



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO COMERCIAL**

**TÍTULO DEL PROYECTO:
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA
TURÍSTICA, UBICADA EN EL CANTÓN NARANJAL PARA POTENCIAR Y
DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS GEOGRÁFICOS Y CULTURALES DE LA ZONA”.**

Autores:

**María Fernanda Murillo Ruiz
Gabriel Marcelo Paz Barbotó**

Tutora:

Ing.Xiomara Zúñiga, MAE.

Milagro, Marzo 2013

Ecuador

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo Directivo por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto con el Título de, “Estudio de Factibilidad para la creación de una Operadora Turística, ubicada en el Cantón Naranjal para potenciar y difundir los atractivos geográficos y culturales de la zona”.

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el Título de INGENIERO COMERCIAL.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados:

Murillo María Fernanda

Ci: 0928640523

Paz Barbotó Gabriel Marcelo

Ci: 0302439484

TUTORA:

Ing. Xiomara Zúñiga, MAE.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros, Murillo María Fernanda y Paz Barbotó Gabriel Marcelo declaramos ante el Consejo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, ser autores del proyecto educativo titulado **“Estudio de Factibilidad para la creación de una Operadora Turística, ubicada en el Cantón Naranjal para potenciar y difundir los atractivos geográficos y culturales de la zona”**.

El mismo que ha sido realizado bajo la supervisión de la Ing. Xiomara Zúñiga MAE en calidad de Tutora.

Murillo María Fernanda
CI: 092864052

Paz Barboto Gabriel Marcelo
CI: 0302439484

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de, Ingeniero Comercial, se otorga el presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA: []

DEFENSA ORAL: []

TOTAL: []

EQUIVALENTE: []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto en primer lugar a Dios por darme la vida, a mi querida abuelita que aunque ya no esté a mi lado siempre la tengo presente en mis pensamientos.

A mis padres que son mi mayor motivación y mi pilar fundamental por haberme brindado su confianza y cariño y gracias a su esfuerzo y sacrificio que me apoyaron para la culminación de mis estudios.

A mis amigas y amigos que conocí durante la formación académica que me ofrecieron su amistad.

A mi hermanito a mis primas y tías que siempre me han aconsejado y han estado a mi lado y que los quiero millón.

María Fernanda Murillo Ruiz

DEDICATORIA

El realizarse profesionalmente es una meta que todos soñamos en la vida, sin embargo esto no se podría conseguir sin el apoyo incondicional de las personas que están a tu lado en momentos agradables y también en las adversidades.

Es por esto que mi tesis la quiero dedicar a:

Dios sobre todas las cosas, porque me distes la oportunidad de vivir, has cobijado con tu manto de bendiciones a toda mi familia y me has permitido estar lleno de salud para enfrentar mis adversidades, porque me distes el valor necesario y las ganas de seguir adelante cuando estaba desmallado, y porque has sabido orientarme por el camino del bien, a pesar de haber tantos vicios en este mundo, lo cual me ha permitido alcanzar el éxito en mi carrera universitaria.

A mis padres Olga Barbotó y Francisco Paz porque son la mayor bendición que Dios me pudo dar, siempre estuvieron ahí apoyándome en lo que más necesitaba, brindándome su confianza, desvelándose todas las mañanas para poder darme un desayuno, por quitarse un bocado de la boca para poderme dar todo lo que necesitaba, les quedo inmensamente agradecido por todo el apoyo brindado lo cual ha contribuido para la culminación de mi carrera.

A mis hermanos que siempre estuvieron ahí apoyándome en lo que más necesitaba, a mi hermanito Daniel el cual es mi motivación y mi adoración en la vida, a Eduardo el cual cuando necesite de su ayuda nunca se negó, a mi tía ketty la cual es una segunda madre para mí, a mis abuelitos que los quiero mucho ya que siempre me brindaron su apoyo, a mi novia que fue un pilar fundamental en mis estudios, porque siempre estuvo ahí dándome ánimos para que siga adelante, ayudándome cuando requería de su ayuda, porque siempre estuvo en las buenas y en las malas, a toda mi familia y a todos mis amigos que desinteresadamente me apoyaron.

A todos ustedes les dedico el fruto de mi esfuerzo y le agradezco a Dios por haber permitido alcanzar mi objetivo.

Gabriel Marcelo Paz Barbotó

AGRADECIMIENTO

Durante este proceso de formación son muchas las personas a quien quiero agradecer mi gratitud por el apoyo que me brindaron de la manera más desinteresada.

Principalmente a Dios quien me ha dado la oportunidad de vivir y llegar a la culminación de mi carrera.

A mis padres la razón de mi vida Adalberto y Patricia, gracias por su apoyo y por la confianza.

A mis tías a quienes las quiero, muchas gracias por sus consejos y por la ayuda que siempre me han brindado.

A mis compañeras y amigas Shirly y Andreina a quien aprecio mucho, gracias por su amistad durante estos años.

A mi amigo y compañero de tesis Gabriel Paz, gracias por los buenos y malos momentos compartidos y las largas horas de trabajo, por tenerme paciencia y por ser una persona de buen corazón.

Mi especial agradecimiento a una brillante docente Ingeniera Xiomara Zúñiga, tutora de nuestra tesis, gracias por la paciencia y tiempo por su valiosa orientación y apoyo incondicional para la culminación del mismo.

María Fernanda Murillo Ruiz

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento a quienes formaron parte de mi carrera profesional, a Dios que me permitió estar con salud para enfrentar todos los problemas que se presentaron durante el transcurso de mi vida, un agradecimiento a mis padres por brindarme su apoyo y comprensión en los momentos que más los necesitaba, por siempre estar ahí cuando más los necesitaba, por orientarme e inculcarme buenos principios y valores que me han permitido crecer profesionalmente.

A mis hermanos que siempre me apoyaron, Eduardo y Daniel mi mayor motivación y mi consentido. A toda mi familia por siempre apoyarme en todo lo que necesitaba, a mi novia que siempre estuvo ahí en las buenas y en las malas, a mis amigos que me brindaron su apoyo desinteresado.

A mi compañera de tesis con la cual formamos un gran equipo de trabajo.

A nuestros maestros los cuales fueron un pilar fundamental en nuestra carrera, especialmente a nuestra brillante Tutora Ing. Xiomara Zúñiga gracias por su incondicional apoyo, por su paciencia que nos tuvo durante la tesis la cual conllevó a la culminación exitosa de nuestra carrera.

A todos ustedes mi mayor agradecimiento por haber formado parte del cumplimiento de mi objetivo.

Gabriel Marcelo Paz Barbotó

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Jaime Orozco Hernández.

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente.

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Ingeniero Comercial, cuyo tema fue: “Creación de una Operadora Turística, ubicada en el Cantón Naranjal para potenciar y difundir los atractivos geográficos y culturales de la zona” de la ciudad de Milagro que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Marzo del 2013

Murillo Ruiz María Fernanda

CI: 092864052

Paz Barboto Gabriel Marcelo

CI: 0302439484

| ÍNDICE GENERAL | |
|---|----------|
| A.- PÁGINAS PRELIMINARES: | |
| Carátula..... | i |
| Certificado de Aceptación del Tutor..... | ii |
| Declaración de Autoría de la Investigación..... | iii |
| Certificación de la Defensa (Calificación)..... | iv |
| Dedicatoria..... | v |
| Dedicatoria..... | vi |
| Agradecimiento..... | vii |
| Agradecimiento..... | viii |
| Cesión de Derechos del Autor a la UNEMI..... | ix |
| Índice General..... | x |
| Índice de Cuadros..... | xiv- xv |
| Índice de Figuras..... | xvi-xvii |
| Resumen..... | xviii |
| B.- TEXTO | |
| Introducción..... | 1 |

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO I | |
| EL PROBLEMA | |
| 1.1 Planteamiento del Problema..... | 2 |
| 1.1.1 Problematización..... | 2 |
| 1.1.2 Delimitación del Problema..... | 4 |
| 1.1.3 Formulación del Problema..... | 4 |
| 1.1.4 Sistematización del Problema..... | 4 |
| 1.1.5 Determinación del Tema..... | 5 |
| 1.2 Objetivos..... | 5 |
| 1.2.1 Objetivos General de la Investigación..... | 5 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación..... | 5 |
| 1.3 Justificación..... | 6 |
| CAPÍTULO II | |
| MARCO REFERENCIAL | |
| 2.1 Marco teórico..... | 8 |
| 2.1.1 Antecedentes Históricos..... | 8 |
| 2.1.2 Antecedentes referenciales..... | 11 |
| 2.1.3 Fundamentación..... | 12 |
| 2.2 Marco legal..... | 32 |
| 2.3 Marco Conceptual..... | 43 |
| 2.4 Hipótesis y Variables..... | 46 |
| 2.4.1 Hipótesis General..... | 46 |
| 2.4.2 Hipótesis Particular..... | 46 |
| 2.4.3 Declaración de Variables..... | 47 |
| 2.4.4 Operacionalización de las Variables..... | 47 |
| CAPÍTULO III | |
| MARCO METOLOGICO | |
| 3.1 Tipo y diseño de investigación | 50 |
| 3.2 Población y la Muestra..... | 52 |
| 3.2.1 Característica de la Población..... | 52 |
| 3.2.2 Delimitación de la Población..... | 52 |
| 3.2.3 Tipo de Muestra..... | 53 |
| 3.2.4 Tamaño de la Muestra..... | 53 |

| | |
|--|----|
| 3.2.5 Proceso de Selección..... | 58 |
| 3.3 Métodos y las técnicas..... | 58 |
| 3.3.1 Métodos Teóricos..... | 58 |
| 3.3.2 Métodos empíricos..... | 60 |
| 3.3.3 Técnicas e instrumentos..... | 60 |
| 3.4 Procesamiento estadístico de la información..... | 61 |

| | |
|--|-----|
| CAPÍTULO IV | |
| ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS | |
| 4.1 Análisis de la situación actual..... | 62 |
| 4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas..... | 105 |
| 4.3 Resultados..... | 106 |
| 4.4 Verificación de hipótesis..... | 108 |
| CAPITULO V | |
| PROPUESTA | |
| 5.1 Tema..... | 110 |
| 5.2 Fundamentación..... | 110 |
| 5.3 Justificación..... | 119 |
| 5.4 Objetivos..... | 119 |
| 5.4.1 Objetivos General de la Propuesta..... | 119 |
| 5.4.2 Objetivos Especifico de la Propuesta..... | 119 |
| 5.5 Ubicación..... | 120 |
| 5.6 Factibilidad..... | 124 |
| 5.7 Descripción de la propuesta..... | 134 |
| 5.7.1 Actividades..... | 134 |
| 5.7.1.1 Filosofía Corporativa..... | 134 |
| 5.7.1.2 Manual de Funciones y de Procedimientos..... | 137 |
| 5.7.1.3 Competitividad de Mercado (PORTER)..... | 148 |
| 5.7.1.4 Análisis FODA..... | 156 |
| 5.7.1.5 Estrategias de Marketing Mix..... | 163 |
| 5.7.2 Recursos, Análisis Financiero..... | 178 |
| 5.7.3 Impacto..... | 198 |
| 5.7.4 Cronograma..... | 199 |
| 5.7.5 Lineamiento Estratégicos..... | 200 |
| CONCLUSIONES..... | |
| RECOMENDACIONES..... | |
| | |
| | |
| | |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| C.- MATERIALES DE REFERENCIA | |
| Bibliografía..... | 203 |
| Linografías..... | 205 |

| | |
|--|-----|
| ANEXOS | |
| | |
| Anexo 1: Encuesta a los habitantes del Cantón Naranjal..... | 208 |
| Anexo 2: Encueste dirigida a los habitantes de los Cantones El Triunfo, Bucay, Naranjito..... | 209 |
| Anexo 3: Entrevista dirigida al Ing. Marcos Chica Alcalde del Cantón Naranjal..... | 210 |
| Anexo 4: Cuadros de ingresos..... | 211 |
| Anexo 5: Árbol del Problema..... | 212 |
| Anexo 6: Anti plagio..... | 213 |

| INDICE DE CUADROS | |
|---|-----|
| Cuadro 1 Declaración de variables..... | 47 |
| Cuadro 2 Operacionalización de las variables..... | 47 |
| Cuadro 3 Muestra estratificada de la población..... | 58 |
| Cuadro 4 Tabulación: pregunta 1..... | 63 |
| Cuadro 5 Tabulación: pregunta 2..... | 65 |
| Cuadro 6 Tabulación: pregunta 3..... | 67 |
| Cuadro 7 Tabulación: pregunta 4..... | 69 |
| Cuadro 8 Tabulación: pregunta 5..... | 71 |
| Cuadro 9 Tabulación: pregunta 6..... | 73 |
| Cuadro 10 Tabulación: pregunta 1..... | 75 |
| Cuadro 11 Porcentaje pregunta 1..... | 75 |
| Cuadro 12 Tabulación: pregunta 2..... | 78 |
| Cuadro 13 Porcentaje pregunta 2..... | 78 |
| Cuadro 14 Tabulación: pregunta 3..... | 81 |
| Cuadro 15 Porcentaje pregunta 3..... | 81 |
| Cuadro 16 Tabulación: pregunta 4..... | 84 |
| Cuadro 17 Porcentaje pregunta 4..... | 84 |
| Cuadro 18 Tabulación: pregunta 5..... | 87 |
| Cuadro 19 Porcentaje pregunta 5..... | 87 |
| Cuadro 20 Tabulación: pregunta 6..... | 90 |
| Cuadro 21 Porcentaje pregunta 6..... | 90 |
| Cuadro 22 Tabulación: pregunta 7..... | 93 |
| Cuadro 23 Porcentaje pregunta 7..... | 93 |
| Cuadro 24 Tabulación: pregunta 8..... | 96 |
| Cuadro 25 Porcentaje pregunta 8..... | 96 |
| Cuadro 26 Tabulación: pregunta 9..... | 99 |
| Cuadro 27 Porcentaje pregunta 9..... | 99 |
| Cuadro 28 Tabulación: pregunta 10..... | 102 |
| Cuadro 29 Porcentaje pregunta 10..... | 102 |
| Cuadro 30 Verificación de hipótesis..... | 108 |
| Cuadro 31 Manual de funciones..... | 137 |
| Cuadro 32 Manual de funciones..... | 138 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro 33 Manual de funciones..... | 139 |
| Cuadro 34 Manual de funciones..... | 140 |
| Cuadro 35 Manual de funciones..... | 141 |
| Cuadro 36 Manual de procedimientos..... | 142 |
| Cuadro 37 Manual de procedimientos..... | 144 |
| Cuadro 38 Manual de procedimientos..... | 146 |
| Cuadro 39 Barreras de Entradas..... | 150 |
| Cuadro 40 Productos Sustitutos..... | 151 |
| Cuadro 41 Rivalidad del Sector..... | 152 |
| Cuadro 42 Poder de negociación de Compradores..... | 153 |
| Cuadro 43 Negociación de los Proveedores..... | 154 |
| Cuadro 44 Resumen de las Matrices..... | 155 |
| Cuadro 45 Análisis Foda..... | 156 |
| Cuadro 46 Matriz FO..... | 158 |
| Cuadro 47 Matriz FA..... | 159 |
| Cuadro 48 Matriz DO..... | 160 |
| Cuadro 49 Matriz DA..... | 161 |
| Cuadro 50 Factores internos y externos..... | 162 |
| Cuadro 51 Lista de precios de los paquetes turísticos..... | 169 |
| Cuadro 52 Personal de la Operadora..... | 178 |
| Cuadro 53 Variables..... | 178 |
| Cuadro 54 Inversión activos fijos..... | 179 |
| Cuadro 55 Depreciación de Activos fijos..... | 180 |
| Cuadro 56 Costo de Ventas..... | 181 |
| Cuadro 57 Gastos..... | 182 |
| Cuadro 58 Ingresos..... | 186 |
| Cuadro 59 Inversión de proyecto..... | 187 |
| Cuadro 60Financiamiento..... | 188 |
| Cuadro 61 Amortización..... | 189 |
| Cuadro 62 Punto de Equilibrio..... | 190 |
| Cuadro 63Pérdidas y Ganancias..... | 191 |
| Cuadro 64 Balance General..... | 192 |
| Cuadro 65 Flujo de Caja..... | 193 |
| Cuadro 66 VAN..... | 194 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Cuadro 67 TIR..... | 195 |
| Cuadro 68 Índices y Razones | 196 |
| Cuadro 69 Punto de equilibrio..... | 197 |
| Cuadro 70 Capital de trabajo..... | 197 |
| Cuadro 71 Cronograma..... | 199 |
| INDICE DE FIGURAS | |
| Figura 1: Pregunta 1..... | 63 |
| Figura 2: Pregunta 2..... | 65 |
| Figura 3: Pregunta 3..... | 67 |
| Figura 4: Pregunta 4..... | 69 |
| Figura 5: Pregunta 5..... | 71 |
| Figura 6: Pregunta 6..... | 73 |
| Figura 7: Pregunta 1..... | 76 |
| Figura 8: Pregunta 2..... | 79 |
| Figura 9: Pregunta 3..... | 82 |
| Figura 10: Pregunta 4..... | 85 |
| Figura 11: Pregunta 5..... | 88 |
| Figura 12: Pregunta 6..... | 91 |
| Figura 13: Pregunta 7..... | 94 |
| Figura 14: Pregunta 8..... | 97 |
| Figura 15: Pregunta 9..... | 100 |
| Figura 16: Pregunta 10..... | 103 |
| Figura 17 Hacienda Jambelí..... | 113 |
| Figura 18 Manglares Churute..... | 114 |
| Figura 19 Aguas Termales..... | 115 |
| Figura 20 Camino Real del Inca..... | 116 |
| Figura 21 Cerro de Hayas..... | 117 |
| Figura 22 Hacienda las Cañas..... | 118 |
| Figura 23 Mapa de Naranjal..... | 121 |
| Figura 24 Croquis..... | 122 |
| Figura 25 Fachada..... | 123 |

