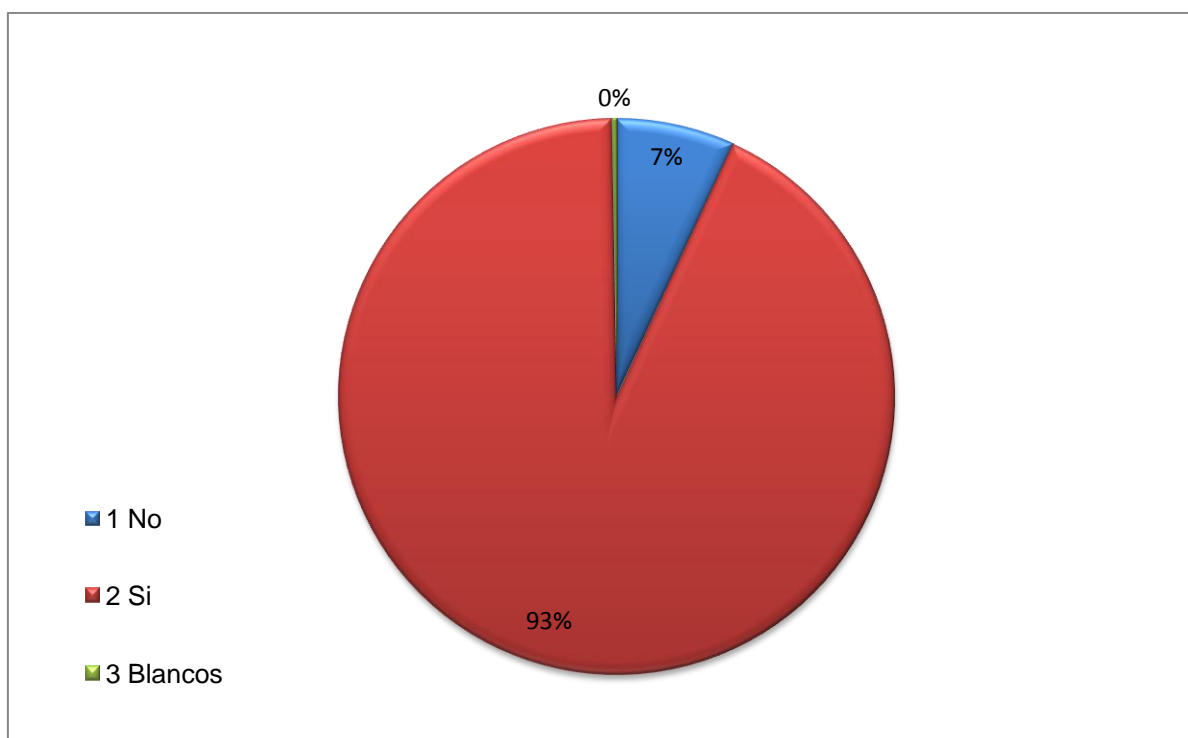
**Cuadro n° 8**

OPCION N° 6		Frecuencia	%
1	Si	352	92,88
2	No	26	6,86
3	Blancos	1	0,26
<b>Todos</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafica n° 6**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Análisis:** De los datos obtenidos en el grafico n° 6 observamos que 93% de nuestros encuestados responden que si que existiendo distintas opciones de micro emprendimiento existiría mayor interés por parte de los pobladores y un 7% que no.

7) A su criterio que tipo de actividades turísticas deberían realizarse en el canton:

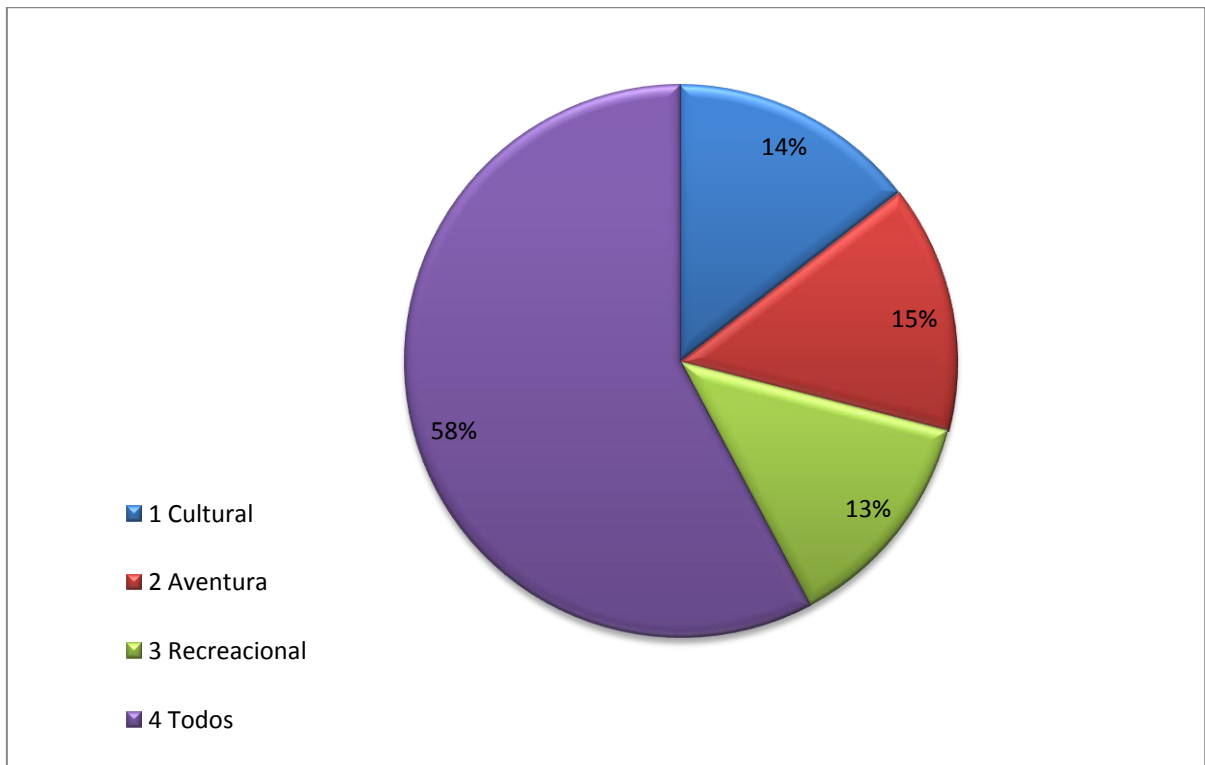
**Cuadro n° 9**

OPCION N° 7		Frecuencia	%
1	Cultural	55	14,51
2	Aventura	55	14,51
3	Recreacional	50	13,19
4	Todos	219	57,78
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n°7**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el grafico n°7 un 58% respondió que todos son las opciones apropiada que deberían realizarse en el canton.

8) Le gustaría que en el cantón Naranjito la población se interese por:

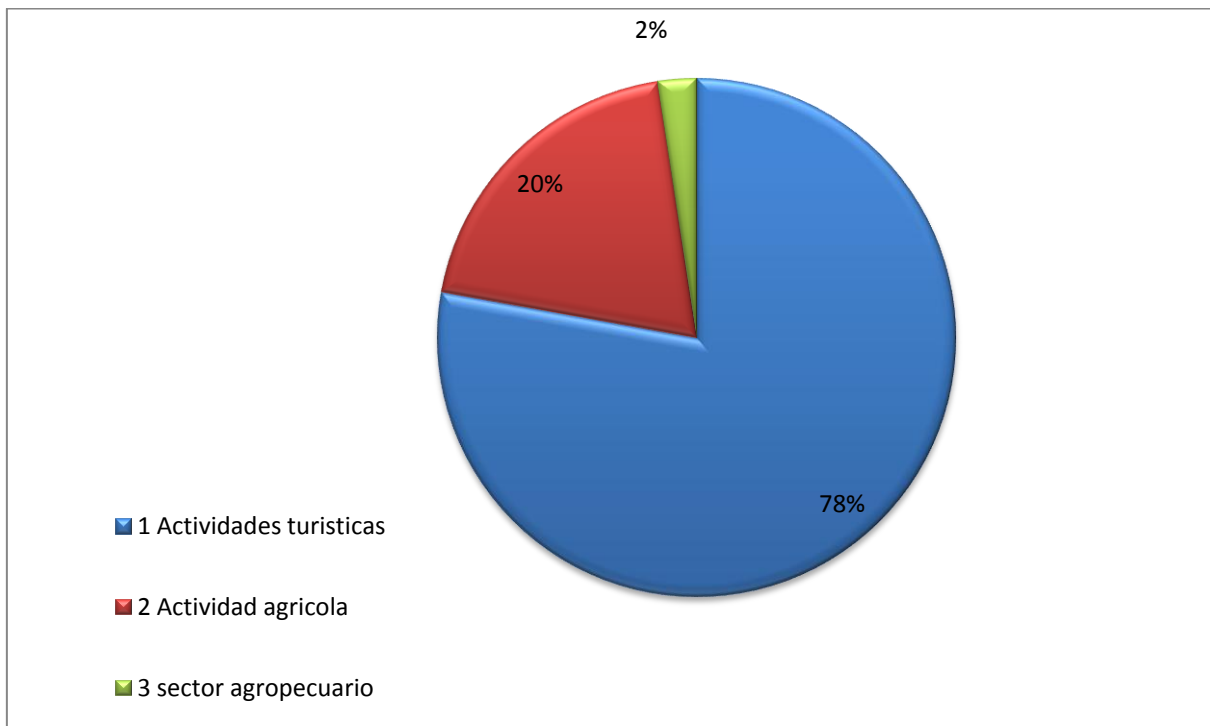
**Cuadro n° 10**

OPCION N° 8		Frecuencia	%
1	Actividades turísticas	295	77,84
2	Actividad agrícola	75	19,79
3	sector agropecuario	9	2,37
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n° 8**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el gráfico n° 8 observamos que un 78% de los encuestados opina que los pobladores deberían interesarse en actividades turísticas.

9) ¿El apoyo económico brindado por las empresas está contribuyendo al desarrollo de proyectos turísticos?