| | |
|--|-----|
| Figura 26 Creación de una Operadora Turística..... | 125 |
| Figura 27 Organigrama..... | 136 |
| Figura 28 Ventas de Paquetes Turísticos..... | 143 |
| Figura 29 Implementación de Estrategias de Comunicación..... | 145 |
| Figura 30 Pago de Personal..... | 147 |
| Figura 31 PORTER..... | 148 |
| Figura 32 Logo..... | 164 |
| Figura 33 Slogan..... | 165 |
| Figura 34 Estructura del Local..... | 168 |
| Figura 35 Anuncio de Prensa..... | 172 |
| Figura 36 Volantes..... | 173 |
| Figura 37 Tríptico Anverso..... | 174 |
| Figura 38 Tríptico Reverso..... | 175 |
| Figura 39 Pagina Web..... | 176 |
| Figura 40 Tarjeta de presentación..... | 177 |
| Figura 41 Punto de Equilibrio..... | 190 |

RESUMEN

La esencia del presente estudio radica en la determinación de la factibilidad o viabilidad que pueda existir para llevar a cabo la creación de una Operadora Turística en el cantón de Naranjal, y de esta manera conocer la rentabilidad que podría tener este negocio turístico en un nuevo mercado de esta manera ayudar a la conservación del medio ambiente .

La presente tesis consta de V Capítulos.

Nuestro punto de partida se llevó a cabo en el Capítulo I con el Planteamiento del problema, aquí se especificó sus causas y efectos, se lo delimitó y se establecieron los objetivos de la investigación, procediendo a justificar el por qué se debe efectuar este estudio.

En el Capítulo II hablaremos del marco teórico, recopilación de toda la información histórica; Conocimientos teóricos de dicho trabajo investigativo; También se definirá los requisitos legales que se relacionan con el tema investigado, se plantearon las hipótesis y variables.

En el Capítulo III se establece el tipo de investigación, la misma que es de tipo Exploratoria, Descriptiva y Correlacionar, Explicativa, de Campo y Bibliográfica.

Los métodos y técnicas que utilizaremos son: Método Inductivo-Deductivo, Hipotético-Deductivo, Dialéctico, y Analítico-Sintético en el caso de los métodos y en el caso de las técnicas como la entrevista y las encuestas que nos ayudaron a recopilar la información necesaria para la realización del proyecto, de esta manera, en el Capítulo IV se efectuó su respectivo análisis y la interpretación de los resultados obtenidos a través de las encuesta, entrevistas y la verificación de su hipótesis.

Posteriormente en el Capítulo V se describirá la propuesta del proyecto en base a los resultados obtenidos, para la creación del proyecto de la Operadora Turística se detallara los Objetivos generales de la propuesta; Objetivos específicos de la propuesta; Ubicación; Factibilidad y Análisis del mercado

Se llevará a cabo un estudio Financiero el mismo que se establecerá base a los estudios previos; Estados Financieros; Monto de la inversión; Costos; Gastos; y sus Proyecciones de los Ingresos, con este análisis también se determinara los Beneficios o Perdidas que se pueda incurrir en la ejecución del dicho Proyecto.

Finalmente se presentara su impacto que pueda ocasionar al desarrollo local; conclusiones y sus respectivas recomendaciones luego de la realización del proyecto.

PALABRAS CLAVES: Operadora turística, Desarrollo local, Negocio turístico, Medio ambiente

ABSTRACT

The essence of this study is to determine the feasibility or viability that may exist to carry out the creation of a tourist operator in Canton Naranjal, and thus know the return that could have this tourism business in a new market thus help preserve the environment. This thesis consists of Chapters V.

Our starting point was carried out in Chapter I with the problem statement, here specified its causes and effects, it delineated and established research objectives, proceeding to justify why they should conduct this study.

In Chapter II will discuss the theoretical framework, compiling all historical information of the Theoretical research work, also define the legal requirements that relate to the topic under investigation, raised the assumptions and variables.

In Chapter III establishes the type of research, it is exploratory, descriptive and correlational, explanatory, Country and acknowledged.

The methods and techniques we use are: Inductive-Deductive Method, hypothetical-deductive, dialectical, and analytic-synthetic in the case of methods and techniques for as the interview and surveys helped us gather the necessary information for the project, so, in Chapter IV was conducted their analysis and interpretation of the results obtained from the survey, interviews and verification of his hypothesis.

Later in Chapter V will describe the proposed project based on the results obtained, the project for the creation of the Tour Operator is detailing the overall objectives of the proposal; Specific objectives of the proposal; Location; Feasibility and Market Analysis It will conduct a financial study to establish the same basis of previous studies; Financial Statements; Investment amount, costs, expenses, and income projections, this analysis also determined the profit or loss that may incurred in implementing the said project. Finally we present the impact that may cause local development; findings and their recommendations after the completion of the project.

KEYWORDS: Tour Operator, Local Development, Business Tourism, Environment.

INTRODUCCIÓN

El cantón Naranjal es conocido por su desarrollo económico, social y cultural, posee una gran población, lo que motivo y nos ayudó a darnos cuenta la posibilidad de llevar a cabo un negocio en el que todos los habitantes de dicha localidad como el de cantones aledaños se beneficien de los diversos atractivos que posee dicho cantón.

Al enfocar nuestra idea en una Operadora Turística que brinde beneficios favorables para la localidad y cantones aledaños de la provincia del Guayas.

De esta manera decidimos realizar este proyecto de investigación en el Cantón de Naranjal.

Al realizar este proyecto de investigación nos permite conocer los motivos que tienen las autoridades locales al no intervenir en el mejoramiento de los lugares turístico, ya que esto perjudica al desarrollo económico de la localidad.

Es así como llegamos a determinar la creación de la Operadora Turística, invitamos a que todos los habitantes del cantón Naranjal nos ayude a fomentar el turismo ya que en la actualidad el turismo ayuda al desarrollo socioeconómico de los países.

CAPITULO 1

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

En el cantón Naranjal ubicado al suroeste de la provincia del Guayas, podemos encontrar diversos atractivos turísticos, los cuales se han visto sumamente afectados por distintos factores como:

La escasa difusión turística que se genera por parte de las autoridades locales ha llevado a tener como efecto un bajo nivel turístico dentro del cantón, lo que obviamente está perjudicando el desarrollo socioeconómico del mismo, al no sacarle provecho a todas las oportunidades y potencialidades que representa la geografía de este territorio.

Se puede observar que dentro del cantón existe una escasa cultura turística por parte de los habitantes, esto ha llevado a no apreciar todo el potencial turístico, ni las riquezas naturales que rodea esta zona, lo que ha generado el poco aprovechamiento de las mismas, afectando el desarrollo socioeconómico.

El turismo requiere de vías de acceso adecuadas sin embargo dentro del Cantón Naranjal se puede observar que estas están en mal estado, lo que representa dificultad para acceder a los puntos turísticos, desmotivando de esta forma a las personas que

de una u otra manera llegan hacer turismo y no obtienen todas las comodidades requeridas para encontrar la máxima satisfacción.

Dentro de Naranjal existen emprendimientos turísticos sin embargo estos no aplican estrategias de comunicación, por lo que se produce un efecto en la escasa difusión de turismo que existe en el Cantón.

La transportación dentro de Naranjal es bastante deficiente, sobre todo en lo que respecta al traslado a puntos turísticos, por lo tanto existe un bajo nivel de rotación de las visitas a los lugares naturales que ofrece este cantón como un turismo ecológico, sostenible y sustentable.

Generar un proyecto significa efectuar una inversión, por lo tanto el primer aspecto que debe ser medido es el riesgo; sin embargo, dentro del cantón Naranjal, se observa un elevado nivel de riesgo en la implementación de proyectos turísticos lo que ha desencadenado la desmotivación en los inversionistas privados , limitándose el sacar provecho de todo el potencial de esta región.

Pronóstico

Cabe recalcar que si no se implementa con rapidez una solución eficiente de la problematización sobre el alto grado de desconocimiento de los lugares turísticos que posee el cantón Naranjal, esto provocará un desaprovechamiento de los atractivos naturales de esta zona, limitándose y frenándose al desarrollo socioeconómico de dicho cantón y consecuentemente del país.

Lo expuesto lleva a establecer un efecto negativo para la industria del turismo, generándose pérdidas económicas y afectando al progreso del cantón y sus habitantes.

Control del pronóstico

El turismo se ha convertido en una fuente de desarrollo socioeconómico de las ciudades , por ende es muy importante fomentar el turismo local, esto proporciona obtener beneficios tanto económicos como culturales y sociales, permitiendo dar una buena imagen del sector, este aspecto debe ser analizado por las autoridades

competentes y generar conciencia para cambiar este panorama, donde se aprovechen y difundan las riquezas naturales del cantón Naranjal y se potencie el desarrollo económico y social, haciendo uso de las riquezas turísticas que hoy, en el siglo XXI, son una de las fuentes para la economía sostenible y sustentable del país.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Cinco (costa)

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjal

Sector: Urbano - Microempresas

Área: Turística

Aspecto: Desarrollo Turístico Socioeconómico

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué forma afecta el desconocimiento de los lugares turísticos que posee el cantón Naranjal al desarrollo local zona?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera influye la escasa difusión turística por parte de las autoridades locales, al bajo nivel turístico que existe en el cantón Naranjal?

¿Cómo influye la escasa cultura turística de los habitantes de Naranjal en que no se aprecie todo el potencial turístico del cantón?

¿De qué manera el acceso a los diversos sitios turísticos del cantón Naranjal, se ve afectado por el mal estado de sus vías?

¿De qué manera afecta que el emprendimiento turístico no aplique estrategias de comunicación, a la escasa difusión turística que existe en el cantón Naranjal?

¿Cómo influye la escasa transportación hacia los puntos turísticos del cantón, al bajo nivel de rotación de visitas que existe en Naranjal?

¿De qué manera afecta el elevado nivel de riesgo para la implementación de proyectos turísticos, a la desmotivación por parte de los inversionistas privados?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio del nivel de conocimiento turístico del cantón Naranjal y su incidencia en el desarrollo de la localidad.

1.2 OBJETIVO

1.2.1 Objetivo general

Determinar de qué forma afecta el desconocimiento de los lugares turísticos que posee el cantón Naranjal al desarrollo local de esta zona, a través de una investigación que emplee técnicas como la encuesta y la entrevista para promover el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece este mercado.

1.2.2 Objetivos específicos de Investigación

Determinar de qué manera influye la escasa difusión turística por parte de las autoridades locales, al bajo nivel turístico que existe en el cantón Naranjal.

Identificar como influye la escasa cultura turística de los habitantes de Naranjal a que no se aprecie todo el potencial turístico del cantón.

Analizar de qué manera afecta que las vías de acceso estén en mal estado, a la dificultad para acceder a los diversos sitios turísticos que posee el cantón Naranjal.

Analizar de qué manera afecta que el emprendimiento turístico no aplique estrategias de comunicación, a la escasa difusión turística que existe en el cantón Naranjal.

Determinar cómo influye la escasa transportación hacia los puntos turísticos del cantón, al bajo nivel de rotación de visitas que existe en Naranjal.

Determinar de qué manera afecta el elevado nivel de riesgo para la implementación de proyectos turísticos, a la desmotivación por parte de los inversionistas privados.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El cantón Naranjal, zona geográfica con diversos atractivos turísticos, actualmente forma parte de las ciudades de mayor importancia por su desarrollo económico y por la diversidad gastronómica que posee, convirtiéndola en explotación turística y cultural; sin embargo, es imprescindible aprovechar al máximo el potencial turístico, generando emprendimientos y acciones que fomenten directamente el turismo local y generen fuentes de desarrollo económico.

Existen zonas geográficas donde una de sus mayores oportunidades, aspectos positivos y fortalezas están ligadas a su propia geografía, Naranjal es uno de estos cantones o zonas, las misma que posee grandes riquezas ecológicas como son: Reserva Ecológica Manglares Churute, Hacienda Jambelí, Centro Shuar de Aguas Termales, Camino Real del Inca, El Cerro de Hayas y Hacienda las Cañas entre los más conocidos.

Es lamentable observar el escaso nivel de aprovechamiento de esta geografía, esto es evidente por la baja rotación de visitantes que acuden a los distintos sitios turísticos, de aquí la importancia que dentro de esta zona se efectuó un estudio sobre el porqué existe desconocimiento de los atractivos turísticos, a fin de ir elaborando propuestas que permitan hacer uso de estas riquezas y mejorar el desarrollo socioeconómico del cantón.

Actualmente, el turismo es la fuente de desarrollo económica y social de los diversos países que conforman nuestro planeta; especialmente cuando esta actividad está ligada al ámbito ecológico, apreciando la naturaleza y sus riquezas. Ecuador no se queda atrás, la geografía nos ha dotado de grandes atractivos como su flora y fauna que hacen de este país un lugar privilegiado y encantador.

Es por esto, que en la actualidad, el gobierno, por medio del Ministerio de Turismo está apoyando en la creación de proyectos turísticos, facilitando financiamiento por medio del programa denominado “Negocios Turísticos Productivos”, el cual brinda apoyo a

todos los emprendimientos que sean capaces de impulsar el turismo local y nacional para fortalecer el desarrollo de la localidad.

Así mismo hacemos referencia a la importancia del desarrollo local, basándonos del objetivo 11 del Plan Nacional del Buen vivir, donde estipula lo siguiente:

Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

“Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado”.¹

”Las estadísticas muestran que se ha incrementado el turismo en un 15,81% en el primer trimestre del año 2012 lo cual es alentador para el Ecuador”.

¹(<http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-11>)

CAPITULO 2

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que se relaciona con el movimiento de las personas a diversos lugares que se encuentran fuera de su residencia habitual, ya sean estos por motivos de distracción o negocios, estas personas toman el nombre de visitantes (que pueden ser *excursionistas*; residentes o no residentes) el turismo tiene que ver con las actividades, entre las cuales algunas tiene que ver con el gasto turístico.

En la actualidad el turismo es una de las bases importantes para el crecimiento cultural y económico de los países del mundo.

Cerca de 1.000 millones de personas se desplazan por año en el mundo, consumiendo servicios y productos turísticos por diversas motivaciones (descanso, vacaciones, eventos, salud, etc.) y movilizan alrededor de 475.000 millones de dólares (OMT).

Por cada dólar que genera la economía, 10 centavos corresponden al turismo. Un aumento de cada dólar en la demanda turística origina el desarrollo de la producción (PIB en 2,76 dólares) lo cual señala algo provechoso en relación a otras economías.