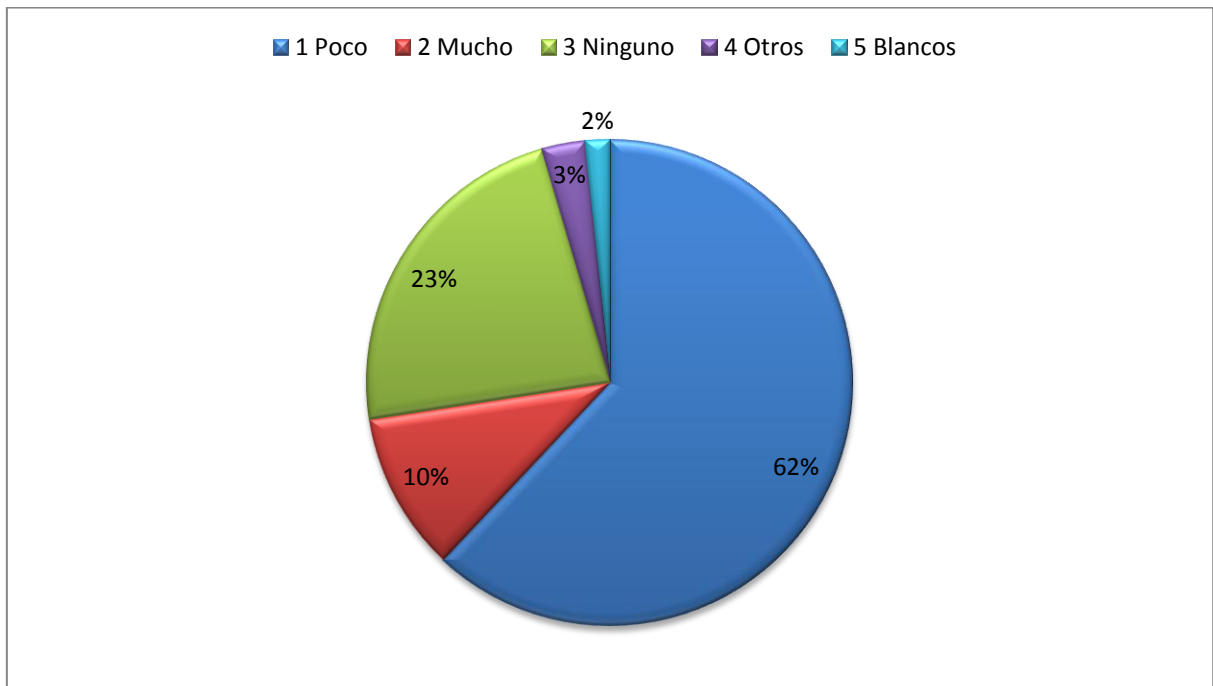
**Cuadro n° 11**

OPCION N° 9		Frecuencia	%
1	Poco	235	62,01
2	Mucho	40	10,55
3	Ninguno	87	22,96
4	Otros	11	2,90
5	Blancos	6	1,58
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n°9**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el gráfico n° 9 observamos que 62.01% de los encuestados opina que es poca la ayuda brindada por parte de las empresa para el desarrollo de proyectos turísticos, un 22.96% que ninguno, un 10.55% mucho.

10) ¿A qué entidades bancarias asistiría para obtener financiamiento para impulsar su negocio?

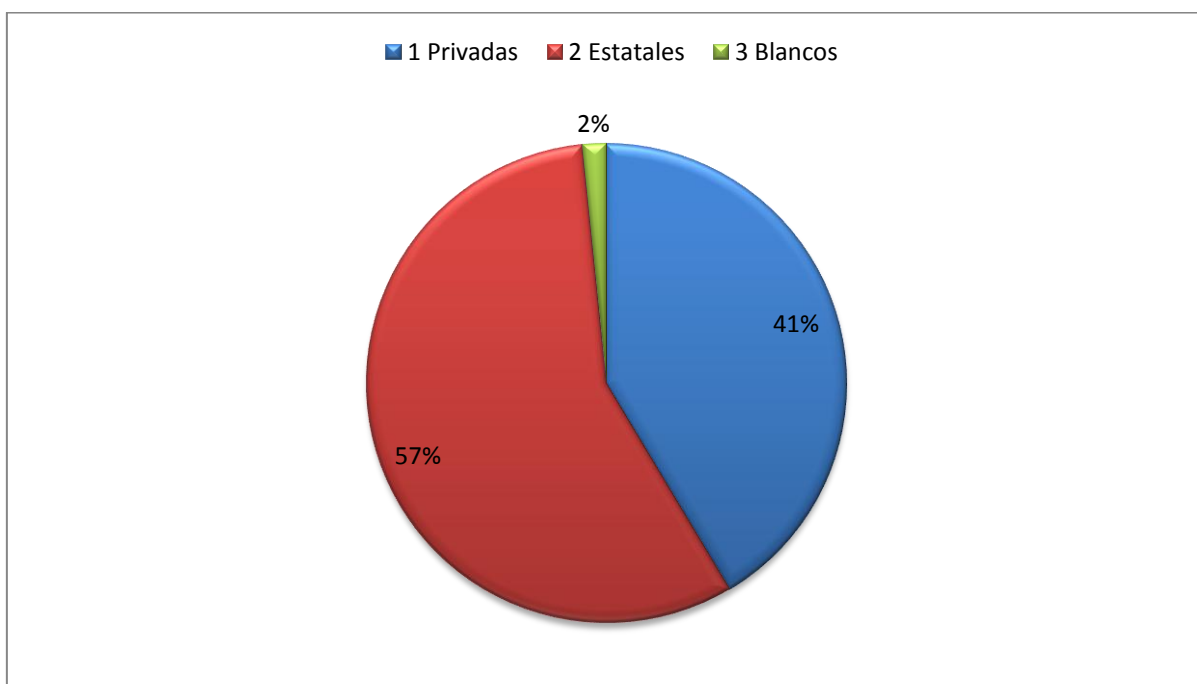
**Cuadro n° 12**

OPCION N° 10		Frecuencia	%
1	Privadas	157	41,42
2	Estatales	216	56,99
3	Blancos	6	1,58
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n° 10**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el grafico n° 10 observamos que 57% de los encuestados opina que se debería acudir a entidades bancarias estatales, un 41% a entidades privadas.



11) ¿Por qué cree que la calidad de los productos influirá en la comercialización de los mismos?

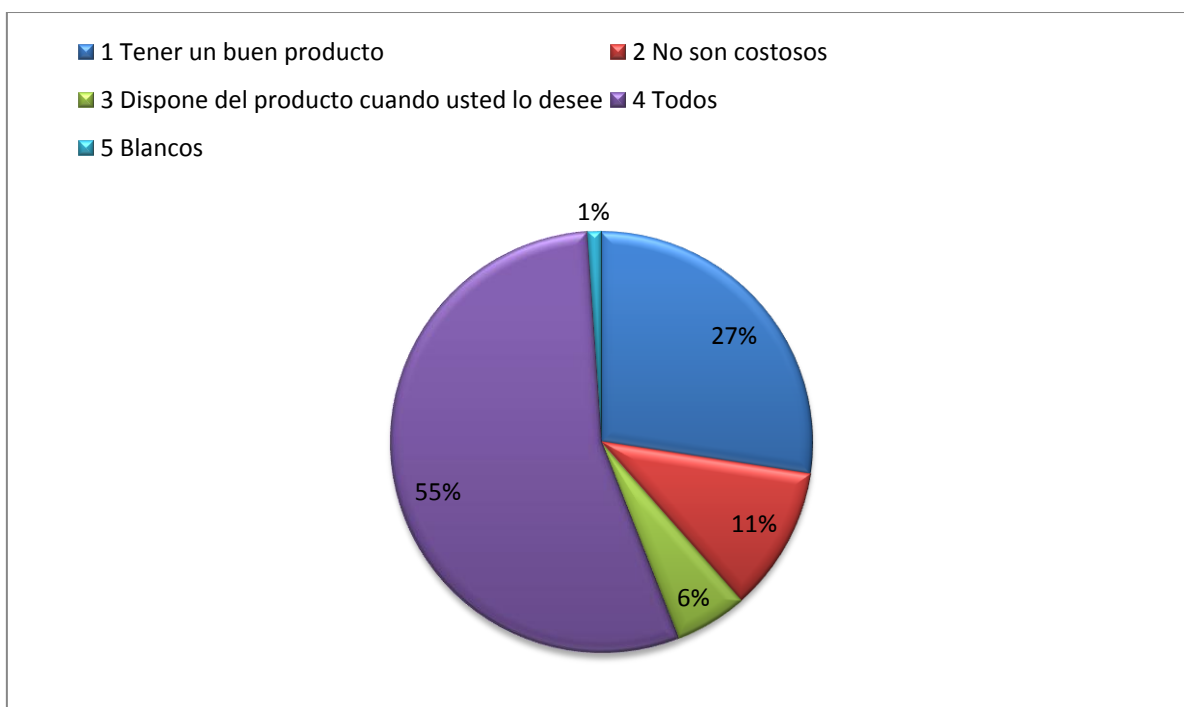
**Cuadro n° 13**

OPCION N° 11		Frecuencia	%
1	Tener un buen producto	104	27,44
2	No son costosos	42	11,08
3	Dispone del producto cuando usted lo desee	21	5,54
4	Todos	208	54,88
5	Blancos	4	1,06
<b>Total</b>		<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n° 11**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el grafico n° 11 observamos que 54.88% de los encuestados opina que todas las opciones son importantes en la comercialización de los productos, un 27.44% tener un buen producto, un 5.54% disponer de ellos cuando se desee, un 11.08% no ser costoso.

12) ¿Cree usted que el contar con un producto y servicio de calidad nos ayudaría a:

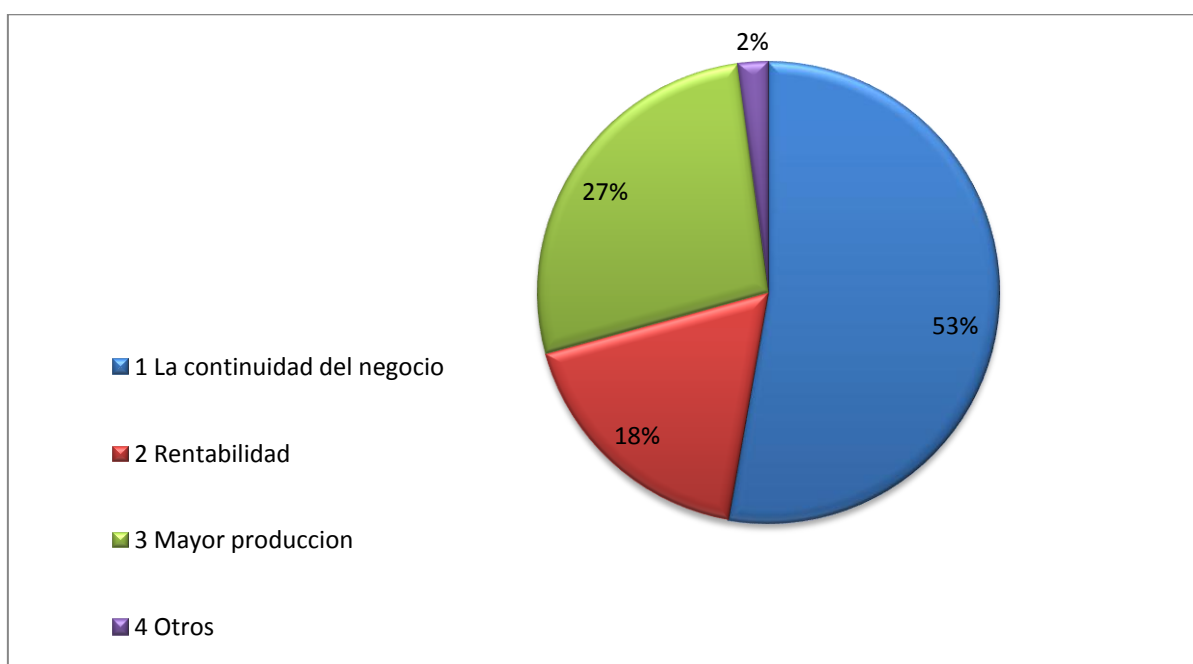
**Cuadro n° 14**

	<b>OPCION N° 12</b>	Frecuencia	%
1	La continuidad del negocio	200	52,77
2	Rentabilidad	68	17,94
3	Mayor producción	103	27,18
4	Otros	8	2,11
5	Blancos	0	0,00
	<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

**Grafico n° 12**



Fuente: Cantón Naranjito

Autores: Brenda Méndez y Mariela Méndez

Análisis: De los datos obtenidos en el grafico n° 12 observamos que 52.77% de los encuestados opina que contar con un producto y servicio de calidad nos ayudara a la mayor producción de los productos, un 27.18% la continuidad del negocio, un 2% otros.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

En años anteriores dentro del cantón Naranjito no ha existido un lugar adecuado para vender los productos turísticos de la zona ya que solo tenemos en existencia de locales comerciales donde no específicamente exista la venta de souvenirs que reflejen la cultura de sus habitantes. Ya que no existe además el conocimiento ni la capacitación adecuada a los pobladores y que se dediquen al desarrollo de actividades turísticas.

Por lo cual se quiere mejorar esta imagen con la creación de kioscos donde se comercializara productos elaborados en base a lo que se produce y exista en la zona, de esta manera se brindara a los visitantes recuerdos que representen la identidad cultural.

Además para su realización se abrirá cursos de capacitación dependiendo de a qué actividades o negocio turísticos quieran desempeñar, con el fin de ofrecer a los visitantes un bonito recuerdo y se lleve consigo la calidez que tienen sus habitantes. Cabe destacar que este proyecto es de tipo social porque el beneficio será para la población del Cantón Naranjito Provincia del Guayas.

## **4.3 RESULTADOS**

1. ¿Cuáles cree usted que son las razones por la que naranjito no es un cantón turístico?

Las estadísticas evidencian que una de las razones fundamentales porque el cantón no es turístico es por la falta de apoyo de los gobiernos seccionales. Esto nos lleva a la conclusión de que si los gobiernos seccionales no se interesan sería perjudicial porque esto no contribuye al desarrollo del Cantón.

2. ¿A su criterio que contribuirá a que Naranjito se desarrolle turísticamente?

Las encuestas nos muestran que rescatando la cultura, realizando nuevos proyectos turísticos y haciendo publicidad de los kioscos turísticos contribuirán al desarrollo turístico del cantón.

De esta manera concluimos que el desarrollo turístico del Cantón se incrementaría aplicando nuevas formas de turismo.

3. ¿Cree usted que realizando cursos sobre las diferentes aéreas que comprende el turismo las personas se interesaría n por dedicarse a esta área?

Los resultados obtenidos son que con la realización de los diferentes cursos que sean dictados en el Cantón ayudaría a un mayor interés por parte de la población con el turismo.

4. Con el desarrollo de este tipo de cursos piensa usted que contribuirá al:

Nos muestra que es el desarrollo de los cursos contribuirán a la continuidad de los negocios turísticos del cantón además del desarrollo de actividades turísticas.

Nos lleva a concluir que la realización de cursos de capacitación actuaría de una manera positiva a que exista un mejor desarrollo turístico del Cantón.

5. ¿Cree usted que con la Creación de Kioscos Turísticos ayudaría al desarrollo Turístico del Cantón?

Las encuestas aplicadas muestran que con la creación de los kioscos turísticos dentro del Cantón ayudaría a su pronto desarrollo dentro del sector turístico.

Con lo cual concluimos que la creación de los kioscos turísticos es parte fundamental para que el Cantón se desarrolle turísticamente.

6. Con el desarrollo de proyectos turísticos los pobladores tendrían beneficios:

Las estadísticas evidencian que presentando alternativas de micro emprendimiento existiría mayor interés por parte de los pobladores Esto nos

lleva a concluir que la población apoyaría ya que será muy beneficiada con la presentación de micro proyectos turísticos.

7. A su criterio que tipo de actividades turísticas deberían realizarse en el cantón:

Muestran que el tipo de actividades que deberían realizarse serian todas la opciones deberían ser tanto culturales de aventura y recreacionales.

8. Le gustaría que en el cantón Naranjito la población se interese por:

Los resultados obtenidos de las encuestas muestran con la realización de actividades turísticas la población se interesaría por cada una de ellas.

Esto nos lleva a la conclusión que realizando actividades turísticas en el cantón la población se interesaría por ingresar a este tipo de actividades.

9. ¿El apoyo económico brindado por las empresas está contribuyendo al desarrollo de proyectos turísticos?

Las encuestas aplicadas muestran que el apoyo por parte de empresas no contribuye al desarrollo de proyectos turisticos.

Nuestra conclusion es que mientras el apoyo por parte de las empresas sea pocono se daran el desarrollo de proyectos turisticos en el Cantón.

10. ¿A qué entidades bancarias asistiría para obtener financiamiento para impulsar su negocio?

Las estadísticas nos indican que la mejor opción financiamiento para empezar un negocio dentro del Cantón es la banca estatal.

Nos lleva a la conclusión que los pobladores asistirían a la banca estatal para que impulsar sus negocios dentro del Cantón.

11. ¿Por qué cree que la calidad de los productos influirá en la comercialización de los mismos?

Los resultados de las encuestas aplicadas en el cantón indican que tener un buen producto que no sea muy costoso y además que esté disponible cuando el turista quiera adquirirlo influyen en su comercialización.

Con lo que<sup>80</sup>

concluimos que los turistas necesitan de un buen producto para que este se comercializado dentro del Cantón.

12. Cree usted que el contar con un producto y servicio de calidad nos ayudaría a:

Los resultados evidencian que contar con un producto y servicio de calidad ayudara a tener la continuidad en los negocios turísticos dentro del Cantón.

Concluimos que teniendo buenos productos y de calidad será más adquirido por los turistas y de esta manera que existirá una continuidad en los negocios.

De todas las respuestas obtenidas en las encuestas aplicadas dentro del cantón Naranjito nos indica que la creación de los kioscos es una ayuda para su desarrollo tanto turístico como comercial ayudara también a que todos sus habitantes se involucren den una buena imagen y calidez humana que refleje la cultura del cantón.

#### **4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

##### **Hipótesis General**

Esta hipótesis es confirmada con la pregunta 5 de las encuestas aplicadas en el Cantón Naranjito. Con la cual podemos apreciar que el 97% de las personas opinan que con la Creación de los Kioscos el Desarrollo Turístico del Cantón se incrementara.

##### **Hipótesis Particulares**

1. Hipótesis que es confirmada con las preguntas 1 y 2 de las encuestas. Lo que nos verifica que el Cantón carece de interés de los gobiernos seccionales además que debido a su falta de apoyo no se puede desarrollar proyectos turísticos dentro del mismo lo que nos lleva a concluir que debido a ello no habrá un desarrollo turístico del Cantón.

2. Esta hipótesis se confirmada con las preguntas 4 y 11. Brindando cursos de capacitación dentro del cantón ayudara a mejorar la calidad en los productos que se ofrecerán en los kioscos.
3. Hipótesis confirmada con la pregunta 6. Presentando proyectos la población se interesara en invertir y desarrollar los proyectos presentados ante la comunidad.
4. Se confirma esta hipótesis con las preguntas 7 y 8. Podemos apreciar que presentando micro proyectos turísticos como fuente de desarrollo del cantón.
5. Esta hipótesis es confirmada con las preguntas 9 y 10. Lo que verifica que la falta de financiamiento en el cantón no contribuye al desarrollo de proyectos turísticos.
6. Hipótesis confirmada con las preguntas 3 y 12. Demostraron que teniendo una buena calidad de los productos que se comercializaran además de una buena atención al cliente los negocios turísticos contribuirá a la continuidad de los mismos.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

Los 10 kioscos tienen capacidad para tres comerciantes cada uno y los 5 kioscos restantes capacidad para un comerciante y pueden ser instalados en una semana en la Av. Guayaquil y 9 de Octubre. Se les garantiza a los ciudadanos que en esas nuevas ubicaciones no tendrán problema con ningún departamento municipal, porque es para tener un orden de los comerciantes en el Cantón y tengan definido los lugares para que no estén dispersos para mayor facilidad del turista.

Además las personas discapacitadas solo tienen que pagar el 50% del valor del alquiler y de los permisos que tengan que pagar. Una vez que se realice esto, no tendrán ningún problema con la policía o con la justicia, vigilancia o con Vía Pública.

Los comerciantes tendrán que sacar permisos como son el cuerpo de bomberos, permiso de suelo, permiso de funcionamiento y en el caso de las personas que vayan a vender comida el debido registro sanitario para evitar inconvenientes.

Existen dos modelos de kioscos uno de ellos se ofrecerá platos típicos del Naranjito estos se encontrarán debidamente adecuados con los implementos básicos para trabajar en esta área y el segundo modelo de kiosco se lo adecuara con estanterías para facilitar la visibilidad de las artesanías o dulces artesanías, dulces, licores entre otros que se vayan a vender, es decir cada kiosco se encontrará debidamente equipado para cada área que el servidor desee desenvolverse.