Ecuador se encuentra entre uno de los países más variados del mundo, posee la mayor diversidad de turismo, esta tierra sumamente pequeña tiene una excelente ubicación, lo que hace que el turismo se desarrolle cada día más en el área.

El turismo se originó en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, comprende varias actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías en diferentes lugares por un periodo de tiempo, que podría ser menos de un año, con la finalidad de descansar, conocer diferentes culturas, por negocios o por aspectos varios.

Tiene antecedentes históricos precisos, los cuales en el siglo XXI eran motivados por guerras, movimientos migratorios, conquistas y comercio.

“El profesor William Graham Summer, de la Universidad de Yale, por el año 1833 manifestaba que; la riqueza proviene únicamente de la producción“²

Historia del Turismo en Ecuador

Ecuador posee sin duda diversos atractivos turísticos que se destacan por sus variedades culturales y enorme biodiversidad, entre estas tenemos, la Costa, Sierra y la Amazonía, que representan una gran riqueza y fuente de explotación del turismo ecológico.

Desde el año 2007, el turismo ocupa el cuarto puesto de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego tenemos las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. En el período de 2001 al 2010 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %.

La mayoría de los turistas llegan de los Estados Unidos, Europa (específicamente de Alemania y América Latina). Además existe el Turismo Interno el cual lo realizan por vacaciones (24%) o en otro caso por negocios, trabajos (62%). Con respecto al ecoturismo, Ecuador es un país que brinda diversas opciones turísticas, se han

² (Summer, 1833)

registrado cerca de 920 atractivos turísticos, de los cuales 520 son naturales, mencionando los parques nacionales, selvas ríos lagos y montañas, etc.

“En el año de 1.947 en Quito se instaura la primera agencia de viajes del Ecuador - ECUADORIAN TOURS. Este suceso causo demasiado tendencia en la ciudad y para algunos pasajeros que en aquella época viajaban al exterior y adquirían sus pasajes en las dos exclusivas compañías de Aviación, las cuales se encontraban localizadas en la ciudad de Quito y Guayaquil "Panagra" y "Avianca"; aquellos que viajaban entendieron que la misión de las Agencias de Viajes no solo se dedicaban a vender boletos aéreos , sino ofrecerles a los clientes una atención de calidad planificando , haciendo sus respectivas reservaciones de hoteles, excursiones, arrendamiento de automóviles y las recomendaciones debidas para que los clientes que querían viajar lo hagan en buenas condiciones de seguridad.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el primer bimestre del 2011 el turismo a nivel mundial creció alrededor de un 5%. Aquella cantidad consolido el aumento del 7% registrado en 2010. Mientras que en Enero y Febrero la aparición de los turistas supero los 124 millones, que durante el mismo periodo del año previo la cifra mejoro a 119 millones.

El desarrollo del turismo provoco un fuerte impacto en las economías emergentes, que mostraron una tasa de 6% frente a una de 4% por parte de las economías avanzadas. Hoy en día el turismo en Latinoamérica se está proyectando en conquistar “turistas de intereses especiales” es decir a personas que les encanta practicar deportes extremos como por ejemplo (rafting, esquí etc.).

Turismo Ecológico

También conocido como ecoturismo, es una orientación moderna para algunas actividades en lo que se refiere al turismo, las cuales sin ser turísticas se determinan en la apreciación, la preservación, la sustentabilidad, el apego científico y los valores constructivos y ecológicos tanto natural como cultural.

Según los estudios el Ecoturismo se deriva como propósito de promoción, lo cual se refleja que en las dos últimas décadas ha tomado fuerza, de hecho, desde el año de 1990, este modelo como un turismo alternativo considerado cada vez menos, sino como simplemente turismo más natural, es uno de las fracciones de más rápido y notable desarrollo en el mercado a nivel internacional (buena prueba de ello es que la misma ONU dedicó el año 2002 al turismo ecológico).

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Actualmente este cantón no posee estudios sobre sus potencialidades turísticas, mostrándose a profundidad la importancia de nuestro análisis, en beneficio de aprovechar las oportunidades que se generan en esta región.

En los tiempos antiguos, las personas para hacer buen uso de su tiempo libre se dedicaban a la cultura, la religión, el deporte y la diversión. Hoy en día las personas tienen la ventaja de innovar, y a la vez, conocer los diferentes lugares que se ofrece para los turistas.

Las personas analizan el turismo dependiendo de la cultura de cada uno de ellos: cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para que el turismo sea aceptado y las relaciones que podrían surgir, cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determinan el gusto de cada persona por visitar un lugar para poder satisfacer las necesidades de descanso, recreación y cultura.

Durante los últimos años nos hemos dado cuenta que en el Cantón Naranjal no cuenta con un establecimiento que brinde los servicios necesarios para la implementación de una actividad turística.

2.1.3 Fundamentación

El turismo

“La población que es considerada económicamente activa distribuye casi todo su tiempo en determinadas partes de él para actividades no productivas; las mismas que generan una serie de manifestaciones como por ejemplo consecuencia de las distintas formas de uso activo del tiempo libre.

Se ha tomado como referencia el tiempo de duración y el uso del tiempo libre, de esta forma nacen dos categorías las cuales mencionaremos.

A) turismo

B) recreación

Conceptualización del turismo

La Organización Mundial del Turismo, OMT, define al turismo como: “La actividad de desarrollo económico generada por el movimiento de las personas de un lugar a otro elegidos como destinos turísticos, este organismo internacional nos dice, que para que el turismo exista debe ser necesario que los turistas estén fuera de su sitio habitual o residencia por un lapso de veinticuatro horas.”³

Según Burkart y Medlik

De acuerdo con Burkart y Medlik (1981), se pueden identificar cinco características principales en las definiciones conceptuales: i) el turismo surge del movimiento de personas hacia y su estancia en un destino; ii) el viaje hacia así como su estancia y las actividades en el destino son elementos básicos del turismo; iii) el turismo involucra actividades distintas de aquéllas realizadas en los espacios de residencia habitual; iv) el desplazamiento es de carácter temporal.⁴

³ (http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8335/1/17839_1.pdf, 2012)

⁴ (Medlik, 2009)

Según Mathieson y Wall

Wall y Mathieson definen al turismo que es un fenómeno multifacético y que se compone principalmente de tres elementos: i) un elemento dinámico que involucra las decisiones de los viajes y los varios factores de carácter social, económico e institucional que determinan dichas decisiones; ii) la estancia en el destino que incluye la interacción con los sistemas económicos, ambientales y sociales del destino; y iii) un elemento consecuencial que resulta de los dos componentes anteriores y que se relaciona con los efectos en los subsistemas económico, social y ambiental con los que el turista está directa o indirectamente en contacto.⁵

Importancia del turismo

El servicio turístico es considerado muy importante, ayuda a satisfacer las necesidades que puedan tener las personas de recrearse, también nos ayuda a generar un valor agregado facilitando competir o participar eficientemente.

Los servicios o productos turísticos que brindan las agencias de viajes son diversos, pero ofrecer un servicio o producto de calidad, puede llegar a determinar la compra o no de parte del turista interesado.

Tipos de productos Turísticos

Normalmente pueden llegar a ser considerados como productos turísticos los que ayuden a satisfacer las necesidades o deseos que puedan tener los turistas o visitantes.

- Alojamiento
- Servicio de provisión de alimentos y bebidas
- Servicio de transporte a corta y larga distancia
- Servicio de organización y viajes para los turistas
- Servicio de guías turísticos especializados
- Servicios recreativos y culturales.

⁵ (wall, 2009)

Clases de turismo

El turismo se clasifica en cuatro clases las mismas que han sido aprobadas y analizadas por organizaciones internacionales.

Promoción turística

La promoción turística se efectúa en base a la demanda de segmentos especializados como: turismo de naturaleza, cultura, negocios, ferias, deportes, entre otros.

Turismo emisor

El turismo emisor “es el que sucede en un país cuando se produce un movimiento de nacionales o residentes que salen al extranjero”

Turismo receptivo.

Se refiere a las visitas realizadas por otras personas que residen en otros países y buscan permanecer un lapso de tiempo limitado en un lugar determinado, para en lo posterior visitar otros lugares o caso contrario regresar a su lugar de origen.

Conceptualización de recreación

Se determina como recreación a “cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, continuamente se lo realice en una postura agradable, siendo el turismo, una constitución de recreación constantemente lo realice en un tiempo menor a veinticuatro horas.

La actividad turística

La Declaración de Manila define al turismo como “la actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales.

La producción y oferta de los recursos turísticos obliga a procesos diferenciados de bienes y servicios, proporcionando una orientación de acuerdo con su origen, como es el caso de los recursos naturales o artificiales, o de la arqueología como valor histórico y como valor turístico.

La economía nos enseña cómo se produce la riqueza y, hablando de turismo, es todo lo que se necesita para transportarse, divertirse, y utilizar el tiempo libre.

A través de esta sucesión de actividades, la economía también nos enseña como la riqueza pasa de uno a otro lado y como se distribuye entre los humanos; si esto no sucediese en términos generales, las necesidades de los hombres no podrían satisfacerse y, por tanto, no se podría construir una infraestructura turística, ni mucho menos podríamos utilizar el tiempo libre consumiendo los propios servicios del turismo.

Turismo interno

Se entiende por turismo interno “el uso y consumo de servicios turísticos, realizados por los residentes nacionales o extranjeros, en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional por un plazo mayor de veinticuatro horas pero menos de noventa días”

Turismo social

En su concepción se encuentra inmerso el gobierno u otra organización que subsidie de una manera particular determinadas instalaciones vacacionales o estilo de vacaciones en pro de algún grupo, de ordinarios obreros.

Sin embargo, en la realidad, “el turismo social se ha convertido en una actividad que permite el desplazamiento de personas de medianos recursos económicos; utilizando servicios de alimentación, alojamiento y recreación con precios módicos”.

Turismo como actividad económica

”Para nuestro análisis del turismo como actividad económica es necesario tener presente la siguiente clasificación:

Sector primario: Comprende las actividades agropecuaria, extractivas y de exploración petrolera. Las organizaciones, y por ende las actividades de dicho sector, se dedica principalmente a la producción de bienes.

Sector secundario: Comprende las actividades manufactureras, como la industria textil, la automotriz, y también las actividades relacionadas con la artesanía, cerámica y cuero. Las organizaciones y actividades de dicho sector se dedican a la transformación de bienes.

Sector terciario: Comprende las actividades de servicios, como comercio, banca, transporte, turismo. Las organizaciones y actividades de dicho sector se dedican a la distribución de bienes y servicios.⁶

Sector cuaternario: Comprende las actividades relacionadas con el conocimiento y la información, como la educación, la investigación y el desarrollo, la consultoría administrativa, la información, etc. Las organizaciones y actividades de dicho sector se orientan hacia la producción, acopio y distribución del conocimiento y de la información”⁷

Turismo como actividad social

El turismo como actividad social, busca lo estimado en el punto 21 de la declaración de manila, una sucesión de actividades.

- a) Actividad motivacional, a través del interés despertados en los grupos e individuos por el conocimiento de nuevos horizontes.
- b) Actividad política gubernamental, basada en la promoción y los estímulos por visitar otras regiones o a ser visitados por ciudadanos de otros países.
- c) Actividad capacitadora, a través de la formación de recursos humanos idóneos para operar el sistema turístico.

⁶ (César, Turismo como actividad económica)

⁷ (César, Turismo como actividad económica)

- d) Actividad laboral, al permitir un mayor incremento de puestos de trabajos en actividades diversas del turismo.
- e) Actividad cultural, favorece el conocimiento, la exhibición y el incremento de las figuras culturales del país, para esto es necesario la capacitación y preparación de personas.
- f) Actividad artesanal, como oferta conexas al turismo.
- g) Actividad de viajes o desplazamientos a los polos turísticos.
- h) Actividad de transporte como elemento de enlace entre el punto de origen y el punto de destino.
- i) Aumento de las organizaciones sociales y cohesión de las asociaciones con el fin de posibilitar las posibilidades de viaje.
- j) Desarrollo del turismo local para las personas de bajos ingresos económicos.
- k) Actividades promocionales, permite la realización de viajes turísticos mediante la compra de paquetes a tarifas cómodas.
- l) Vacaciones pagadas, como prestaciones de carácter social con el fin de facilitar el turismo.⁸

Ministerio de Turismo

“El ministerio de turismo (MINITUR) es la institución estatal rectora del sistema de turismo, en la cual participan otras entidades del país.

En este sentido el MINITUR ejecuta la política y controla su aplicación en las entidades que administran directamente las propiedades del sector”⁹

El turismo ya es una política de Estado en Ecuador

Próximamente será declarado como una política prioritaria de Estado. Fue reconocido como parte de los principios fundamentales de los ecuatorianos y ecuatorianas el derecho a la recreación, al esparcimiento y al descanso. También es parte del Plan

⁸ (César, Turismo como actividad social)

⁹ (TURISMO, 2012)

Nacional de Desarrollo al 2014. Como se ve, tenemos todos los elementos macros que consideran al turismo como uno de los principales ejes del desarrollo en el país.

En el conversatorio con los ex ministros de Turismo, usted mencionó la frase: “cuando llueve turismo todos se mojan”. ¿Qué significa?

“Que el turismo es una estrategia ideal para provocar un verdadero proceso de desarrollo equitativo y solidario que conlleve al bienestar de todos.

En cambio a diferencia de otras actividades económico-productivas permite luchar más ampliamente la pobreza y generar avances de desarrollo locales. En otras áreas productivas se puede encontrar el producto que se quiere transformar y luego comercializar o exportar, pero en turismo eso no necesariamente ocurre, pues también incorpora y genera desarrollo en cada territorio. De ahí que sea una excelente estrategia creadora de empleo productivo, tanto en el orden directo como indirecto. Insisto que explotar el turismo es un excelente mecanismo para distribuir riqueza y bienestar.

Es muy interesante porque pese a que en el último semestre del 2008 la industria turística mundial descendió en el orden del 8 por ciento, Ecuador creció exactamente en esa tasa. Logramos rebasar una barrera muy anhelada tantos años, con lo cual nuestra economía, que es muy pequeña en relación a los demás países, tuvo un millón de visitantes, y este año hemos proyectado generar un millón 500 mil, teniendo como base la enorme biodiversidad de nuestra naturaleza que también es patrimonio de la humanidad. Por eso, tenemos que cuidarla para que disfruten no solo los visitantes y turistas nacionales y extranjeros actuales, sino también nuestras próximas generaciones”¹⁰

En esta sección analizaremos sobre las agencias de viajes y sus prestaciones de servicios hacia los turistas en qué forma realizan sus actividades dentro y fuera del país y como ayuda al desarrollo socioeconómico de dicha localidad.

¹⁰ (Josee, 2009)

Agencias de viajes

Se considera agencias de viajes, “a compañías que se dedican a la actividad comercial, y están bajo el control y vigilancia de la Superintendencia de compañías cuyo objeto social es ayudar al desarrollo de las actividades turísticas, que se dedican a la prestaciones de servicios turísticos sea de forma directa o por medio de intermediarios “

Servicios propios de las agencias de viajes

Son servicios y actividades propias de las Agencias de viajes que pueden ser desarrolladas fuera y dentro del país, son los siguientes:

- A) La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte tanto locales como internacionales.
- B) La reserva, adquisición y/o venta de estadía y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, ejemplo museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior.
- C) La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, Alojamiento, y otros más.), ajustando o proyectando la solicitud del cliente a un precio preestablecido para ser operados tanto dentro y fuera del territorio nacional.
- D) la presentación y/o intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y/o fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional.
- E) el alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos.¹¹
- F) el asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios.
- G) el proveer información turística y difundir material de propaganda.
- H) la intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística.
- I) el alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado.

¹¹ (PLANETA, 2012)

J) la intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

K) la intermediación en el despacho de carga y/o equipaje por cualquier medio de transporte.

Clasificación de las agencias de viajes

Agencias de viajes mayoristas

Las agencias de viajes mayoristas planifican todo tipo servicio o producto turístico, también realizan paquetes turísticos al exterior por medio de las otras agencias turísticas de viajes.

Al hablar de agencia nos referimos también a las empresas de transportes turísticos en sus diferentes actividades tanto nacionales como internacionales.