Los comerciantes discapacitados que han estado ubicados en la 9 de Octubre serán trasladados a un kiosco que se ubicará de lado de la av. Guayaquil 10 metros antes de la intersección con la calle 9 de Octubre.



Por lo que se les dará la exclusividad a los tres comerciantes discapacitados para que se instalen ahí, para que ellos puedan trabajar.

El Alcalde de Naranjito Máximo Betancourt, se mostró de acuerdo con las nuevas ubicaciones de los kioscos los mismos que se encontraran en las esquinas de las avenidas antes mencionadas ya que son calles donde se encuentra el comercio por ser el casco central del Cantón.

El Arq. Arturo Conde comento que en los nuevos kioscos se podrá vender alimentos preparados con los debidos permisos y que la comida sea tradicional para que los viajeros conozcan la gastronomía del Cantón como son la salchicha, patacones con pescado frito, bollos o hayacas, entre otros.

Asimismo, el Alcalde no le permitirá a nadie más incursionar en la av. Guayaquil y 9 de Octubre. “Yo no voy a permitir una vez que se haga este proyecto que nadie más trabaje de manera informal porque de nada valdría que estemos teniendo un ordenamiento si permitimos el desorden”.

Los nuevos kioscos estarán listos en sus ubicaciones en un mes, para lo cual se encargó la gestión a los departamentos municipales de Justicia y Vigilancia, Vía Pública.

Mientras estén listos los nuevos kioscos, los vendedores informales y discapacitados podrán apostarse provisionalmente en la zona no regenerada de Av. Guayaquil y 9 de Octubre.

En la actualidad incrementar el turismo en nuestro país y desarrollarlo es muy importante desde el punto de vista económico, pues la contribución de este sector al crecimiento económico del país, no depende de fluctuaciones de precios internacionales; como es el caso del petróleo, los minerales y metales, sino depende de qué tan fuerte es el sector para atraer turistas y generar ingresos.

El tema primordial a trabajar como país para incrementar y desarrollar el turismo, está alrededor de la calidez en el trato al turista, de la atención y servicio que se le brinda.

Este tema es el más importante en la decisión de la elección de un destino turístico, ya que en una encuesta realizada por nuestro país muestra que esto es lo que los turistas buscan.

¿Que es lo que desea el turista? Es encontrar gente alegre y acogedora, porque así sienten que disfrutan más su estadía en el destino la calidez, atención y servicio que se brinda al turista, involucra a toda la población naranjiteña.

Es la actitud de sus pobladores la que determinará la sensación que se lleve el turista y en el caso de las personas que brindan servicios directos al turista, también es importante su capacitación y profesionalismo.

En el desarrollo local se debe considerar al “turismo” y a cualquiera de sus ramas, como partes integrantes y complementarias de este desarrollo entonces se entiende que la importancia de considerar la participación de las poblaciones.

Debido a que existen muchas maneras con las cuales, los seres humanos, únicos poseedores de la cultura, interactuamos con el resto del planeta y procuramos sostenerlo a lo largo del tiempo.

Si se anhela que las comunidades, localidades, centros poblados o cualquier conglomerado humano, organizados según sus acuerdos, accedan y alcancen el desarrollo social y económico con un medio ideal para aportar al mismo como son los proyectos de turismo.

Es preciso presentar una alternativa capaz de moldearse a las reales necesidades de las localidades, a la sustentabilidad de los recursos y a la rentabilidad social y económica de los emprendimientos.

No solamente se trata de presentar una alternativa, sino que se la construya e implemente desde la necesidad y la realidad misma de la comunidad, transformándola.

Se debe pensar en proyectos que puedan ejecutarse, y para que el turismo alternativo tenga éxito, es preciso un nivel de especialización que no se limite simplemente a los "buenos propósitos".

Así como entender que para las comunidades en materia de ecoturismo o turismo, el proceso es largo y requiere una mejor comprensión del mercado turístico y de la dinámica de la comunidad.

De esta manera se puede apreciar que el turismo de patrimonio, ecoturismo o turismo alternativo representa una buena oportunidad para contribuir al desarrollo social y económico.

Pero requiere de una estrategia interdisciplinaria y participativa dirigida a la articulación del patrimonio con la sociedad y a la preparación de ésta para usar y mantener los recursos en forma sustentable.

## **5.1 TEMA**

Diseño para la creación de Kioscos Turísticos en las Avenidas Guayaquil y 9 De Octubre por medio del Municipio, para promover el Turismo en el Cantón Naranjito.

## **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

La actividad turística está a la vanguardia de la situación actual de globalización económica integración y competencia internacional, en donde los sistemas productivos deben modernizarse para no quedar fuera del mercado.

Pero se debe buscar el equilibrio entre conservación y rentabilidad. Así, cuyo objetivo es rescatar y proteger los recursos naturales y culturales de una región, favoreciendo la permanencia de los ecosistemas y sus procesos biológicos básicos.

Generando beneficios sociales y económicos, al fomentar mejores niveles de vida para el visitante y la comunidad, a partir del aprovechamiento y conservación de estos recursos.

Este proyecto está basado en la creencia de que se puede llegar a crear los kioscos turísticos en el centro del cantón Naranjito como inicio para incentivar a sus pobladores de que también pueden obtener rentabilidad en la planta turística.

El proyecto busca informar la oferta turística del Cantón Naranjito de reconquista en una guía y promocionar sus atractivos tanto naturales como culturales, siendo esto un beneficio con el que se cuenta con sus fincas y recintos aledaños.

Ofreciendo al turista la información necesaria para que pueda realizar distintas actividades dentro de la ciudad sin ningún inconveniente y disfrute de ella al máximo con la ayuda de los pobladores.

El visitante podría así también saber sus servicios, fiestas, eventos, formas de llegar, distancias, puntos importantes, entre otros. Informarse sobre los atractivos turísticos con que cuenta el Cantón y que pueda ser conocida turísticamente a nivel nacional.

Es pertinente abrir nuevos espacios para generar nuevas plazas de trabajo quienes serán beneficiados son los habitantes de Naranjito y mejorar la calidad de vida de muchos pobladores.

Esta propuesta tiene como finalidad que el turismo en Naranjito sea Sustentable; uno de los más importantes tienen que ver con la necesidad de considerar al turismo como parte de una propuesta global de planeación del desarrollo nacional.

Es decir, no puede ser analizado ni hacer propuestas sin tomar en cuenta los problemas y las propuestas de los demás sectores económicos, sociales y políticos, además de los aspectos naturales que limitan o favorecen las actividades humanas.

Señala que se deben satisfacer las necesidades de la población actual sin poner en riesgo la capacidad del ambiente para que las futuras generaciones también puedan satisfacer sus necesidades sociales y el beneficio económico, para mejorar la calidad de vida, a partir del uso adecuado de los recursos que permita mantener el equilibrio.

El turismo nos beneficia porque ayuda a mejorar la economía de nuestro país ya que trae más ingresos y crea más fuentes de trabajos. Y si el poblador tiene gratitud hacia el turista, va a hacer que éste se sienta tan bien, que inclusive quiera regresar a nuestro país.

Para lograrlo es indispensable reconsiderar el esquema de valores y principios éticos que rigen a la sociedad actual y, en consecuencia, redefinir el modelo o estilo de vida.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

En los últimos años el turismo se ha constituido en una de las bases más importantes dentro de la economía nacional, sin embargo en la falta de información de la oferta turística hacia la población, ha ocasionado que ésta no explore las bellezas turísticas existentes, provocando que se visiten lugares aledaños los cuales se mercadean en una forma no adecuada.

Obtener información secundaria de las oportunidades que facilitan las diversas instituciones tanto públicas como privadas en la ejecución de planes y proyectos turísticos con miras a mejorar el nivel social y económico de los pueblos.

A que la municipalidad posea fuentes de consulta y que sirvan para el contacto permanente con los sectores y comunidades que poseen virtudes turísticas, para posibilitar la búsqueda de posibles alternativas.

Y a desarrollar un instrumento útil para las instituciones tanto nacionales como extranjeras dedicadas a la actividad turística, de tal manera que les permita

desarrollar y ejecutar proyectos acordes a las necesidades sentidas por la población, e insistir a que no solo se cumplan los objetivos de las instituciones que intervienen.

Si bien, esta información permite apreciar que los pobladores del Cantón Naranjito esta mostrado interés en el proyecto de los Kioscos en las ellos puedan participar y están dado la apertura para querer trabajar en el fortalecimiento de actividades turísticas encaminadas hacia el manejo sostenible de sus recursos.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1. Objetivo General de la propuesta**

- Promover el turismo en el cantón naranjito para mejorar la calidad de vida de sus pobladores y recintos aledaños.

### **5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta**

- Impulsar el turismo en el cantón por medio de los kioscos estos a su vez poseerán todos los implementos necesarios para brindarles un buen servicio.
- Incentivar a los pobladores para que se integren a la actividad turística.
- Mejorar las condiciones de vida de las poblaciones receptoras
- Brindar capacitaciones y seminarios a los pobladores que se encuentren interesados ser servidores turísticos.
- Aprovechar la materia prima y elaborar artesanías propias del cantón.
- Trabajar en conjunto con la municipalidad y crear nuevas rutas turísticas.
- Atraer a turista con productos novedosos y de calidad.

## **5.5 UBICACIÓN**

Se encuentra en el Cantón Naranjito perteneciente a la provincias de guayas en las calles Av. Guayaquil y Av. 9 de Octubre.

Quienes se beneficiarían con el proyecto son los pobladores del cantón naranjito y tener una nueva fuente de trabajo y mejorar su estilo de vida.

## 5.6 FACTIBILIDAD

### 1. ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN

#### a. Giro del negocio

Kioscos Turísticos

#### b. El Promotor(es) o ejecutor(es)

Ilustre Municipalidad De Naranjito

La participación y aporte de los socios del proyecto son:

<i>Rubro</i>	<i>Valor</i>
Total Inversión	<b>11.916,72</b>

#### I. Situación Laboral

Los kioscos se alquilaran, existen dos modelos de kioscos él un modelo estará divididos en tres partes, es decir uno para cada persona, el segundo modelo será para un vendedor y son de uso exclusivo para comida los horarios de atención dependerá de quien lo adquiera.

#### c. Plan y Objetivos estratégicos

#### Objetivos

- Impulsar el turismo en el cantón por medio de los kioscos estos a su vez poseerán todos los implementos necesarios para brindarles un buen servicio.
- Incentivar a los pobladores para que se integren a la actividad turística.
- Mejorar las condiciones de vida de las poblaciones receptoras
- Brindar capacitaciones y seminarios a los pobladores que se encuentren interesados ser servidores turísticos.
- Aprovechar la materia prima y elaborar artesanías propias del cantón.
- Trabajar en conjunto con la municipalidad y crear nuevas rutas turísticas.
- Atraer a turista con productos novedosos y de calidad.

#### d. Análisis FODA

<b>Fortaleza</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Clima.</li><li>• Vías de acceso.</li><li>• Recurso humano.</li><li>• Calidad /servicio garantizado.</li><li>• Recursos culturales.</li></ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de capacitación de los pobladores.</li><li>• Conflictos interpersonales.</li><li>• Mala infraestructura.</li><li>• Mala ubicación.</li></ul>
<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento de los turistas.</li><li>• Falta de promoción en los lugares turísticos del Cantón.</li><li>• Desastres naturales.</li><li>• Inestabilidad política.</li></ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rehabilitación del tren.</li><li>• Vías de acceso en buen estado.</li><li>• Se encuentra en el casco central del cantón.</li><li>• Se puede extender una gama de productos propios del lugar.</li></ul>

## 2. ASPECTOS DE MERCADO

### a. Mercadeo

#### I. Análisis e investigación de mercados

Estudiar el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra como lugares, momentos, preferencias. Cuyo objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

#### II. Análisis del entorno

Analizar las situaciones o condiciones externas q afecten o pueden impactar positiva o negativamente el desarrollo de la construcción de los kioscos.



### III. Análisis del microentorno

Este análisis se refiere a estudiar las calles donde se van a poner los kioscos, la competencia que tendrían a sus alrededores las normas que se implementarían para q no existan vendedores en las aceras q afecten a las ventas del los productos que se ofrecen en los diferentes kioscos.

### IV. Segmentación de mercados

#### **Segmentación Demográfica**

Sexo: Masculino y Femenino

Edad: Todas

Grupo Racial: Todos

#### **Segmentación Geográfica**

País: Ecuador.

Provincia: Guayas.

Cantón: Naranjito.

### **b. Demanda**

#### I. ¿Quiénes son los clientes?

En este caso sería las personas que se encuentran de una manera informal a lo largo de la Av. Guayaquil y 9 de Octubre para mejorar la imagen del Cantón.

#### II. ¿Cuáles son sus características?

Son familias de clase baja y personas discapacitadas que ofrecerán sus productos dependiendo de sus habilidades y destrezas ya sea en lo artesanal o gastronómico.

III. ¿Dónde están y cómo llegar a ellos?

Estas personas se encuentran de manera informal en las aceras de las avenidas, donde se les dará una charla de cómo se los reubicara y cuales serian los beneficios que tendrían obteniendo estos kioscos brindando un mejor servicio a sus clientes.

IV. Sus exigencias de servicio

Que los kioscos tengan agua, energía y que se encuentren buen estado.

V. ¿Por qué abandonan un producto?

Porque no le dan el debido mantenimiento al kiosco, no tiene una buena ubicación y por ende no venden sus productos, por falta de agua o mala instalación del sistema eléctrico.

**c. Oferta**

Se refiere a que cantidad de productos se van a ofrecer a los turistas que estos a su vez sean de buena calidad

**d. Análisis comparativo entre demanda y oferta (Demanda insatisfecha)**

**Demanda**

Construcción de los kioscos con los materiales necesarios para su conservación. Capacitar a las personas para que realicen artesanías con materiales propios de la zona al igual que los alimentos estos deben ser de buena calidad para con ello seguir con las visita de nuevos clientes y clientes asiduos.

**Oferta**

Verificar que en donde los productos se están ofertando sea un lugar adecuado de fácil accesibilidad, además que los productos que van a adquirir estén en buen estado y aptos para el consumo del turista.

### **Demanda insatisfecha**

En caso que exista clientes insatisfechos vamos a realizar encuestas de que nuevos productos quisieran que se oferten para así cubrir sus expectativas y mejorar la calidad de los productos y servicios que se les está brindando.

#### **e. Productos**

Los diferentes productos que ofrecerían son:

Artesanías hechas a base de caña guadua, caña vernal, bambú, tagua entre otros.

Gastronomía: bolones de verde y maduro, chicharon, salchicha, fritada, tamal, bollos, hayacas, corviche entre otros.

Bebidas: jugo de caña, guarapo.

Dulces: melcocha, panela, dulce de higo, dulce de grosella.

#### **f. Precio**

El alquiler del kiosco será de \$ 80.00 dólares mensuales y se les cobrara solo el 50% del alquiler a las personas que tengan alguna discapacidad como ayuda para que ese dinero lo puedan utilizar para sus medicinas.

#### **g. Zona de influencia del Proyecto**

Av. Guayaquil y 9 de Octubre.

#### **h. Perfil del turista y la demanda de turismo**

- El turista corresponde a todas las edades.
- Nivel de ingreso mediano-alto.
- Las motivaciones principales del viaje son descansar y divertirse, realizar algún tipo de deporte.
- Recorrido cultural del cantón, conocer la naturaleza y degustar de la gastronomía del mismo.
- Las necesidades del turista.
- Seguridad

- Alojamiento
- Lugares a visitar
- Productos de calidad
- Artesanías propias del lugar

## **i. Comercialización**

### **I. Promoción directa**

Se pondrá un lugar de información en la esquina de la nueva estación del tren la cual contara con una persona que estará capacitada para responder todo tipo de inquietudes que tenga el turista.

### **II. Material POP**

En este caso contaremos con colgantes, banners, tarjeteros, volantes dípticos todo lo que es utilizado para vestir un punto de venta con la imagen de un nuevo producto.

### **III. Plan de Medios**

#### **1. Radio**

- Sonido X
- Ecos de Naranjito
- La voz de Milagro.

#### **2. Prensa**

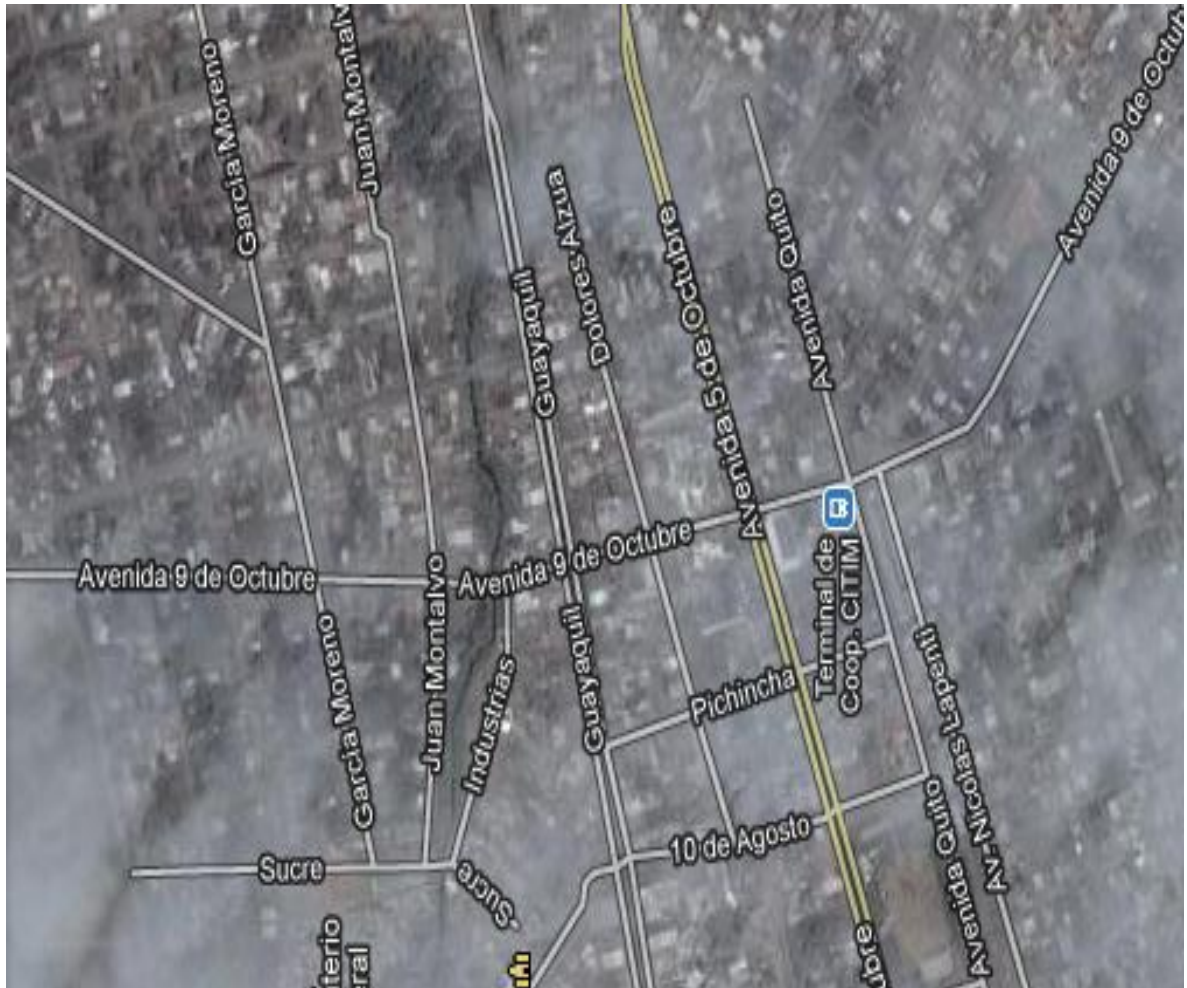
- La Ultima Noticia
- Buenas Nuevas
- La Verdad

#### **3. POP**

- Dípticos
- Volantes
- Banners

### 3. INGENIERÍA TURÍSTICA

Figura n° 13



## a. Requerimientos

### I. Infraestructura básica

Soldadura	PQx11 L	1 paca
Bisagras	4 pulgadas	14
Tubo cuadrado	1½	23mtrs.
Perfil C	80x40x2	12mtrs.
Plancha galvanizada 1/25	3m de alto x 1m de ancho	8 planchas
Tubo cuadrado	1 pulgada	59mtrs.
Angulo	3x1/4	1 mts.
Plancha antideslizante		2 planchas

### II. Materiales indirectos

Focos	6
Interruptores	3
Toma corriente	6
Picaportes	6
Breques	3
Chapas	3
Lavaderos	3
Medidor	3

**Figura n° 14**



**Figura n° 15**



### **III. Suministros y servicios**

El arrendatario debería pagar energía eléctrica, agua, permiso de suelo y permiso de funcionamiento.