Agencias de viajes internacionales

“Son aquellas que comercializan el producto de las agencias que se consideran mayoristas, vendiendo directamente al usuario, o bien proyectan, elaboran, organizan y/o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos a efectuarse en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional, así como también comercializan tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras”.

Turismo como fuente generadora de empleo

”Está en función directa del rol del producto interno bruto, producido por el turismo; se deben considerar dos aspectos

1. El empleo en el propio sector turístico.
2. El empleo en sectores conexos.¹²

¹² (Ramírez, Turismo como fuente generadora de empleo)

“El empleo en el propio sector turístico obedece al número de visitantes, ya que está ligado a él; por otra parte, como consecuencia del efecto multiplicador del turismo, se producen igualmente otras actividades en cadena que obedecen a dicho efecto multiplicador, dando lugar al incremento de fuentes de empleo. El empleo en sectores conexos (construcción y en general las relaciones con la infraestructura de la que se sirve el turismo) se incrementa a medida que el efecto multiplicador crece, o viceversa”¹³

El empleo, visto desde dos puntos, representa una gran obstáculo dependiendo del país; si se estima exactamente como empleo directo lo que pertenece al turismo, y, empleo indirecto, si se valora los conexos.

De todos modos, en base a nuestros criterios, se estimaran empleos generados por el turismo, aquellos que se desarrollen en las unidades de producción del sector y prestadores de servicio.

Efectos socioculturales

Los efectos del turismo, desde el punto de vista sociocultural, se deben analizar de la siguiente manera

Del receptor: el espacio turístico excesivamente grande y la multitud turística es inferior, los efectos unidimensionales de costumbre y hábitos del turismo son menores y a veces pasan desapercibidos. Todo contrario, si el espacio turístico es reducido en población (balnearios, etc.), la influencia del turismo exterior es notable dejando un impacto en el aparato receptor por las características y costumbres de cada uno de los visitantes.

Del visitante: el visitante amplía sus conocimientos sobre nuevos lugares que conoce, aumentando nuevos criterios y muchas veces aprender de nuevas costumbres y culturas visitadas.

¹³ (Scattalon, 2010)

Cultura turística

La cultura turística se inició en 1992 en beneficio del desarrollo turístico, realizando los primeros análisis acerca de las necesidades de incorporar nuevos elementos para darles a conocer a los habitantes y servidores turísticos, como enriquecer la actitud anfitriona. La Cultura Turística adhiere las particulares sociales, culturales, ambientales y económicas del turismo, permitiéndonos así obtener los beneficios del turismo.

El turismo es una actividad realizada por los turistas en sus ratos libres frecuentando de un lugar a otro por un tiempo mayor a 24 horas, haciendo uso de los prestadores de servicios para poder satisfacer las distintas necesidades ya sean estas : los deseos de ocio y descanso, etc.

La cultura turística agrupa a la sociedad, se orienta al conocimiento y valora mucho la actividad turística, con la finalidad de satisfacer a los visitantes y así obtener beneficios para las localidades receptoras.

Principios de la Cultura Turística

- Recibe al visitante con calidez y amabilidad.
- Trátalo como a ti te gustaría que te traten.
- Ofrece siempre un servicio o apoyo rápido y confiable.
- Interésate por capacitarte y estudiar continuamente.
- Conoce tu ciudad y localidad y sus atractivos para que brindes una orientación oportuna y confiable.
- Promueve con orgullo los atractivos de tu ciudad o localidad.
- Cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad.
- Comenta con tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.
- No abuses del turista cobrando más o prometiendo lo imposible.
- Tu mejor cara será siempre una sonrisa.¹⁴

¹⁴ (<http://culturistica2.blogspot.com>, 2011)

Importancia

La cultura turística en la actualidad es muy importante debido a que permite conocer, y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestro país, el tratamiento adecuado del turismo cultural, trae consigo la satisfacción de los clientes, motiva a la conservación del patrimonio cultural, desarrollo económico y social y de esta manera conlleva a la fomentación de nuevos empleos.

La cultura turística tiene un vínculo muy importante con la difusión, ya que sería erróneo la creación de dichos proyectos turísticos, si estos no se promocionan de manera oportuna, la difusión si bien es cierto, es una tarea de mucha dificultad por que se tiene que dar a conocer al turista y hacer conciencia de la importancia que tiene el turismo para cada una de las comunidades en las difusiones de las mismas.

Como influye la cultura turística en el potencial turístico

Sin duda alguna la cultura turística representa o constituye un valor fundamental y muy importante a la hora de evaluar el potencial turístico.

Si se desarrolla y se promueve de manera correcta el potencial turístico de algún sector esto ocasionaría que esta actividad fuera uno de los puntales principales de su economía, caso contrario sino se promociona y se explota el potencial turístico de algún sector esto ocasionaría un retraso en explotar los distintos y diversos productos que posee el cantón.

Qué relación tiene con la difusión turística

La cultura turística va de la mano con lo que se refiere a difusión es por esto que decimos que tiene una relación, ya que si existe una cultura buena, es decir que los habitantes del Cantón Naranjal conozcan todos sus atractivos turísticos es necesario complementar esos conocimientos difundiendo por otros lugares del país para que de esta manera atraigan más turistas y a la vez mejoremos el desarrollo local de Naranjal.

Porque es importante la difusión turística

Es muy importante la difusión turística debido a que de nada sirven tener proyectos interesantes que fomenten el desarrollo de un sector, si estos a su vez no se promocionan o no se difunden de una manera correcta y organizada.

La difusión turística se convierte en el complemento principal para un proyecto relacionado con el turismo, ya que es la forma de darlo a conocer y promocionarlo para un resultado óptimo y acorde con lo esperado.

La difusión turística se puede dar de distintas formas ya sea por medios de comunicación como (televisión, radio, periódicos, etc.), sin embargo es preponderante tener una cultura turística, ya que mediante esto podríamos hacer conocer a los turistas la importancia que tiene el turismo para todas las personas que habitan en un determinado lugar.

El turismo y la infraestructura vial

Se refiere a la infraestructura de cada una de las ciudades, el sistema de transportación hacia cada uno de los lugares está compuesta por:

- Vías locales
- Vías colectoras
- Vías arteriales
- Vías expresas

Como afecta la infraestructura vial al turismo

Una infraestructura vial en malas condiciones trae como consecuencia el bajo nivel de turismo en una localidad, esto se debe a que si existen carreteras en mal estado, difícil acceso a los lugares requeridos, esto podría generarles un poco de dificultad e inseguridad a los turistas o visitantes que requieran los servicios de turismo y por ende esto afectaría directamente al turismo local y consecuentemente del país.

Realidad de la infraestructura vial en el Ecuador

Hoy en día el Ecuador consta con una red vial alrededor de 43.000 Km, de los cuales se dividen en 6.500Km carreteras principales y 3.700Km carreteras secundarias asfaltadas en condiciones muy aceptables y sus debidas señalizaciones y sobre todo generando la seguridad necesaria , aunque necesitaran seguir siendo mejoradas y modernizadas como en otros países.

El gobierno actual y el Ministerios de Obras Publicas de Ecuador (MOP) están trabajando de una manera equitativa al crear nuevas carreteras, puentes que ayuden y sean de mucho beneficio para el país, de tal manera que el gobierno para tener dicho financiamiento y ayudar al mantenimiento de las carreteras lo realiza a través del cobro por Km recorridos (peaje).

La infraestructura vial en el Guayas como se encuentra

Para recorrer el diferente destino turístico del Guayas, la provincia cuenta con amplias carreteras en buen estado. Hay alrededor de 580 kilómetros de vías y para comodidad de los viajeros, algunas se han ampliado a cuatro carriles.

Además, en los peajes de la provincia se brindan servicios de ambulancia, grúas, asistencia mecánica y eléctrica.

Gracias al óptimo estado de sus vías, Guayas fue nombrada en 2007 como una de las provincias más competitivas del país.

El arreglo de las vías fue puesto en marcha en 1998, después que el fenómeno de El Niño las dejara destruidas.

Desde entonces los cambios han sido positivos, pues los ecuatorianos y extranjeros que deseen visitar los destinos turísticos del Guayas cuentan con caminos que harán de su recorrido vehicular un momento muy placentero”¹⁵

Sin embargo en el caso de Naranjal no existe una correcta infraestructura vial para el fácil acceso a los distintos sitios turísticos que posee el cantón, esto se debe a que los lugares turísticos que posee dicha localidad, no se encuentran en el centro, sino en sectores aislados o aledaños del cantón donde la obra pública todavía no llega con las distintas obras.

¹⁵ (<http://www.guayas.gob.ec/turismo/atractivos/vias-para-el-turismo>)

Como ha contribuido la infraestructura vial del Guayas al impulso del turismo en esta región

Si bien es cierto la infraestructura vial de la provincia del Guayas ha mejorado mucho en lo que respecta a las vías principales de los cantones, ya que se puede observar el progreso de sus vías como por ejemplo: la ampliación de cuatro carriles, los estudios previos que se realizan al pavimentar o asfaltar una vía.

Sin embargo con lo que respecta a Naranjal y específicamente con las vías que destinan a los diversos sitios turísticos que ofrece este cantón, algunos lugares no cuentan con la pavimentación total de sus vías y es por esto que dificulta la transportación y por ende el traslado rápido hacia dicho lugar, lo que se refleja a la baja rotación y visitas de los turistas en el cantón.

Emprendimiento turístico

Al hablar de emprendimiento turístico hacemos referencia a la actitud y aptitud de las personas que deseen emprender en nuevos desafíos, retos, nuevos proyectos turísticos, de manera que esto ayude favorablemente al desarrollo socioeconómico del cantón.

Últimamente se ha nombrado esta palabra de emprendimiento turístico sin embargo no ha sido tomado de mucha importancia, sin embargo en las últimas décadas se ha tomado muy en serio el emprendimiento turístico, ayudando así a resolver los problemas económicos de las personas.

Al hablar de emprendimiento turístico, nos referimos a la capacidad de una persona al realizar un esfuerzo adicional por alcanzar un objetivo o meta, realizando o agregándole valor a un proyecto turístico.

En que consiste

Consiste en mostrar, dar a conocer y desarrollar todas las habilidades de un individuo, para poder innovar y explotar por medio de un proyecto todos los recursos naturales y ecológicos que posee nuestro cantón Naranjal.

Nos referimos por emprendimientos turísticos al basarnos o partir de un problemática que esté sucediendo, de esta manera buscar solución por medio de ideas planteadas que después se convertirá en metas a cumplir para solucionar dicho problema.

Importancia

Los emprendimientos turísticos hoy en día han ganado mucha importancia debido a que se ha mostrado que la biodiversidad o los recursos naturales que posee el país son fuentes de vida para la mayoría de personas que habitan en esos lugares, de esta manera les permiten lograr su independencia y a su vez lograr su estabilidad económica.

Podemos decir que el desempleo y el la baja calidad en los empleos que existen actualmente, ha provocado que las personas emprendan en estos recursos, y dejen de ser empleados para ser empleadores, este espíritu emprendedor lleva un riesgo sin embargo ayuda para lograr bien estar en las personas.

Efectos en la economía y el nivel de vida

El efecto que surge en la economía y estilo de vida de estas personas es favorable ya que no dependen de un salario sino que pueden desarrollarse profesionalmente.

Esto también se refleja en la ayuda que ofrece el gobierno para todos las personas que requieran financiamiento para llevar a cabo proyectos emprendedores que desarrollen el nivel socioeconómico del cantón y posteriormente del país.

También se produce indirectamente un efecto de mejora del desempleo, ya que al desarrollar proyectos emprendedores se crea fuentes de empleo para varias personas, esto ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas y también crea conciencia en desarrollar la cultura de emprendimiento, es decir hacer ver que no tenemos que depender de nadie.

La aplicación de estrategias de comunicación en el turismo

Cuando nos referimos a emprendimiento concierne a innovar, y una manera de hacerlo es implementando estrategias de comunicación para mejorar y contribuir al desarrollo local y posteriormente del país.

Implementar estrategias de comunicación es muy importante, porque de esta manera es que se difunde de una manera correcta los atractivos turísticos que posee el Cantón.

La transportación cómo influye en el turismo

La transportación es un factor clave para atraer a los diferentes turistas, ya que los diversos medios de transportación se complementan y ofrecen un producto de valor al cliente ofreciéndoles seguridad, comodidad y una buena atención al momento de viajar.

Sin duda uno de los factores muy importantes que los turistas ven al momento de viajar y analizan es la seguridad y responsabilidad que le brinden las empresas que ofrecen los servicios de transportación.

La transportación turística en Naranjal (¿cuál es la realidad?).

Basándonos en la realidad, podemos decir que en el cantón Naranjal no existe transportación turística, debido a que cuando se requiere hacer turismo en el cantón existen varios recursos para llegar a los distintos sitios como por ejemplo: realizar turismo por su propia cuenta sin necesidad de un transporte personalizado o un guía personal.

El riesgo en los proyectos turísticos

La inseguridad o incertidumbre es una pregunta que se produce al interior de cada persona al momento que tiene la intención de crear un proyecto turístico, ya que no saben los resultados que podría generar, si sería desfavorable a los objetivos y metas que tiene plasmada la creación dicho proyecto de turismo.

Para llevar a cabo dichos proyectos de turismo son medidos de la siguiente forma:

- Si el lugar donde se va a implementar el proyecto, que lugares turísticos podrían tener más afluencia por los turistas.
- Cuentan con el personal idóneo que los ayude con la implementación de dicho proyecto.
- Tienen el financiamiento adecuado para implementar el proyecto.

- Si el proyecto no fuera factible que tan grande podría considerarse la pérdida de dinero.

La inversión privada en el turismo ecuatoriano y de la provincia del Guayas.

En la actualidad el primer mandatario dio a conocer que Ecuador consta con inversión, si hay inversión pública en hora buena, por qué tendría que ser la inversión privada el motor fundamental de la economía.

Si Ecuador tiene una inversión pública buena atraerá a la privada, esto se debe al buen sistema vial existente, buena energía eléctrica, eso no expulsa, sino al contrario atrae”, fueron las palabras del primer mandatario.

Es por esto que se han llevado a cabo a través del Grupo Binacional de Promoción de la Inversión Privada eventos y ferias donde se relacionen con empresarios MYPYMES que promueva el turismo y de esta manera atraer e impulsar la inversión privada y el comercio en Ecuador.

El desarrollo socioeconómico

Es un procedimiento en el cual nos da como conclusión obtener una mejor calidad de vida para los habitantes que conforman dicho país o viven dentro del mismo territorio, para llevar acabo esto es necesario la explotación de los recursos del planeta, siempre y cuando su finalidad sea para beneficio de la humanidad y su desarrollo sustentable.

Hoy en día los sistemas ecológicos y los recursos naturales son parte fundamental de vida y de desarrollo socioeconómico para mejorar la calidad de vida de muchas personas en el mundo entero.

En que consiste

Podemos decir que el desarrollo socioeconómico consiste o está ligado por cuatro ejes importantes como lo son: el crecimiento, evolución, progreso y riqueza, todas estas están ligadas entre ellas y como consecuencia da como resultado desarrollo socioeconómico, esto quiere decir entonces que este desarrollo con lleva a alcanzar un

nivel que permita a las personas satisfacer sus necesidades y mejorar su calidad de vida.

Es por esto que podemos decir entonces que la economía va ligada o está siempre relacionada con la sociedad.

Como lograrlo

El desarrollo socioeconómico es un trabajo de equipo donde se lidera por la ayuda del gobierno de turno, seguida por los emprendedores o personas dispuesta a cambiar el estilo de vida que llevan y siempre y cuando cuenten con recursos naturales o ecológicos que les permitan desarrollarse.

Un punto importante para logara el desarrollo socioeconómico es cuando se implemente políticas que favorezcan y tengan como prioridad los intereses de las personas ante que los intereses individuales.

- Medición de la inversión
- Tasas de interés
- Políticas gubernamentales
- Políticas de fomento al ahorro

Estas son las variables que ayudaran a medir este crecimiento para establecer que tan cerca estaremos del desarrollo.

Importancia

El desarrollo socio económico es importante porque tiene la capacidad para crear riquezas a fin de mantener y promover, el bienestar social y económico de sus habitantes, también tiene mucha importancia debido a que el desarrollo socioeconómico permite a las persona contar con un sistema organizado que les permite valerse por sí mismo y obtener recursos por ellos mismo como el dinero, que les sirve para satisfacer sus necesidades básicas e incluso adquirir otras.

Impacto en las vidas de las personas

El desarrollo socioeconómico produce un impacto favorable en las vidas de las personas, ya que cambia el estilo de vida y mejora por ende su calidad y estabilidad económica, un factor esencial para el crecimiento sería el capital humano, el trabajo del

hombre enriquecido por el conocimiento, la actitud, la disposición, creatividad al desarrollar sus actividades.

Incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico ¿Cómo aporta el turismo en el desarrollo socioeconómico del cantón?

El turismo ayuda a las captaciones de nuevas divisas, creación de nuevos puestos de trabajos, desarrollo del mismo Cantón, realización de nuevos proyectos turísticos por parte de inversionistas extranjeros, al cuidado y protección del medio ambiente.

Sin duda alguna el turismo es una base fundamental de ingreso para la economía del país es por esto que podemos decir que es de gran importancia para el desarrollo socioeconómico del Cantón.

El desarrollo local

Cuando hablamos del desarrollo local, nos referimos al aprovechamiento de los recursos endógenos que posee el cantón para beneficio de la comunidad, utilizando los recursos naturales, humanos, y en el caso del cantón Naranjal de los lugares naturales, ecológicos que ofrece este sector.

También podemos decir que el desarrollo local se basa en la transformación de la economía y la sociedad, orientado a buscar la solución de las dificultades existentes, para de esta manera mejorar la calidad de vida.

Importancia

Es de mucha importancia debido a que se desarrolla el nivel de vida de las personas con recursos propios y se ayuda al progreso del país, ayuda a generar fuentes de empleo por medio de las PYMES que son lideradas por personas innovadoras que buscan el buen vivir.

Es importante debido a que se contribuye al desarrollo socioeconómico y cultural del cantón.

Desarrollo Endógeno (UNESCO 1995)

Al hablar de desarrollo endógeno nos referimos a las crecer de adentro para fuera, esto genera que las personas generen empleo mas no busquen, mayor utilización de los recursos endógenos etc.

El desarrollo endógeno es un modelo en donde se desarrollan propuestas, generando esto liderazgo en las personas, para que de esta manera busquemos la satisfacción de nuestras necesidades.

También podemos referirnos como desarrollo endógeno a la transformación de los recursos naturales, construcción de microempresas o cooperativas, etc.

2.2 MARCO LEGAL

En el Marco Legal estudiaremos todos los aspectos contenidos en las normas jurídicas constitucionales, tratados internacionales, legales y reglamentarias que tienen que ver con la creación de una operadora turística, estas pueden ser, las que permiten el ejercicio de una actividad laboral y productiva en nuestro país, así como: patentes municipales, impuestos y todos los permisos necesarios para dicho establecimiento turístico. Los mismos que serán detallados a continuación:

Constitución de la República Del Ecuador

Capítulo primero

Principios fundamentales

Art. 4.- El territorio del Ecuador constituye una unidad geográfica e histórica de dimensiones naturales, sociales y culturales, legado de nuestros antepasados y pueblos ancestrales. Este territorio comprende el espacio continental y marítimo, las islas adyacentes, el mar territorial, el Archipiélago de Galápagos, el suelo, la plataforma submarina, el subsuelo y el espacio supra yacente continental, insular y marítimo. Sus límites son los determinados por los tratados vigentes.¹⁶

El territorio del Ecuador es inalienable, irreductible e inviolable. Nadie atentará contra la unidad territorial ni fomentará la secesión.

¹⁶(Ecuador C. d., Elementos Constitutivos del Estado)

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak-kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.¹⁷

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.¹⁸

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa

¹⁷(Ecuador C. d., Derechos del Buen Vivir)

¹⁸(Ecuador C. d.)

individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.¹⁹

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.²⁰

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.²¹

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.²²

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

¹⁹(Ecuador C. d., Educación)

²⁰(Ecuador C. d., Habitación y Vivienda)

²¹(Ecuador C. d., Salud)

²²(Ecuador C. d., Trabajo y seguridad Social)

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

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.²³

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.
3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.

²³(Ecuador C. d., Personas usuarias y consumidoras)

4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.
5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.
6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley.
8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.
10. Crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario, que no podrá vulnerar derechos constitucionales, en particular de las mujeres, niñas, niños y adolescentes.
11. No ser desplazados de sus tierras ancestrales.
12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador.

El Estado proveerá los recursos para el efecto.

14. Desarrollar, fortalecer y potenciar el sistema de educación intercultural bilingüe, con criterios de calidad, desde la estimulación temprana hasta el nivel superior, conforme a la diversidad cultural, para el cuidado y preservación de las identidades en consonancia con sus metodologías de enseñanza y aprendizaje.

Se garantizará una carrera docente digna. La administración de este sistema será colectiva y participativa, con alternancia temporal y espacial, basada en veeduría comunitaria y rendición de cuentas.

15. Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización.

16. Participar mediante sus representantes en los organismos oficiales que determine la ley, en la definición de las políticas públicas que les conciernan, así como en el diseño y decisión de sus prioridades en los planes y proyectos del Estado.

17. Ser consultados antes de la adopción de una medida legislativa que pueda afectar cualquiera de sus derechos colectivos.

18. Mantener y desarrollar los contactos, las relaciones y la cooperación con otros pueblos, en particular los que estén divididos por fronteras internacionales.

19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.

20. La limitación de las actividades militares en sus territorios, de acuerdo con la ley.

21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna.

Los territorios de los pueblos en aislamiento voluntario son de posesión ancestral irreductible e intangible, y en ellos estará vedada todo tipo de actividad extractiva. El

Estado adoptará medidas para garantizar sus vidas, hacer respetar su autodeterminación y voluntad de permanecer en aislamiento, y precautelar la observancia de sus derechos. La violación de estos derechos constituirá delito de etnocidio, que será tipificado por la ley.²⁴

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

Art. 73.- El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales. Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.²⁵

²⁴(Ecuador C. d.)

²⁵(Ecuador C. d., Derechos de la naturaleza)

Art. 317.- Los recursos naturales no renovables pertenecen al patrimonio inalienable e imprescriptible del Estado. En su gestión, el Estado priorizará la responsabilidad intergeneracional, la conservación de la naturaleza, el cobro de regalías u otras contribuciones no tributarias y de participaciones empresariales; y minimizará los impactos negativos de carácter ambiental, cultural, social y económico.²⁶

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 378.- El sistema nacional de cultura estará integrado por todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema.

Las entidades culturales que reciban fondos públicos estarán sujetas a control y rendición de cuentas.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través del órgano competente, con respeto a la libertad de creación y expresión, a la interculturalidad y a la diversidad; será responsable de la gestión y promoción de la cultura, así como de la formulación e implementación de la política nacional en este campo.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

²⁶(Ecuador C. d., Sectores estratégicos, servicios y empresas públicas)

Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.²⁷

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.²⁸

Art. 404.- El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley.

Art. 405.- El sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. El sistema se integrará por los subsistemas estatal, autónomo descentralizado, comunitario y privado, y su rectoría y regulación será ejercida por el Estado. El Estado asignará los recursos económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la

²⁷(Ecuador C. d., Cultura)

²⁸(Ecuador C. d., Biodiversidad y recursos naturales)

participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión.

Las personas naturales o jurídicas extranjeras no podrán adquirir a ningún título tierras o concesiones en las áreas de seguridad nacional ni en áreas protegidas, de acuerdo con la ley.²⁹

Código ético mundial

Para el turismo

El código de Ética adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas nos dice:

Art. 3 El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.
2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.
3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.
4. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus

²⁹(Ecuador C. d., Patrimonio natural y ecosistemas)

actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.³⁰

Art.5 El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.
2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.
3. Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.
4. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los

³⁰(Ecuador C. d., El turismo, factor de desarrollo sostenible)

medios naturales. Asimismo, facilitarán con la máxima transparencia y la objetividad pertinente toda la información relativa a sus programas futuros y a sus consecuencias previsibles, y favorecerán el diálogo sobre su contenido con las poblaciones interesadas.³¹

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Alojamiento: Lugar donde una o varias personas, ocupan por un periodo determinado el lugar, donde se sientan seguridad y donde puedan cubrir sus necesidades básicas.

Afluencia turística: Crecimiento de la actividad turística en general tomando en cuenta la infraestructura, que llegan a diversos destinos ya sean extranjeros o procedentes de otras ciudades.

Actividad Turística: Corresponde a los actos que realizan las personas para que puedan ocurrir hechos de carácter Turístico-Recreacional.

Agencias de Viajes: Se consideran Agencias de Viajes y Turismo, las personas que desarrollan diversas promociones, acerca de los servicio turístico que puedan ofrecer ya sea este de forma directa o por medios de intermediarios.

Biodiversidad: Es la variedad de vida que existe, tanto especies de plantas y animales que vive en determinado sitio, también están inmersos las fases ecológicas y evolutivas.

Destinos Turísticos: Se llama destino turístico al lugar donde el turista, estará como mínimo un día el cual el consumirá productos turísticos (alojamiento, comida, servicios básicos etc.) satisfaciendo las necesidades de los turistas.

Especies nativas: Especie que corresponde a una determinada región o ecosistemas. Su existencia en esa región es el producto de varios fenómenos naturales sin intervención humana.

³¹(Ecuador C. d., El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino)

Estadística de Turismo: Técnica de recolección, proceso, distribución, análisis y difusión de información, para emprender el comportamiento de la actividad turística.

Empresa Turística Complementaria: Personas jurídicas que trabajan en la administración de varios, hoteles, consultaras, asesoras, publicidad, propaganda, que son demandados por los clientes.

Gasto turístico: El gasto turístico se refiere a la cantidad que se paga por la compra de bienes y servicios de consumo, y de objetos de valor, para uso propio mientras dure el viaje.

Grupo de viaje: Visitantes que desarrollan juntos un viaje o excursión y dividen los gastos relacionados con el mismo.

Guías Turísticos: Personal capacitado que acompaña a los turista ofreciéndole una pequeña descripción de los lugares de la ciudad más.

Gasto por turismo Interno: Resultado directo de viajes por parte de los turistas dentro o fuera de su país. Comprende los gastos en los lugares visitados, así como preparación del viaje.

Gasto por turismo Internacional: Los gastos realizados en el extranjero por turistas con dirección a otros países, incluyendo el pago de sus traslados.

Oferta Turística: Constituye los bienes y servicios capaces de permitir la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los turistas.

Promoción turística: Es la transmisión de uno o varios lugares para los turistas, lo cual genera ingresos económicos por la llegada de los visitantes.

Recreación: Actividades que se realiza de modo independiente, en nuestro tiempo libre, y tiene como finalidad generar descanso, relajación y distracción y trae como beneficio un buen estado físico.

Residencia: Es la estancia en el territorio nacional, esto puede ser de manera temporal o permanente.

Sector del turismo: Es la cantidad de unidades de producción en distintas industrias que poseen bienes y servicios de consumo requeridos por los visitantes. Este tipo de industrias se nombran las industrias turísticas.

Turismo: El turismo es un conjunto de actividades que realizan las personas tiene como finalidad distracción y descanso, consiste en viajar a diferentes lugares conocer nuevas costumbres, se desarrolla en un tiempo determinado menor a un año.

Turismo de Naturaleza: Son los viajes que tienen como objetivo realizar diversas actividades recreativas con la naturaleza con la finalidad de saber, difundir, divertirse y participar en la protección de estos valiosos recursos.

Transportes Turístico: Brinda a los visitantes nacionales e internacionales, desplazamiento dentro o fuera del país, excursiones, alquiler de vehículos con o sin chofer.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

El desarrollo local del cantón Naranjal, Provincia del Guayas, se ve afectado por el desconocimiento turístico en los atractivos de esta zona geográfica.

2.4.2 Hipótesis particulares

El bajo nivel turístico que existe en el cantón Naranjal se debe a la escasa difusión turística por parte de las autoridades locales.

Como resultado de la escasa cultura turística de los habitantes del sector, el potencial turístico del cantón Naranjal es afectado.

El acceso a los diversos sitios turísticos del cantón Naranjal se ve afectado por el mal estado de sus vías.

La no aplicación de la estrategia de comunicación de los emprendimientos turísticos afecta en la escasa difusión turística.

El bajo nivel de rotación de visitas que existe en el cantón Naranjal se debe a la escasa transportación hacia los diferentes puntos turísticos.

El elevado nivel de riesgo para la implementación de proyectos turísticos desmotiva a los inversionistas privados.

2.4.3 Declaración de variables

Cuadro No.1 Declaración de las variables independientes y dependientes de la respectiva investigación.

| VARIABLE DEPENDIENTE | VARIABLE INDEPENDIENTE |
|--|----------------------------|
| Desarrollo socioeconómico | Desconocimiento turístico |
| Nivel turístico | Difusión turística |
| Potencial turístico | Cultura turística |
| Sitios turísticos | Mal estado de vías |
| Difusión turística | Estrategia de comunicación |
| Nivel de rotación | Transportación |
| Desmotivación de inversionistas privados | Riesgo |

Fuente: Variables independiente y dependiente de la investigación realizada.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro No. 2 Operacionalización de las variables

| VARIABLE | DEFINICION | INDICADORES | MEDIOS DE VERIFICACION |
|---------------------------|--|--|----------------------------|
| Desarrollo socioeconómico | Incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. | <ul style="list-style-type: none"> •Incremento de la calidad de vida de las personas del cantón Naranjal. | Resultados económicos INEC |
| Desconocimiento turístico | Acción de desconocer e ignorar los diversos lugares turísticos de un lugar. | <ul style="list-style-type: none"> •Cantidad de personas más capacitadas y con alto nivel de cultura turística en la ciudad de Naranjal | Encuesta |

| | | | |
|----------------------------|---|---|------------------------|
| Nivel turístico | Se caracteriza por problemas que tiene el gobiernos, por la mala inversiones financieras. | •Grado de conocimiento que poseen las personas acerca de sus riquezas turísticas. | Encuesta u observación |
| Difusión turística | Servicio que consiste en hacer conocer a las personas, de forma constante los diversos lugares turísticos de un sector. | •Cantidad de publicidad efectuada para conocimiento de las personas de la ciudad de Naranjal. | Encuesta |
| Potencial turístico | Conjunto de recursos, localidad, y equipamientos turísticos que determinan el turismo de un sector. | •Cantidad de personas satisfechas por el potencial turístico del cantón naranjal. | Encuesta |
| Cultura turística | Serie de conocimientos y valores que mediante su práctica con nuestras actitudes y costumbres se favorece el fomento y el desarrollo de la actividad turística. | • Número de personas con un nivel cultural elevado que ayuden al desarrollo del Cantón de Naranjal. | Encuestas |
| Sitios turísticos | Destinos donde las personas realizan actividades como: recreación, negocios, etc. | •Número de lugares turísticos visitados por las personas | Observación |
| Mal estado de vías | Infraestructura vial no apta para el uso de las personas al dirigirse a los puntos turísticos. | •Número de visitas de persona a los lugares turísticos. | Observación |
| Difusión turística | Servicio que consiste en hacer conocer a las personas, de forma constante los diversos lugares turísticos de un sector. | •Cantidad de publicidad efectuada para conocimiento de las personas de la ciudad de Naranjal. | Encuesta |
| Estrategia de comunicación | Conjunto de acciones planificada de manera organizada para lograr difundir alguna actividad. | •Cantidad de publicidad realizada en un periodo determinado. | observación |
| Nivel de rotación | Concurrencia de personas que visitan a un determinado lugar. | •Cantidad de visitas realizadas por los turistas. | Encuesta |

| | | | |
|-------------------------|---|--|------------------------------|
| Transportación | Traslado de un lugar a otro de algún elemento, en general personas o bienes. El transporte es una actividad fundamental dentro de la sociedad. | •Cantidad de visitas a los distintos sitios turísticos del cantón naranjal. | Resultados económicos INEC |
| Inversionistas privados | Personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que, a través de un puesto de bolsa, que se asesoran para colocar sus recursos a cambio de valores y obtener rendimientos. | Cantidad de inversiones en el cantón naranjal. | Encuesta |
| Riesgo | Aumento de consecuencias al realizar una actividad. | Cantidad de personas dispuestas a invertir en proyectos turísticos que sirvan para el desarrollo de la ciudad de Naranjal. | Resultados económicos (INEC) |

Fuente: Operacionalización de las variables.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El proyecto realizado en el Cantón Naranjal se efectuó con la finalidad de informar y medir el nivel de conocimiento que tienen los habitantes sobre las riquezas turísticas de esta zona, como elemento fundamental que contribuirá al desarrollo socioeconómico.