### **IV. Muebles y enseres**

El quiosco contara con repisas de lata, un lavadero, dos botes de basura y tres asientos.

## **b. Elementos Técnicos**

### **I. Diseño o descripción del producto y/o servicio**

Estos kioscos serán construidos con planchas galvanizadas, planchas antideslizantes cada uno constara con sus respectivas repisas y con capacidad para tres puestos de venta.

### **II. Ubicación del negocio**

Los kioscos se los colocaran en las esquinas de las aceras de las calles Av. Guayaquil y 9 d Octubre.

### III. Determinación de la capacidad instalada del negocio

En este caso como hay dos modelos de kioscos serian en el primer modelo capacidad para tres personas y el segundo modelo capacidad para una persona.

## 4. CAPITULO FINANCIERO

### COSTOS

<b>COSTOS MANO DE OBRA</b>	
MECANICO GENERAL	\$500,00
ELECTRICISTA	\$30,00
PLOMERO	\$20,00
PINTOR	\$25,00
<b>TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA POR 1 KIOSCO</b>	<b>\$575,00</b>
<b>COSTO DE KIOSCOS Y MANO DE OBRA</b>	<b>\$11.916,72</b>

### GASTOS

<b>ALQUILER DE 14 KIOSCOS \$80,00</b>	<b>\$1120,00</b>
<b>ALQUILER DE 1 KIOSCO PAR DISCAPACITADOS \$40,00</b>	<b>\$40,00</b>
<b>SUELDOS MANEJADO DIRECTAMENTE POR EL MUNICIPO DEL CANTON NARANJITO</b>	
Administrador del Proyecto	\$ 520,00
<b>TOTAL SUELDO MENSUAL</b>	<b>\$520.00</b>

## 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Los productos van a ser dirigidos no solo a nivel nacional sino internacional por la rehabilitación del tren que pasara por el casco central del cantón existirá mayor afluencia turística aportando a la economía del mismo.



Es por ello que deben sus pobladores deben estar preparados para bríndales los mejores servicios porque los únicos beneficiados van hacer ellos y puedan captar a los posibles turistas que se pueden convertir en un futuro en clientes asiduos.

Y poder obtener una mayor rentabilidad siempre y cuando respetemos la capacidad de carga de lugar. Se les proporcionara a los servidores turísticos capacitaciones con los temas que estén acorde a los servicios que ellos van a ofertar, de cómo administrar una microempresa, cursos de emprendimiento, talleres de manuales entre otros.

Se implementaran en las esquinas de las aceras unos kioscos debidamente construidos con los servicios básicos y de higiene necesaria para evitar inconvenientes.

En si los kioscos se construirán en la avenida 9 de octubre 12 y 3 en la avenida Guayaquil, los cuales 10 de ellos tendrá 3 compartimientos capacidad para 3 comerciantes y puedan vender periódicos, revistas, golosinas, artesanías, bebidas refrescantes es decir que no sean alimentos que necesiten preparación.

Los 5 kioscos restantes serán para vender comida y contarán con los debidos equipamientos para que se puedan preparar alimentos, los cuales contarán con 1 lavadero, repisas, compartimiento entre la cocina y el cilindro de gas, un tacho de lata y unos asientos del mismo material.

La comida se la deberá servir en platos y cubiertos descartables para evitar cualquier tipo de enfermedades, la persona que este manipulando la comida deberá estar con un mandil blanco, malla y un gorro esa disposición se las hará conocer a los comerciantes antes de adquirir el kiosco evitando inconvenientes en un futuro.

Todos los productos se realizaran con materia prima del lugar como es la caña de azúcar de los cuales se extrae el guarapo que se convierte en licor cuando se lo deja fermentar por varios días, la panela, miel de caña, melcocha que es tradicional que va acompañada con maní etc.

Del cacao se realiza el dulce con la baba del cacao, licor o jugo. En lo que corresponde a las artesanías se utilizara caña vernal, caña guadua o caña brava, teca, laurel, cedro entre otros para la elaboración de los diferentes souverires.

### **5.7.6 Actividades**

Las gestiones que se realizaron en este proyecto para su ejecución son las siguientes:

- Visita a la biblioteca del cantón para investigar la evolución del turismo.
- Visita a la Ilustre Municipalidad del Cantón para requerir los permisos de funcionamiento de los kioscos.
- Visita a la oficina de Servicio Rentas Internas para obtener los requisitos para sacar un RUC.
- Realizar cotizaciones de los materiales que se van a utilizar en la obra para la construcción de los kioscos.
- Visita al banco de Guayaquil para pedir información para hacer un préstamo bancario y adquirir una tabla de amortización para realizar los estados financieros del proyecto.
- Aplicación de las entrevistas a las autoridades del cantón y parroquias aledaños.
- Aplicación de las encuestas a la población del cantón Naranjito.
- Visita al ministerio de turismo para obtener los requisitos de permiso.

### 5.7.1 Recursos, Análisis Financiero

**CUADRO 15**

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
COSTO DE INVERSIÓN	11.916,72
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>11.916,72</b>

**CUADRO 16**

<b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>11.916,72</b>
Financiado	<b>30%</b>	3.575,02
Aporte Propio	<b>70%</b>	8.341,70
		<b>11.916,72</b>

### CUADRO 17

COSTO DE CONSTRUCCION			
CANT.	DETALLE	PRECIO	AÑO 1
18	CHAPAS	11,44	205,92
10	TOMA CORRIENTE	4,49	44,9
10	INTERRUPTORES	2,4	24
5	LAVADEROS DE 44X77	13	65
5	LLAVES	6	30
5	SOLDADURA	19,8	99
5	FOCOS 200w	2,3	11,5
20	VISAGRAS	2,5	50
23	TUBOS DE ACERO 1 1/4 23 METROS	18,5	425,5
25	PICAPORTES	9,5	237,5
5	BREQUES	5,1	25,5
3	CORREAS	12,5	37,5
5	PINTURA ANTICORROSIVA	11	55
6	TUBERIAS 2pulgadas	4,5	27
1	CABLE # 16 FLEXIBLE	26	26
1	CABLE # 14 FLEXIBLE	37,5	37,5
1	CABLE # 14 SOLIDO	34	34
1	CABLE # 12 SOLIDO	48	48
5	ANGULO DE 3x 1/4	6,8	34
12	PERFIL C DE 80x40x2	21	21
23	TUBO CUADRADO DE 1 1/2	12	12
59	TUBO CUADRADO DE 1	11,8	11,8
8	PLANCHA GALVANIZADA DE 1/25	32	256
14	BISAGRAS DE 4 pulgadas	1	14
2	PLANCHA ANTIDESLIZANTE	63	126
15	MEDIDOR	35	525
9	PLATINAS 1/2 * 3/4	5	45
12	PARES DE VISAGRAS	0,8	9,6
1	TUBO 2"	29	29
7	PLANCHAS T	10	70
7	PLANCHAS	80	560
5	AGUA LOCALES DE COMIDA	2,4	12
5	ENERGIA ELECTRICA LOCALES DE COMIDA	5,5	27,5
10	ENERGIA DE LOS LOCALES VTA DE PERIODICOS REVISTA ETC.	5,5	55
	<b>MANO DE OBRA</b>		0
15	MECANICO GENERAL	500	7500
15	ELECTRICISTA	30	450
15	PINTOR	25	375
15	PLOMERO	20	300
<b>TOTAL</b>			<b>13416,72</b>

**CUADRO 18**

DETALLE DE GASTOS																	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEB.	MARZ	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRADOR	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	6.541,36	7.264,23	7.473,39	7.688,84	7.910,74
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>6.541,36</b>	<b>7.264,23</b>	<b>7.473,39</b>	<b>7.688,84</b>	<b>7.910,74</b>

GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEB.	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUMINISTROS	100,00		-	40,00		-	40,00		-	40,00		-	220,00	226,60	233,40	240,40	247,61
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>100,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>40,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>40,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>40,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>220,00</b>	<b>226,60</b>	<b>233,40</b>	<b>240,40</b>	<b>247,61</b>

<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>645,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>585,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>585,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>585,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>6.761,36</b>	<b>7.490,83</b>	<b>7.706,79</b>	<b>7.929,24</b>	<b>8.158,35</b>
-----------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

## CUADRO 19

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	520,00	43,33	24,33	21,67	64,22		545,11	6.541,36
<b>TOTAL</b>	<b>520,00</b>						<b>545,11</b>	<b>6.541,36</b>

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	535,60	44,63	24,33	22,32	66,15	44,62	605,35	7.264,23
<b>TOTAL</b>	<b>535,60</b>						<b>605,35</b>	<b>7.264,23</b>

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	551,67	45,97	24,33	22,99	68,13	45,95	622,78	7.473,39
<b>TOTAL</b>	<b>551,67</b>						<b>622,78</b>	<b>7.473,39</b>

NÓMINA AÑO 4								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	568,22	47,35	24,33	23,68	70,17	47,33	640,74	7.688,84
<b>TOTAL</b>	<b>568,22</b>						<b>640,74</b>	<b>7.688,84</b>

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	585,26	48,77	24,33	24,39	72,28	48,75	659,23	7.910,74
<b>TOTAL</b>	<b>585,26</b>						<b>659,23</b>	<b>7.910,74</b>

**CUADRO 20**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO																		
		FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	ALQUILER DE KIOSCOS	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	26.892,00	31.220,60	39.210,83	54.504,30	84.383,66	236.211,39
(-)	MANTENIMIENTO	-	-	-	-	-	-	1.500,00	-	-	-	-	1.500,00	1.545,00	1.591,35	1.639,09	1.688,26	19.880,42
	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>741,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>13.475,28</b>	<b>29.675,60</b>	<b>37.619,48</b>	<b>52.865,21</b>	<b>82.695,40</b>	<b>216.330,97</b>
	COSTOS INDIRECTOS	545,11	545,11	585,11	545,11	545,11	585,11	545,11	545,11	585,11	545,11	545,11	6.761,36	7.490,83	7.706,79	7.929,24	8.158,35	38.046,57
	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>195,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>6.713,92</b>	<b>22.184,77</b>	<b>29.912,69</b>	<b>44.935,98</b>	<b>74.537,05</b>	<b>178.284,40</b>
	<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>195,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>6.713,92</b>	<b>22.184,77</b>	<b>29.912,69</b>	<b>44.935,98</b>	<b>74.537,05</b>	<b>178.284,40</b>
	PARTICIPACION EMPLEADOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.007,09	3.327,72	4.486,90	6.740,40	11.180,56	26.742,66
	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPPTO</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>195,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>5.706,83</b>	<b>18.857,06</b>	<b>25.425,78</b>	<b>38.195,58</b>	<b>63.356,49</b>	<b>151.541,74</b>
	IMPUESTO RENTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.426,71	4.714,26	6.356,45	9.548,90	15.839,12	64.628,10
	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>195,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.655,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>13.695,12</b>	<b>14.142,79</b>	<b>19.069,34</b>	<b>28.646,69</b>	<b>47.517,37</b>	<b>113.656,31</b>