En el vigente trabajo el método de investigación utilizado fue Método Científico, éste método guió el trabajo para obtener un conocimiento objetivo de la realidad.

Debido que lo que se buscó fue presentar un estudio sistemático y controlado.

La investigación fue de tipo exploratoria, descriptiva y correlacional, además es explicativa, dicho proceso se explica a continuación.

Investigación exploratoria

El proceso de investigación en sus inicios fue de tipo exploratorio debido que se desconocía acerca de la demanda turística local de los habitantes de la ciudad de Naranjal.

Se requirió información relacionada a tipos de turismo que les agrada realizar, el tiempo que tienen para practicarlo, tuvimos que conocer los lugares que preferían visitar, la frecuencia de los paseos, la duración de los paseos o viajes, qué es lo que planearon

hacer en sus próximas vacaciones, qué servicios solían contratar para realizar sus paseos o viajes, si necesitaban satisfacer alguna necesidad emocional, mental o física. Para empezar el estudio tuvimos que emplear una encuesta a una muestra poblacional de la ciudad de Naranjal.

Investigación Descriptiva y Correlacional

La investigación pasó a ser descriptiva al efectuar un análisis técnico de cada variable que intervienen, de cómo se comportan y los resultados que generaron.

Por lo general, este tipo de investigación proporciona información para que el proceso de investigación pase a efectuar estudios explicativos para darle un sentido de entendimiento de los datos que arroje en la encuesta.

Y fue correlacional por que nos damos cuenta que el comportamiento de una variable varia por el de la otra, trayendo resultados positivos o negativos consecuentemente.

Investigación Explicativa

La investigación concluyó con un estudio explicativo de por qué sucede o pasa uno o varios fenómenos que arrojó la encuesta, y en qué condiciones se dan estos fenómenos, concluyendo finalmente con la verificación de hipótesis.

Investigación de Campo

Es el proceso en el cual utilizando el método científico, permitió obtener nuevos conocimientos, donde se producen los fenómenos o variables a investigar, o también estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?

En la presente investigación fue de relevancia al brindar la oportunidad de acceder a información teórica sobre el comportamiento de cada una de las variables para fundamentar con fuerza las hipótesis planteadas y que dan origen a al proceso de indagación.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población de estudio está formada por: habitantes del cantón Naranjal, autoridades locales (Alcalde del Cantón), y la población o habitantes de Milagro, Bucay, Naranjito y El Triunfo.

3.2.2 Delimitación de la población.

Se ha delimitado en base a aspectos geográficos y demográficos.

Población 1: habitantes de Naranjal

- Aspectos geográficos

Ubicación: cantón Naranjal

- Aspectos demográficos

Género: hombres y mujeres

Edad: 18 – 75 años

Ingresos: clase económica alta, media y baja.

Población 2: habitantes de Milagro, Naranjito, Bucay y El Triunfo.

- Aspectos geográficos

Ubicación: Cantón Milagro, Cantón Naranjito, Cantón Bucay, y Cantón El Triunfo

- Aspectos demográficos

Género: hombres y mujeres

Edad: 18 – 75 años

Ingresos: clase económica alta, media y baja.

Población 3: Alcalde del cantón Naranjal

- Aspectos geográficos

Ubicación: Cantón Naranjal

3.2.3 Tipo de muestra

La población objeto de nuestro estudio es finita por lo que se sabe con certeza el tamaño de la muestra.

Muestra No Probabilística

El tipo de muestra que vamos a realizar es la no Probabilística debido a que es aquella donde el investigador selecciona a los lugares donde se va realizar la investigación; es decir queda al criterio del investigador.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

La población objeto de estudio es finita por lo que se conoce con certeza el tamaño de la muestra y es por esto que utilizaremos la siguiente formula.

Población 1

Correspondiente a los habitantes del cantón Naranjal de 18 años de edad hasta 75 años de edad.

Dónde:

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, $q = 0.05$

E = error, se considera el 5%; $E = 0.05\%$

Z = nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1.96$

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

$$n = \frac{40.068 * 0,5 * 0,5}{\frac{(40.068-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{10.017}{\frac{(40.067)(0,0025)}{(3,8416)} + (0,25)}$$

$$n = \frac{10.017}{\frac{100,1675}{3,8416} + (0,25)}$$

$$n = \frac{10.017}{26,074422 + 0,25}$$

$$\mathbf{n} = \frac{10.017}{26,324422}$$

$$\mathbf{n} = 380,52117$$

$$\mathbf{n} = \mathbf{381}$$

Tenemos que tener en cuenta que esta información de la población a estudiar fue obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos realizado en el año 2010.

Población 2

Correspondiente a los habitantes de los cantones cercanos a Naranjal como lo son: Milagro, El Triunfo, Naranjito y Bucay, de 18 años de edad hasta 75 años de edad.

Dónde:

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, $q = 0.05$

E = error, se considera el 5%; $E = 0.05\%$

Z = nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1.96$

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

$$n = \frac{155.410 * 0,5 * 0,5}{\frac{(155.410 - 1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{38.852,5}{\frac{(155.409)(0,0025)}{(3,8416)} + (0,25)}$$

$$n = \frac{38.852,5}{\frac{388,5225}{3,8416} + (0,25)}$$

$$n = \frac{38.852,5}{101,13559+0,25}$$

$$n = \frac{38.852,5}{101,38559}$$

$$n = 383,215208$$

$$n = 383$$

Tenemos que tener en cuenta que esta información de la población a estudiar fue obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos realizado en el año 2010.

Cuadro No.3 Muestra Estratificada de la Población 2 (Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito)

| CANTONES | POBLACIÓN | PORCENTAJE | MUESTRA |
|-----------------|------------------|-------------------|----------------|
| Milagro | 101731 | 65.46% | 251 |
| Bucay | 6034 | 3.88% | 15 |
| El triunfo | 25316 | 16.29% | 62 |
| Naranjito | 22329 | 14.37% | 55 |
| TOTAL | 155410 | 100% | 383 |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

3.2.5 Proceso de selección

Al emplear el tipo de muestra no probabilística, el proceso de selección de referencia es el del muestreo por cuotas, organiza la población la cual estudiaremos, usando categorías previamente fijadas para lograr un número anticipado de elementos en cada clase (ejemplo: Seleccionar un número determinado de personas de acuerdo al sexo, edad, etc.). Estas son actividades económicas y de género de los microempresarios del Cantón de Naranjal.

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Método Analítico-Sintético

Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).

El método se empleó desde el momento de establecer la problematización del tema a investigar y durante el estudio de cada uno de los hechos o fenómenos que constituyen

las variables de investigación, considerando en forma particularizada cómo afectan cada uno de ellos al fenómeno investigado.

Método Inductivo-Deductivo

Este método se utiliza para el estudio de algunos fenómenos económicos como el mercado; se inicia el estudio con este método a partir de aspectos elementales como los oferentes o demandante, después las mercancías que intercambian, a continuación los tipos de mercados a que dan lugar las relaciones que se establecen entre oferentes y demandantes.

El procedimiento anterior significa ir de lo particular a lo general es decir por inducción. Por deducción, el análisis se inicia a partir de las características generales.

En este caso, se efectuó el estudio de cada variable y posteriormente se establecieron hipótesis donde se generalizó el comportamiento de ellas dentro de la investigación, sustentadas teóricamente por la fundamentación científica.

Método Hipotético-Deductivo

El siguiente método consiste en un procedimiento que empieza de una afirmación en calidad de hipótesis y busca falsificar tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.

Se utilizó el método hipotético-deductivo en el momento de desarrollar las hipótesis generales y particulares, de tal manera que se implanten relaciones entre los hechos de causa-efecto que conlleven a solucionar la situación que atraviesa el sector turístico de la ciudad de Naranjal.

Método dialéctico:

Este método implica una cierta clase de relativismo. Nunca, desde una perspectiva dialéctica, cabe comprender definitivamente la realidad. La dialéctica quiere significarnos que los objetos son más que su concepto. Su esencia está determinada por las fuentes teóricas y científicas y por las categorías fundamentales del movimiento, del espacio y del tiempo.

El siguiente método se aplicó en el momento de ejecutar las encuestas a las personas de la ciudad de Naranjal, esto hace inferencia al diálogo entre encuestador-encuestado para lograr obtener los resultados específicos que nos lleven a la consecución de soluciones óptimas al problema, por lo que esto resulta una herramienta fundamental para el desarrollo de la investigación.

3.3.2 MÉTODOS EMPIRICOS

Se ha empleado técnicas de relevancia como encuestas y entrevistas.

Esta técnica de la encuesta se caracteriza por ser una de las técnicas de investigación social más difundidas ya que se basa en las declaraciones orales o escritas de una muestra de la población con el objeto de recabar información.

Se puede fundamentar en aspectos objetivos (hechos, hábitos de conducta, características personales) o subjetivos (opiniones o actitudes).

Este tipo de técnica nos ayudará a tener una visión mucha más amplia de las persona que viven en la ciudad de Naranjal mediante la formulación de una serie de preguntas que para la situación existente se las realizará con el tipo de preguntas cerradas con varias alternativas de esta manera poder obtener resultados más acercados a la realidad y a las necesidades requeridas.

3.3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La encuesta:

Esta técnica hace uso de su instrumento de recolección de datos, es decir, el cuestionario, el mismo que se diseñó a base de la escala de Likert para dar paso a mayores alternativas que sesgaran en menor grado las respuestas de los informantes calificados, el cuestionario estuvo constituido de 6 preguntas en el caso de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

La encuesta destinada a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito se manejó con un cuestionario de 10 preguntas, donde también se lo realizó bajo la escala de Likert.

La entrevista

Estuvo diseñada a través de su instrumento que es la guía de preguntas, la misma que fue de tipo estructurada y previamente se realizó una visita con el informante calificado, indicando los aspectos sobre los que dan sustento a cada una de la preguntas, que en total fueron 7 preguntas.

El informante calificado para la entrevista fue el alcalde del cantón Naranjal Ing. Marcos Chica.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACION

El instrumento a utilizarse para el proceso de la información es el programa de Excel, ya que por medio de la aplicación de Filtros se logrará obtener una imagen detallada de la tabulación de los resultados obtenidos en las encuestas, donde se determinará la frecuencia tanto absoluta como relativa.

Estos datos se observaran reflejados en los tipos de gráficos de barras, columnas y circulares de acuerdo a cada pregunta con sus respectivos análisis en relación a las necesidades de la investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para conocer la situación actual del contexto en que se desarrolla la investigación y determinar si las hipótesis son o no las correctas, se aplicaron dos encuestas y una entrevista.

En el caso de las encuestas estaban destinadas a las personas de 18 a 75 años de edad que habitan en el cantón Naranjal en la primera encuesta y Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito correspondiente a la segunda encuesta que se realizó en dichos cantones, y finalmente la entrevista al Alcalde del Cantón Naranjal el Ing. Marcos Chica.

Los instrumentos de recolección de datos nos brindó información positiva que permitió fundamentar la investigación y dar paso a la propuesta, adaptándolas a las necesidades que se generan en el Cantón Naranjal en relación al aspecto Turístico y cómo se gestiona este.

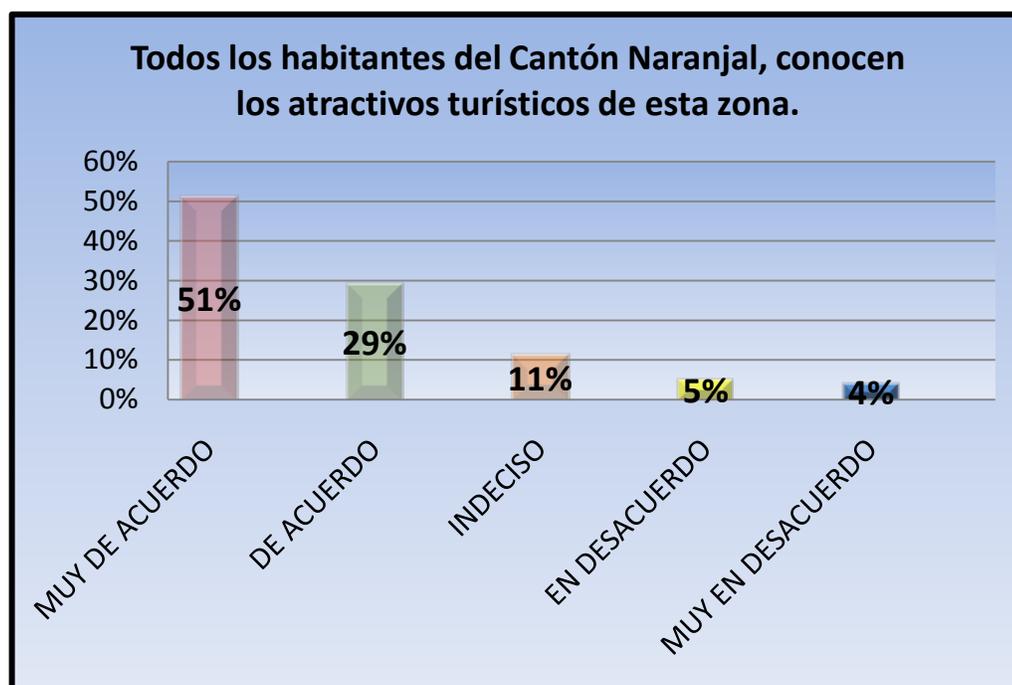
Resultado de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

PREGUNTA No1.- Todos los habitantes del Cantón Naranjal, conocen los atractivos turísticos de esta zona.

Cuadro No. 4 Conocimiento de los atractivos turísticos del Cantón Naranjal

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 192 | 51% |
| De Acuerdo | 111 | 29% |
| Indeciso | 43 | 11% |
| En Desacuerdo | 19 | 5% |
| Muy En Desacuerdo | 16 | 4% |
| TOTAL | 381 | 100% |

Figura 1
Conocimiento de los atractivos turísticos del Cantón Naranjal



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del Cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Naranjal, se pudo observar que el 51% de las 381 personas conocen los lugares turísticos de la localidad, mientras que el 29% están de acuerdo y tienen conocimiento de que existen los lugares turísticos del Cantón antes mencionado, por otra parte el 11% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, el 5% de los encuestados están en desacuerdo y consideran no conocer los lugares turísticos que posee el Cantón, y finalmente el 4% está muy en desacuerdo, por ende revelan no conocer los lugares turísticos de Naranjal.

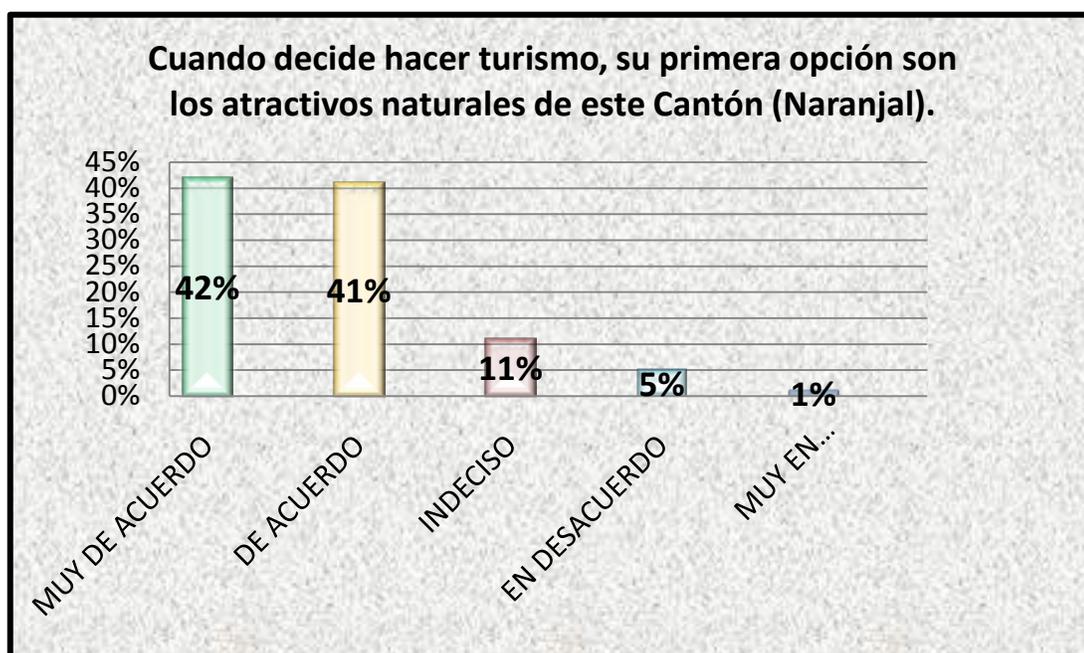
Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que más de la mitad de las personas conocen los lugares turísticos del Cantón, mientras que la otra parte se muestra indecisa y contraria a lo expuesto.