## CUADRO 21

FLUJO DE CAJA PROYECTADO																			
	AÑO 0	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>																			
VENTAS ALQUILER DE KIOSCOS	-	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	2.241,00	26.892,00	31.220,60	39.210,83	54.504,30	84.383,66	236.211,39
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>26.892,00</b>	<b>31.220,60</b>	<b>39.210,83</b>	<b>54.504,30</b>	<b>84.383,66</b>	<b>236.211,39</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>																			
INVERSION INICIAL	<b>11.916,72</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	545,11	6.541,36	7.264,23	7.473,39	7.688,84	7.910,74	36.878,56
MANTENIMIENTO			-	-	-	-	-	-	1.500,00	-	-	-	-	1.500,00	1.545,00	1.591,35	1.639,09	1.688,26	19.880,42
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>11.916,72</b>	<b>12.461,83</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>2.045,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>545,11</b>	<b>19.958,08</b>	<b>8.809,23</b>	<b>9.064,74</b>	<b>9.327,93</b>	<b>9.599,00</b>	<b>56.758,98</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>			<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>195,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>1.695,89</b>	<b>6.933,92</b>	<b>22.411,37</b>	<b>30.146,08</b>	<b>45.176,38</b>	<b>74.784,66</b>	<b>179.452,41</b>



**CUADRO 22**

INGRESOS																			
INGRESOS	CANT	VALOR	ENER	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDO DE LOCALES	14	80	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	1120,00	13440,00	13843,2	14258,496	14686,25088	15126,83841
ARRIENDO DE LOCAL PARA DISCAPACITADOS	1	40	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	494,4	509,232	524,50896	540,2442288
PUBLICIDAD	15	50	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9000,00	9270	9548,1	9834,543	10129,57929
PERMISOS MUNICIPALES (PATENTE MUNICIPAL, PERMISO DE SUELO)	14	22	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00	3696,00	7084,00	13860,00	27412,00	54516,00
PERMISOS MUNICIPALES PARA PERSONAS DISCAPACITADAS	1	11	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	132,00	253,00	495,00	979,00	1947,00
AGUA POTABLE (5 LOCALES DE COMIDA)	5	2,4	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00	276,00	540,00	1068,00	2124,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>130,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>2.241,00</b>	<b>26.892,00</b>	<b>31.220,60</b>	<b>39.210,83</b>	<b>54.504,30</b>	<b>84.383,66</b>

### **5.7.2 Impacto**

Los pobladores del cantón naranjito se beneficiaran con capacitaciones, cursos, seminarios por parte de La Ilustre Municipalidad del Cantón como ha venido realizando desde hace 3 años para beneficio de los adolescentes y adultos.

Otras capacitaciones que se van a realizar son de cómo administrar una empresa pautas a seguir para que pueda crecer en su negocio donde podemos obtener microcréditos estos pueden ser a través del ministerio de turismo para que ellos no solo puedan estar en los kioscos sino obtener sus propios negocios y puedan crecer en la actividad turística.

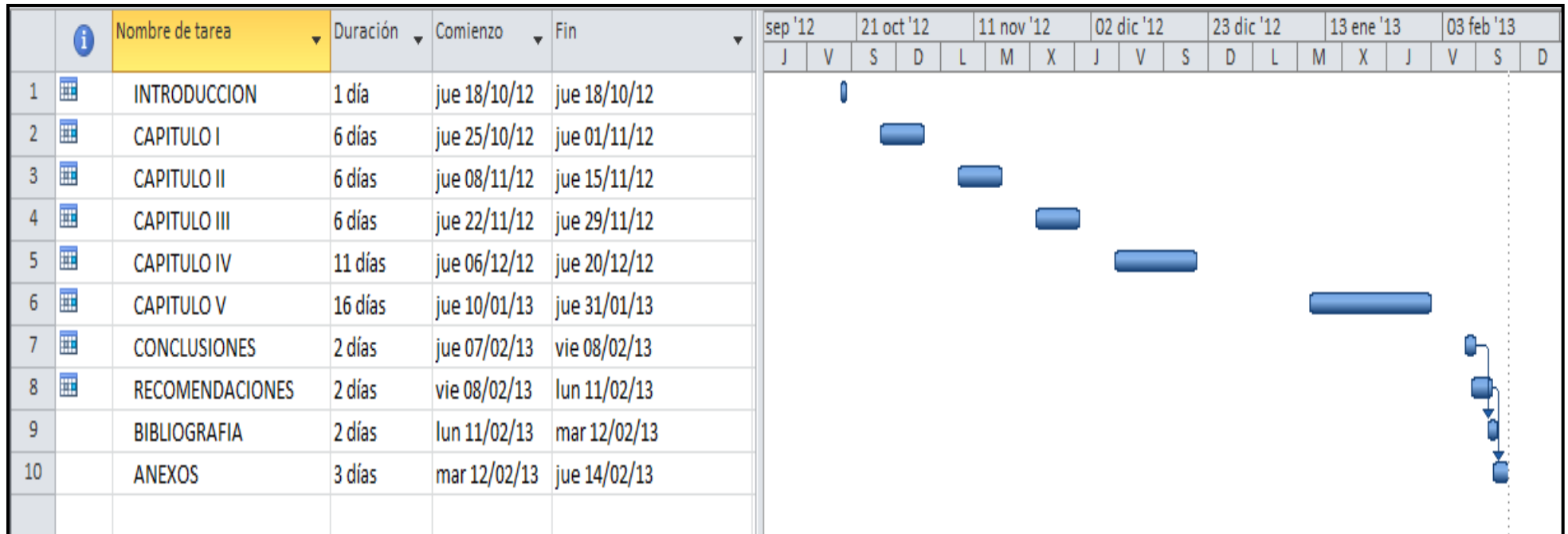
La buena calidad en la atención crea nuevos clientes y mantiene la lealtad con los propios. Ello se logra poniendo en práctica éstos y otros conceptos cuya aplicación debe superar las expectativas pautadas, logrando sorprender al cliente por darle más de lo que esperaba, en síntesis, estaremos logrando la excelencia.

Cursos de cómo manipular los alimentos y bebidas que se van a expender al turista para evitar la contaminación realizando una buena higiene en la cocción de los alimentos. Talleres de tallado en madera y caña para realizar las diferentes artesanías.

Esto contribuirá un desarrollo turístico en el cantón y mejorar la calidad de sus productos y servicios que se ofrecen en los kioscos obteniendo una gran acogida y aceptación por parte de los visitantes.

Además existirán plazas de trabajo donde la persona no trabajara para una empresa sino que podrán ser sus propios jefes en donde obtendrán mayores ingresos.

### 5.7.1 Cronograma



### **5.7.2 Lineamiento para evaluar la propuesta**

- Construcción de los kioscos para impulsar el turismo en el Cantón Naranjito.
- Que los comerciantes tengan un lugar apropiado donde ofrecer sus productos.
- Se crearon más fuentes de trabajo.
- Que los comerciantes están capacitados para resolver cualquier tipo de problemas con el cliente y su microempresa.
- Que los artesanos saben cómo utilizar la materia prima propia del lugar sin crear un impacto en la naturaleza.
- Que saben cómo deben realizar la manipulación de los alimentos.
- Como atender a los turistas que lleguen al cantón y conozcan sobre la cultura, costumbres y creencias.
- Mejor organización y un lugar específico de fácil accesibilidad y visibilidad para los turistas.
- Impulso del turismo en el cantón.
- Mayor interés de los pobladores del cantón al desarrollo de actividades relacionadas con el turismo.

## CONCLUSIONES

- Después de haber realizado un análisis e interpretación de la creación de los kioscos podemos llegar a la conclusión, que si es aceptado por los pobladores y comerciantes la implementación de los kioscos porque mejoraría la imagen del cantón y con la llegada del ferrocarril ayudara a que los turistas se interesen por visitarlo. Además facilitara a los comerciantes dejar sus productos y evitar el traslado diario del lugar donde laboran lo cual dará paso al desarrollo turístico.
- Por medio del turismo gastronómico podemos dar a conocer las comidas típicas del lugar y realicen degustaciones, esta es una nueva opción que va enfocado a todo tipo de personas dispuestas a experimentar una nueva aventura culinaria.
- El turismo artesanal juega un papel muy importante de la cultura ecuatoriana recuperando las tradiciones de nuestros antepasados.
- El Cantón naranjito posee muchas riquezas naturales, culturales y artesanales los cuales deben poner en práctica las personas en trabajar y explorar las diferentes ramas que posee el turismo.
- Es importante que la ciudadanía tome la iniciativa para el desarrollo turístico porque contamos con recursos que son parte fundamental para que el cantón ocupe un lugar importante dentro del Ecuador.

## RECOMENDACIONES

- Se propone tomar en cuenta a la municipalidad del cantón Naranjito realizar proyectos que estén dirigidos al turismo ya que cuenta con muchas áreas, así las personas se interesen en el desarrollo de los mismos.
- Realizar capacitación constante a los comerciantes relacionados a servicios turísticos.
- Proporcionar cursos de elaboración de artesanías y buenas prácticas de manufactura para que los comerciantes ofrezcan productos de calidad.
- Implementar un programa de promoción de los beneficios del proyecto para lograr una colaboración de la ciudadanía en el sector turístico.
- Colocar un stand de información sobre el Cantón Naranjito y las actividades que se puedan realizar.

## BIBLIOGRAFÍA

- FERRE TRENZANO, José María, y, FERRE NADAL Jordi: *Como Hacer un Estudio de Mercado de Forma Práctica*, Díaz de Santos S.A, 1985.
- FREIRE YANEZ, Enrique: *Cronología de la Vida y Progreso de Naranjito*, 1985.
- FRANCESC VALLS, Josep: *Gestión de Empresas de Turismo y Ocio*, Gestión 2000, Barcelona, 2000.
- BERNAEZ BALZA, Rafael Enrique: *Propuesta Turística y Artesanal con Visión Participativa en la Parroquia San José de Unare del Estado Guárico- Venezuela*, 2007.
- FRANCESC VALLS, Josep: *Las Claves del Mercado Turístico*, Deusto, España, 2003.
- LANQUAR, Robert: *Marketing Turístico*, Ariel S.A, España, 2003.
- MUNCH, Lourdes, MUNCH GALINDO, Lourdes, y, ANGELES, Ernesto: *Métodos y Técnicas de Investigación*, Trillas, 2009.
- MILIO BALANZA, Isabel: *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*, Paraninfo, 2004.
- GOELDNER, Charles: *Turismo Planeación, Administración y Perspectiva*, Limusa, México, 2011.
- ORDEIG, José María: *Diseño Urbano*, 2007.
- BOULLÓN, Roberto: *Proyectos Turísticos*, 2002.
- MARTINEZ, Adriana Norma, y, ROSENFELD, Adriana: *Normas de Calidad, Responsabilidad Social y Turismo*, Ladevi Ediciones, 2011.
- CUENCA, Manuel: *Ocio y Desarrollo Humano*. Propuesta para el 6to Congreso Mundial de Ocio. Universidad de Deusto. Bilbao.2000.
- GOMES, Mery de Socorro: *Recreación Factor Desarrollo Integral del Ser Humano*,<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/bogota/centros.htm>,e xtraído el 08 de Octubre de 2012.
- EL ACADEMICO: *Enciclopedias*,  
[http://www.esacademic.com/dic.nsf/sp\\_sp\\_origen/560/quiosco](http://www.esacademic.com/dic.nsf/sp_sp_origen/560/quiosco), extraído el 13 de octubre de 2012.

- FUNDACIÓN MALECÓN 2000: *Proyecto Plan de Regeneración Urbana de la Ciudad de Guayaquil*, <http://www.malecon2000.org/servicios/pdf-proyectos/PRU-ciudad-de-Guayaquil.pdf>, extraído el 09 de Octubre de 2012.
- GUAMAN VILLAMAR Karina y ANDRADE Gina: *Determinación y e instalaciones y equipamiento turístico dentro del proyecto de Regeneración urbana en su primera etapa del centro urbano de la ciudad de Guayaquil*, <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1586/1/3102.pdf>, extraído el 12 de Octubre de 2012.



# ANEXOS



# UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES

CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

## ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTON NARANJITO PROVINCIA DEL GUAYAS.

**COOPERACION:** Su ayuda es clave para nosotros. Le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

**OBJETIVO:** Crear locales turísticos en las Avenidas Guayaquil y 9 de Octubre por medio del Municipio, para promover el turismo en el Cantón Naranjito.

**INSTRUCCIONES:** Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible. No deje espacios en blanco.

**NOMBRE:**.....

**EMPRESA:** .....

**TITULO PROFESIONAL:** .....

**CARGO:** .....

### PREGUNTAS:

1.- ¿Asiste con su familia los fines de semana a degustar comidas típicas en los lugares de venta q tiene el Cantón Naranjito?

Si

No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2.- ¿Cuáles son los platos típicos que con mayor preferencia o grado les gusta a usted y a su familia saborear?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**3.- ¿Cree usted que en el Cantón Naranjito exista un lugar donde se ofrece productos obtenidos a partir del jugo de la caña?**

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

---

---

---

**4.- ¿Considera usted que sería pertinente que en este cantón exista un lugar donde se comercialicen productos artesanales que reflejen su cultura?**

---

---

---

---

**5.- ¿Cree usted que sería oportuno crear e implementar una ruta turística cultural y gastronómica mediante la construcción y colocación de kioscos innovadores en la Av. Guayaquil y 9 de octubre del Cantón Naranjito?**

---

---

---

---

**6.- ¿Considera usted que la creación e implementación de esta ruta fomentaría el desarrollo turístico de nuestro cantón?**

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

---

---

---

---



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**Encuesta dirigida a la población del cantón Naranjito con el objetivo crear kioscos turísticos innovadores en la Av. Guayaquil y 9 de Octubre.**

**Solicitamos de la manera más cordial, nos colabore con la contestación de las siguientes preguntas que servirán en gran medida para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación**

**Marque con una x la respuesta de su elección.**

<p>1) ¿Cuáles cree usted que son las razones por la que naranjito no es un cantón turístico?</p> <p>No tiene atractivos <input type="checkbox"/></p> <p>No tiene infraestructura <input type="checkbox"/></p> <p>Falta de apoyo de los gobiernos seccionales <input type="checkbox"/></p>	<p>2) ¿A su criterio que contribuirá a que Naranjito se desarrolle turísticamente?</p> <p>Rescate de su cultura <input type="checkbox"/></p> <p>Publicidad de los kioscos turísticos <input type="checkbox"/></p> <p>Creación de rutas turísticas <input type="checkbox"/></p> <p>Realizar nuevos proyectos turísticos <input type="checkbox"/></p>	<p>3) ¿Cree usted que realizando cursos sobre las diferentes aéreas que comprende el turismo las personas se interesarían por dedicarse a esta área?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>4) Con el desarrollo de este tipo de cursos piensa usted que contribuirá al:</p> <p>Desarrollo de actividades turísticas <input type="checkbox"/></p> <p>Continuidad de los negocios turísticos <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p>
<p>5) ¿Cree usted que con la Creación de Kioscos Turísticos ayudaría al desarrollo Turístico del Cantón?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>6) piensa usted que si se presentan distintas opciones de micro emprendimiento existiría mayor interés por parte de los pobladores:</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Blancos <input type="checkbox"/></p>	<p>7) A su criterio que tipo de actividades turísticas deberían realizarse en el cantón:</p> <p>Cultural <input type="checkbox"/></p> <p>Aventura <input type="checkbox"/></p> <p>Recreacionales <input type="checkbox"/></p>	<p>8) Le gustaría que en el cantón naranjito la población se interese por:</p> <p>Actividades turísticas <input type="checkbox"/></p> <p>Actividad agrícola <input type="checkbox"/></p> <p>Sector agrícola <input type="checkbox"/></p>
<p>9.) ¿El apoyo económico brindado por las empresas está contribuyendo al desarrollo de proyectos turísticos?</p> <p>Poco <input type="checkbox"/></p> <p>Mucho <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>10.) ¿A qué entidades bancarias asistiría para financiamiento para impulsar su negocio?</p> <p>Privadas <input type="checkbox"/></p> <p>Estatales <input type="checkbox"/></p> <p>¿Por qué? _____</p>	<p>11.) ¿Por qué cree que la calidad de los productos influirá en la comercialización de los mismos?</p> <p>Por tener un buen producto <input type="checkbox"/></p> <p>Porque no son costosos <input type="checkbox"/></p> <p>Dispone del producto cuando usted lo desee <input type="checkbox"/></p> <p>Todos <input type="checkbox"/></p>	<p>12.) ¿Cree usted que el contar con un producto y servicio de calidad nos ayudaría a:</p> <p>La continuidad del negocio <input type="checkbox"/></p> <p>Rentabilidad <input type="checkbox"/></p> <p>Mayor producción <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p>

## MATRIZ

### " PROPUESTA DE CREACIÓN DE KIOSCOS TURÍSTICOS EN LAS AVENIDAS GUAYAQUIL Y 9 DE OCTUBRE POR MEDIO DEL MUNICIPIO, PARA PROMOVER EL TURISMO EN EL CANTÓN NARANJITO"

			<b>Variable Independiente</b>	<b>Variable Dependiente</b>
<b>Planteamiento del Problema</b>	La falta de un área específica donde los visitantes puedan comprar recuerdos o dulces propios del lugar.		los visitantes	área específica
<b>Objetivo General</b>	Crear Kioscos turísticos en las Avenidas Guayaquil y 9 de Octubre por medio del Municipio, para promover el turismo en el Cantón Naranjito.		Kioscos turísticos	promover el turismo
<b>Sistematización</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable Independiente</b>	<b>Variable Dependiente</b>
1. ¿Cómo la falta de apoyo de los gobiernos seccionales está afectando en el desarrollo de proyectos turísticos?	Proponer reuniones de trabajo con los gobiernos seccionales y contribuir con el desarrollo turístico del cantón.	La falta de apoyo de los gobiernos seccionales afecta al desarrollo de proyectos turísticos.	Falta de Interés	Desarrollo de Proyectos turísticos
2. ¿De qué manera la calidad en el producto y la atención al cliente contribuye a la continuidad de los negocios turísticos?	Planificar cursos de capacitación de buenas prácticas de manufactura y atención al cliente para brindar un servicio de calidad.	La buena calidad de los productos y la atención al cliente contribuye a la continuidad de los negocios turísticos.	La calidad	continuidad de los negocios turísticos
3. ¿Qué está contribuyendo a que la comunidad no se interese en proyectos turísticos?	Proponer a la comunidad alternativas de micro emprendimiento para que los pobladores se interesen en invertir en el desarrollo de proyectos turísticos.	La falta de proyectos está contribuyendo al desinterés de la comunidad en invertir en este tipo de negocios.	La Falta de Proyectos	comunidad
4. ¿De qué manera afecta que el municipio no invierta en el desarrollo de actividades turísticas?	Proponer al municipio micro proyectos turísticos como fuente de desarrollo del cantón.	La falta de apoyo del municipio perjudica al crecimiento turístico del cantón.	Falta de apoyo	Crecimiento Turístico
5. ¿Qué está afectando para que no se elabore proyectos turísticos?	Determinar empresas o entidades interesadas en el desarrollo de proyectos turísticos novedosos y rentables.	La falta de financiamiento no contribuye a proyectos turísticos	La falta de financiamiento	Proyectos turísticos
6. ¿Qué está incidiendo en que los pobladores muestren poco interés en realizar actividades turísticas?	Establecer cursos de capacitación y motivación a los pobladores para que se interesen en actividades turísticas.	Los cursos de capacitación que se brinda a la población son parte fundamental en el desarrollo de actividades turísticas.	cursos de capacitación	Desarrollo de actividades turísticas

**MODELO DE KIOSCOS PARA VENTA DE ARTESANÍAS, PERIÓDICOS,  
REVISTAS Y DULCES.**



## MODELO DE KIOSCO PARA VENTA DE COMIDA.