PREGUNTA No 2.- Cuando decide hacer turismo, su primera opción son los atractivos naturales de este Cantón (Naranjal).

Cuadro No. 5 Naranjal como la primera opción de turismo.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 159 | 42% |
| De Acuerdo | 155 | 41% |
| Indeciso | 43 | 11% |
| En Desacuerdo | 18 | 5% |
| Muy En Desacuerdo | 6 | 1% |
| TOTAL | 381 | 100% |

Figura 2
Naranjal como la primera opción de turismo



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

Al momento de realizar las encuestas a los habitantes del Cantón Naranjal, aplicadas a la muestra que es de 381 personas, nos dimos cuenta que el 42% de las mismas deciden hacer turismo en los atractivos naturales que posee el Cantón, mientras que el 41% consideran estar de acuerdo en preferir los lugares turísticos del Cantón antes mencionado, por otra parte el 11% de los habitantes del Cantón Naranjal muestran y manifiestan estar indecisos ante la pregunta planteado en la encuesta.

Por otro lado, el 5% de los individuos han reflejado en la encuesta que están en desacuerdo y manifiestan que al momento de realizar un viaje priorizan otros lugares ajenos a los de la localidad, finalmente el 1% está en total desacuerdo en visitar estos lugares.

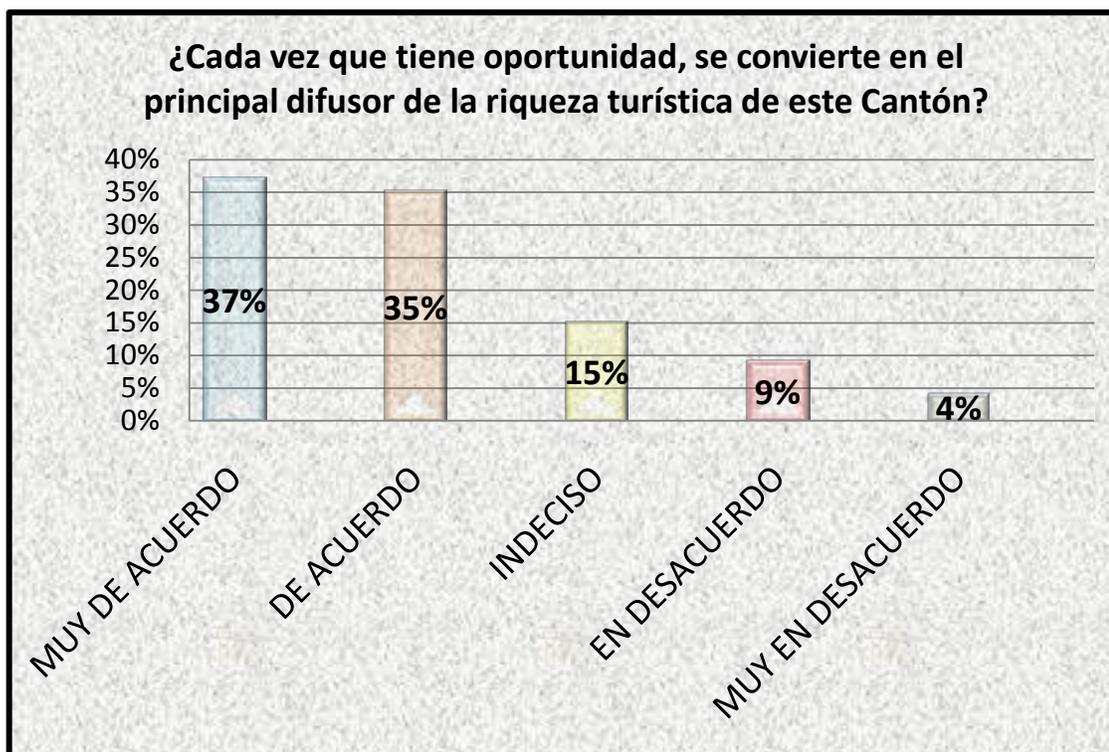
Cada uno de estos porcentajes nos da a conocer de una manera clara, que casi en su totalidad de los habitantes del Cantón Naranjal prefieren visitar los atractivos turísticos del Cantón, mientras que la otra parte demuestra lo contrario.

PREGUNTA No 3.- ¿Cada vez que tiene oportunidad, se convierte en el principal difusor de la riqueza turística de este Cantón?

Cuadro No.6 La comunidad como difusores de la riqueza turística de Naranjal.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 142 | 37% |
| De Acuerdo | 134 | 35% |
| Indeciso | 58 | 15% |
| En Desacuerdo | 34 | 9% |
| Muy En Desacuerdo | 13 | 4% |
| TOTAL | 381 | 100% |

Figura 3
La comunidad como difusores de la riqueza turística de Naranjal.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

Los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Naranjal, nos indican, que el 37% de las mismas expresan convertirse en difusores de las riquezas turísticas que posee el Cantón, mientras que el 35% de ellos establecen estar de acuerdo en que ellos se convierten en difusores de los lugares turísticos que posee la localidad cuando se presenta la ocasión , por otra parte el 15% de las personas encuestadas según la pregunta planteada en la encuesta, mencionan que están indecisos cuando amerita la oportunidad de convertirse en difusores de su Cantón.

Siguiendo con la demostración de los porcentajes, damos a conocer que el 9% de los habitantes encuestados demuestran no ser partidarios en difundir los atractivos turísticos de la localidad, y finalmente el 4% están muy en desacuerdo, por ende revelan no interesarles difundir ni hacer conocer sus riquezas.

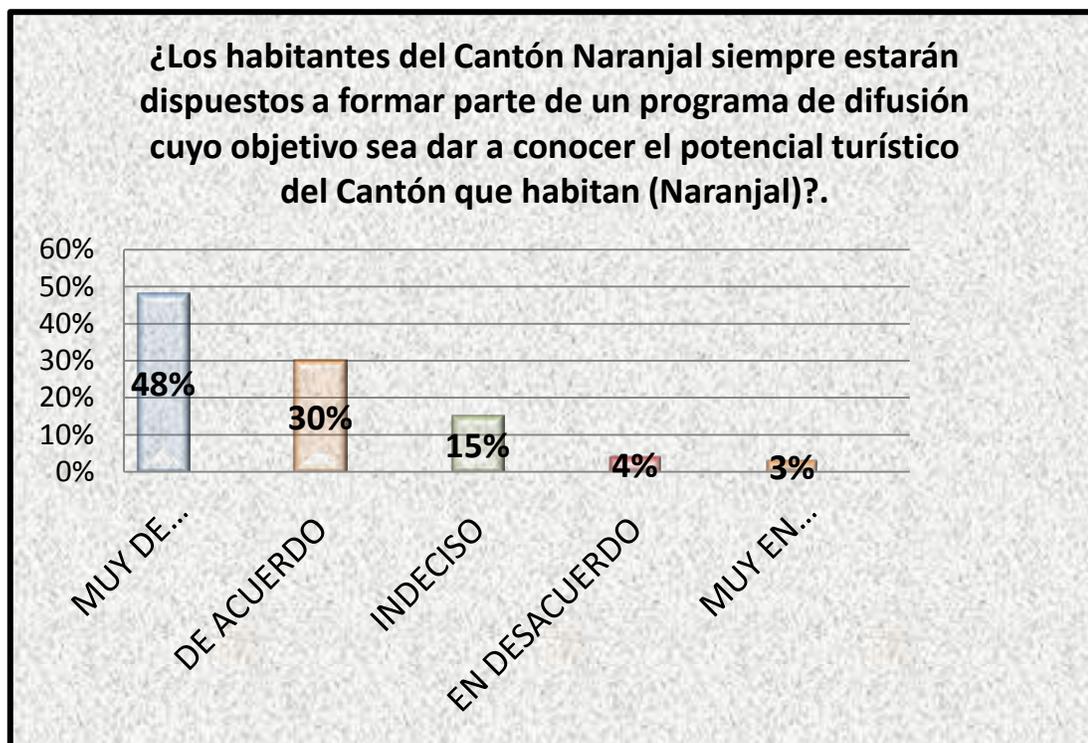
Los gráficos realizados demuestran los porcentajes requeridos por cada pregunta, por ende nos da a conocer que la mayor parte de los habitantes consideran importante difundir los lugares turísticos del Cantón, mientras que la otra parte se muestra indecisa y contraria a lo expuesto.

PREGUNTA No 4.- ¿Los habitantes del Cantón Naranjal siempre estarán dispuestos a formar parte de un programa de difusión cuyo objetivo sea dar a conocer el potencial turístico del Cantón que habitan (Naranjal)?

Cuadro No.7 Disposición para difundir el potencial turístico de Naranjal.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 184 | 48% |
| De Acuerdo | 113 | 30% |
| Indeciso | 56 | 15% |
| En Desacuerdo | 15 | 4% |
| Muy En Desacuerdo | 13 | 3% |
| TOTAL | 381 | 100% |

Figura 4
Disposición para difundir el potencial turístico de Naranjal.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Naranjal nos reflejan que el 48% de los encuestados demuestran tener ganas y querer formar parte de un programa de difusión de los atractivos turísticos del Cantón, mientras que el 30% de los encuestados están de acuerdo en que si se diese la oportunidad de formar parte de un programa de difusión estarían dispuesto a hacerlo para contribuir al desarrollo de la localidad, mientras que el 15% están indecisos en querer formar parte de un programa de estos mencionado..

Continuando con lo expuesto decimos que el 4% de los habitantes del Cantón Naranjal no estaría dispuesto a formar parte de un programa de difusión, por este motivo están en desacuerdo con la pregunta planteada en la encuesta y el 3% de ellos dan a conocer que están en total desacuerdo con su planteamiento.

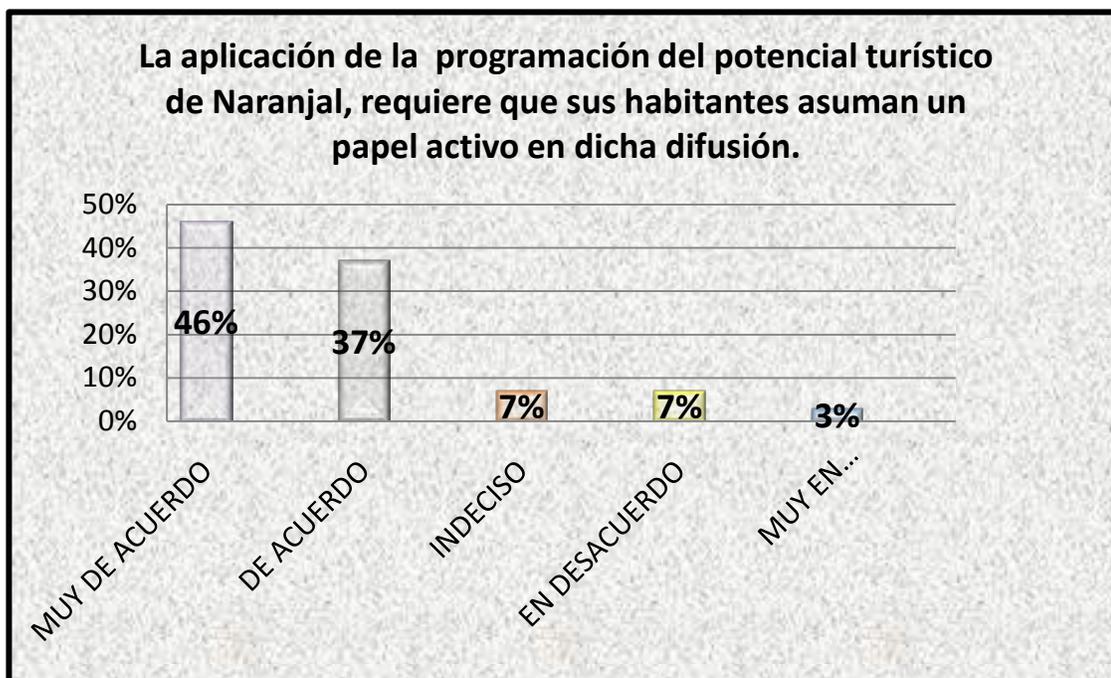
Cada una de las encuestas realizadas han aflorado resultados importantes en cada pregunta, dos de ellas dando a conocer que la mayor parte de los habitantes del Cantón Naranjal tienen ganas de formar parte de un grupo donde tenga como objetivo estimular y difundir los atractivos turísticos del Cantón, mientras que la otra parte se muestra indecisa y a la vez está en total desacuerdo.

PREGUNTA No 5.- La aplicación de la programación del potencial turístico de Naranjal, requiere que sus habitantes asuman un papel activo en dicha difusión.

Cuadro No.8 Opinión sobre asumir un papel activo en la difusión del potencial turístico de Naranjal.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 174 | 46% |
| De Acuerdo | 142 | 37% |
| Indeciso | 26 | 7% |
| En Desacuerdo | 27 | 7% |
| Muy En Desacuerdo | 12 | 3% |
| TOTAL | 381 | 100% |

Figura 5
Opinión sobre asumir un papel activo en la difusión del potencial turístico de Naranjal.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Naranjal, se obtuvo una información relevante en porcentaje y a la vez se pudo observar que el 46% de las 381 personas encuestadas consideran que las personas deben tener un papel activo dentro de los programas de difusión, mientras que el 37% consideran de mucha importancia que las personas asuman un importante papel dentro de la difusión que se realice , por otra parte el 7% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, el 7% de los encuestados están en que las personas cumplan un papel preponderante dentro de los programas de difusión turística, y finalmente el 3% está muy en desacuerdo, por ende revelan que no es de importancia que los habitantes del Cantón Naranjal tengan un papel activo dentro de sus actividades de difusión..

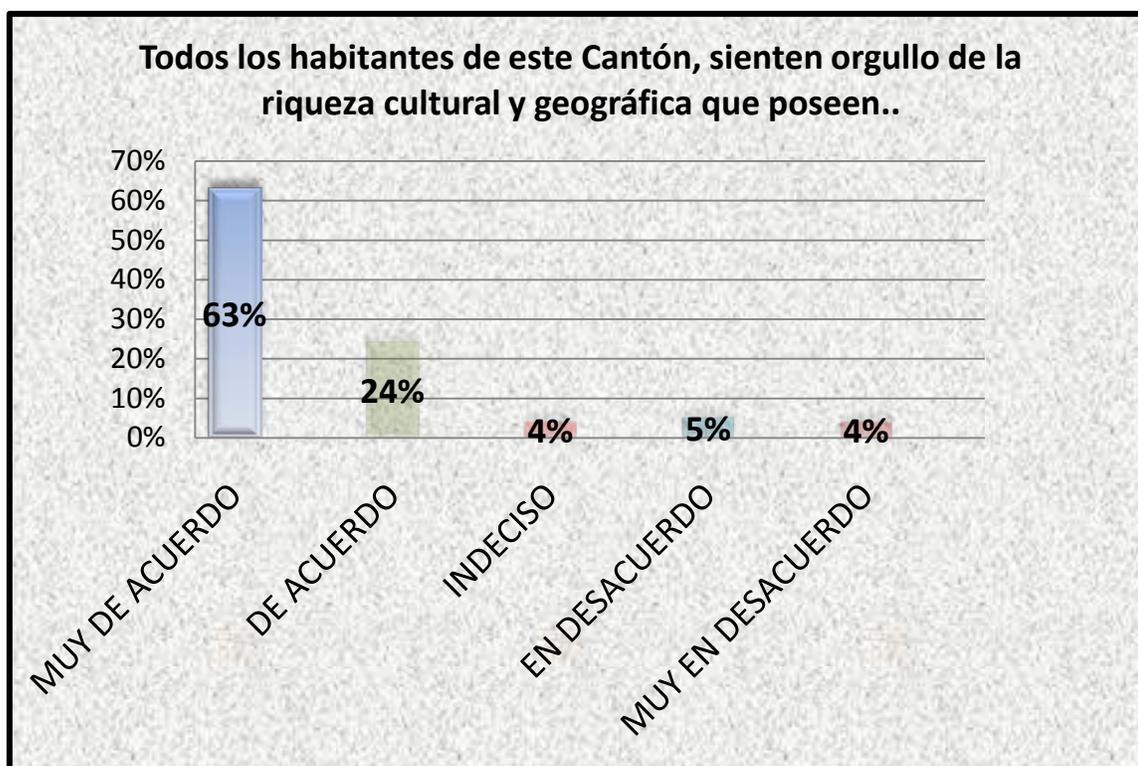
Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que la mayor parte de los habitantes del Cantón Naranjal consideran que hoy en día las personas tienen un papel activo dentro de los programas de difusión, mientras que el resto de los habitantes están indecisos y en desacuerdo en dicha pregunta.

PREGUNTA No 6.- Todos los habitantes de este Cantón, sienten orgullo de la riqueza cultural y geográfica que poseen.

Cuadro No.9 Sentimiento de orgullo por las riquezas culturales y geográficas de Naranjal.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 239 | 63% |
| De Acuerdo | 92 | 24% |
| Indeciso | 14 | 4% |
| En Desacuerdo | 20 | 5% |
| Muy En Desacuerdo | 16 | 4% |
| TOTAL | 381 | 100% |

Figura 6
Sentimiento de orgullo por las riquezas culturales y geográficas de Naranjal.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del Cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

Al realizar las encuestas nos hemos dado cuenta que según los análisis realizados nos indican que el 63% de los individuos encuestados sienten orgullo de las riquezas naturales y geográficas que posee nuestro Cantón Naranjal, mientras que el 24% están de acuerdo con lo planteado anteriormente, por otro lado podemos darnos cuenta que tan solo el 4% de los habitantes están indecisos ante esta pregunta.

Por otra parte en una cantidad minoritaria el 5% de ellos consideran no sentirse orgullosos de contar con todos los recursos naturales que posee el Cantón, mientras que finalmente el 4% están el total desacuerdo, es decir no se sienten a gusto con lo que recursos que posee la localidad.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que casi en su totalidad de los habitantes del Cantón Naranjal se identifican y se sienten orgullosos con lo que posee el Cantón ya antes mencionado, mientras que el resto está en total desacuerdo.

Resultado de la encuesta aplicada a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito.

PREGUNTA No 1.- Los atractivos turísticos que ofrece el cantón Naranjal son conocidos por la mayor parte de la población ecuatoriana.

Cuadro No. 10 Conocimiento de los atractivos turísticos de Naranjal, por parte de la población ecuatoriana.

| PREGUNTA N° 1 | | | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------|-------------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCA Y | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 50 | 12 | 4 | 12 | 78 | 20,37 | 21% |
| 4 | 53 | 41 | 6 | 26 | 126 | 32,90 | 33% |
| 3 | 48 | 6 | 3 | 13 | 70 | 18,28 | 18% |
| 2 | 35 | 1 | 1 | 3 | 40 | 10,44 | 10% |
| 1 | 65 | 2 | 1 | 1 | 69 | 18,02 | 18% |
| TOTAL | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

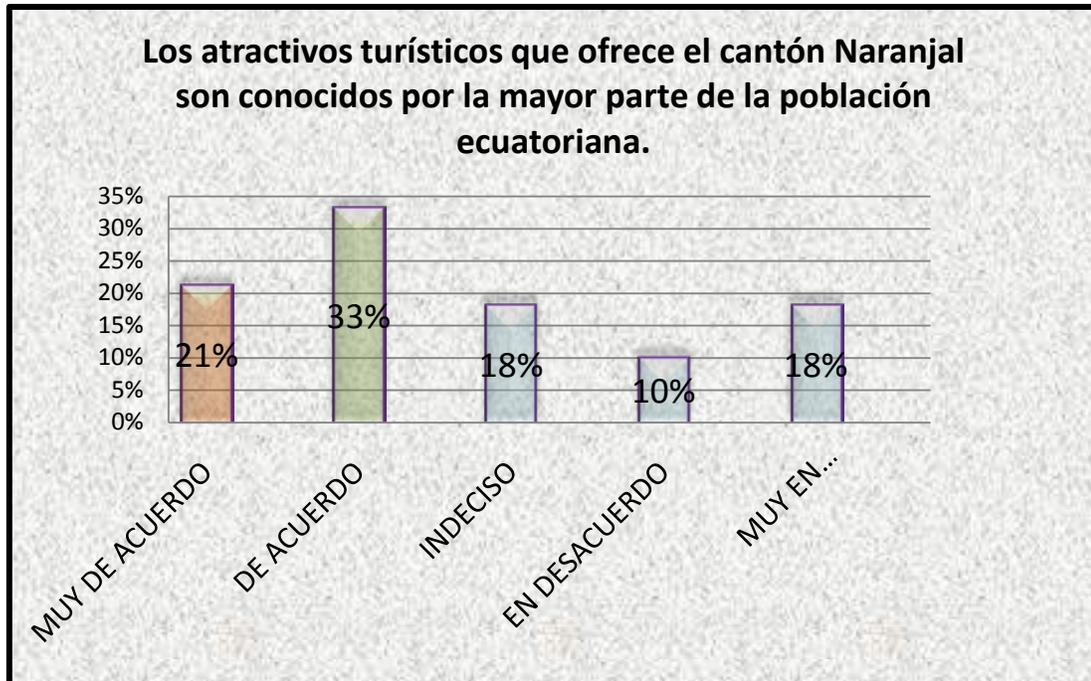
Cuadro No.11 Conocimiento de los atractivos turísticos de Naranjal, por parte de la población ecuatoriana.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|--------------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 78 | 21% |
| De Acuerdo | 126 | 33% |
| Indeciso | 70 | 18% |
| En Desacuerdo | 40 | 10% |
| Muy En Desacuerdo | 69 | 18% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 7
Conocimiento de los atractivos turísticos de Naranjal, por parte de la población ecuatoriana.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 21% de la población considera que los atractivos turísticos del cantón Naranjal son conocidos por la población ecuatoriana, además el 33% están de acuerdo y tienen conocimiento de que existen los lugares turísticos por ende consideran importantes los sitios turísticos de este Cantón, por otra parte el 18% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, el 10% de los encuestados están en desacuerdo y consideran que no son conocidos los lugares turísticos de Naranjal, finalmente el 18% está muy en desacuerdo, por ende revelan no conocer los lugares turísticos de Naranjal.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que más de la mitad de las personas conocen los lugares turísticos del Cantón Naranjal por ende lo consideran importante, mientras que la otra parte se muestra indecisa y contraria a lo expuesto.

PREGUNTA No 2.- La mayor parte de la población ecuatoriana ha participado en alguna actividad turística en el cantón Naranjal.

Cuadro No.12 Participación en actividades turísticas en el Cantón Naranjal

| PREGUNTA N° 2 | | | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------|-------------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCAY | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 18 | 11 | 3 | 13 | 45 | 11,75 | 12% |
| 4 | 53 | 32 | 5 | 21 | 111 | 28,98 | 29% |
| 3 | 33 | 15 | 5 | 17 | 70 | 18,28 | 18% |
| 2 | 49 | 3 | 1 | 3 | 56 | 14,62 | 15% |
| 1 | 98 | 1 | 1 | 1 | 101 | 26,37 | 26% |
| TOTAL | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

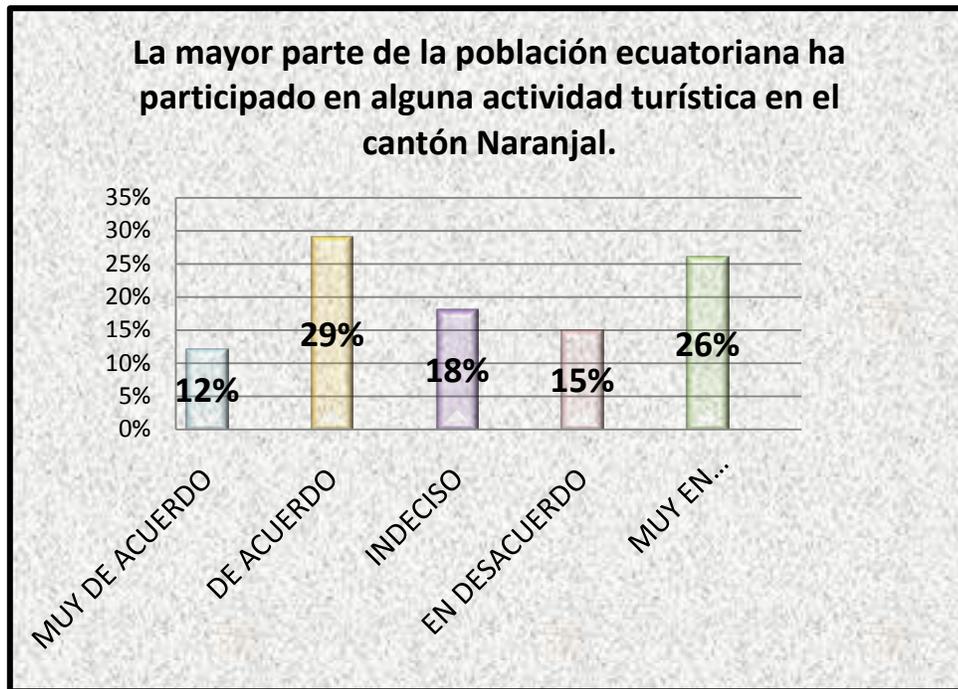
Cuadro No. 13 Participación en actividades turísticas en el Cantón Naranjal

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 45 | 12% |
| De Acuerdo | 111 | 29% |
| Indeciso | 70 | 18% |
| En Desacuerdo | 56 | 15% |
| Muy En Desacuerdo | 101 | 26% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 8
Participación en actividades turísticas en el Cantón Naranjal



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 12% de la población ecuatoriana considera que ellos no han participado de una actividad turística en el cantón, además el 29% están de acuerdo y tienen conocimiento de que el resto de la población ecuatoriana si consideran a Naranjal como uno de los sitios que se puede realizar actividades turísticas, por otra parte el 18% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, el 15% de los encuestados están en desacuerdo y consideran que la población ecuatoriana no ha participado en actividades turísticas en el Cantón Naranjal, finalmente el 26% está muy en desacuerdo, por ende revelan no conocer los lugares turísticos de Naranjal, ni actividades que se realicen en el Cantón.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que hay más de la mitad de las personas que consideran que la población ecuatoriana haya participado en actividades turísticas.

PREGUNTA No 3.- Cuando ha decidido efectuar turismo ecológico, una de sus primeras opciones ha sido visitar los atractivos geográficos de Naranjal.

Cuadro No. 14 Naranjal como la primera opción para realizar turismo.

| PREGUNTA N° 3 | | | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------|-------------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCA Y | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 48 | 15 | 2 | 8 | 73 | 19,06 | 19% |
| 4 | 40 | 33 | 8 | 27 | 108 | 28,2 | 28% |
| 3 | 63 | 8 | 3 | 14 | 88 | 22,98 | 23% |
| 2 | 38 | 5 | 2 | 4 | 49 | 12,79 | 13% |
| 1 | 62 | 1 | 0 | 2 | 65 | 16,97 | 17% |
| TOTAL | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

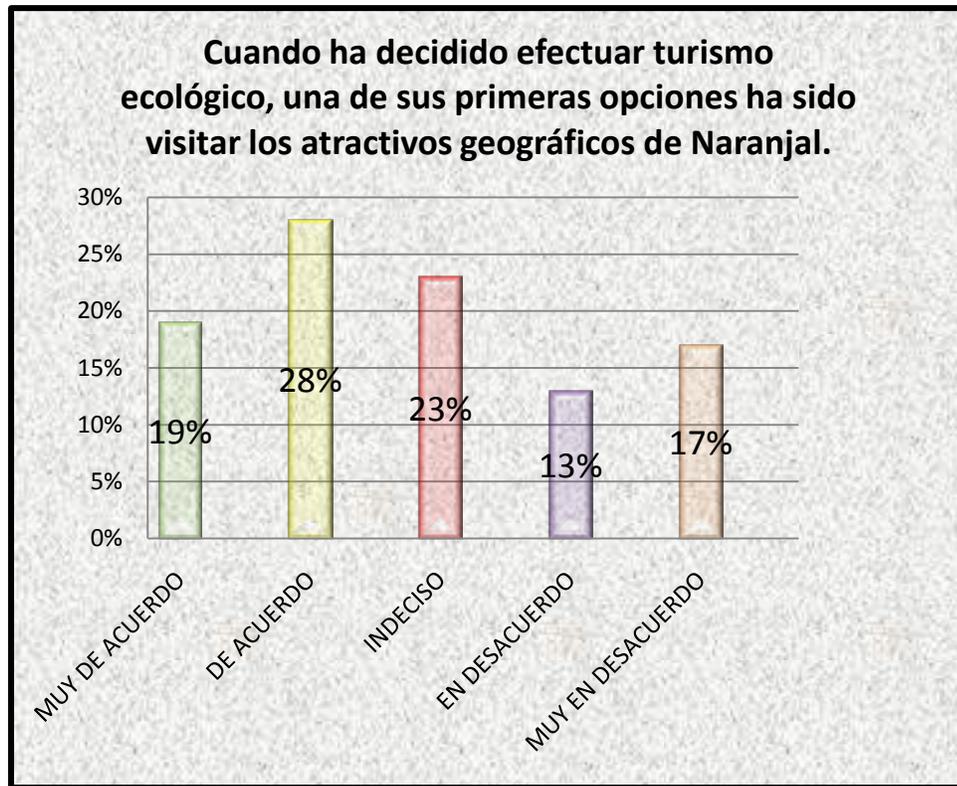
Cuadro No. 15 Naranjal como la primera opción para realizar turismo.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|--------------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 73 | 19% |
| De Acuerdo | 108 | 28% |
| Indeciso | 88 | 23% |
| En Desacuerdo | 49 | 13% |
| Muy En Desacuerdo | 65 | 17% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 9
Naranjal como la primera opción para realizar turismo.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 19% de la población al momento de realizar turismo ecológico prefieren escoger los lugares turísticos del Cantón Naranjal, los resultados además reflejan que el 28% están de acuerdo en preferir los atractivos de la localidad de Naranjal, por otra parte el 23% se muestra indeciso al momento de elegir algún destino turístico.

Por otro lado, el 13% de los encuestados están en desacuerdo, porque ellos aseguran no escoger aquellos lugares sino prefieren otros atractivos turísticos, finalmente el 17% está muy en desacuerdo, por ende revelan no preferir esos sitios turísticos.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que casi el 50% de las personas encuestados en los distintos cantones, al momento de elegir un atractivo turístico ecológico, eligen ir al Cantón Naranjal, mientras que la otra parte se muestra indecisa y contraria a lo expuesto, sin embargo consideramos un porcentaje alto considerando que estamos entre muchos cantones de la provincia y del país.

PREGUNTA No 4.- El acceso al cantón Naranjal se caracteriza por sus vías en perfecto estado, sobre todo las vías de ingreso a los puntos o paraderos turísticos.

Cuadro No. 16 Opinión sobre el estado de las vías de acceso al cantón Naranjal

| PREGUNTA N° 4 | | | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------|------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCA Y | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 53 | 13 | 4 | 15 | 85 | 22,19 | 22% |
| 4 | 50 | 32 | 5 | 22 | 109 | 28,46 | 28% |
| 3 | 65 | 11 | 4 | 15 | 95 | 24,80 | 25% |
| 2 | 38 | 5 | 2 | 3 | 48 | 12,53 | 13% |
| 1 | 45 | 1 | 0 | 0 | 46 | 12,01 | 12% |
| | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

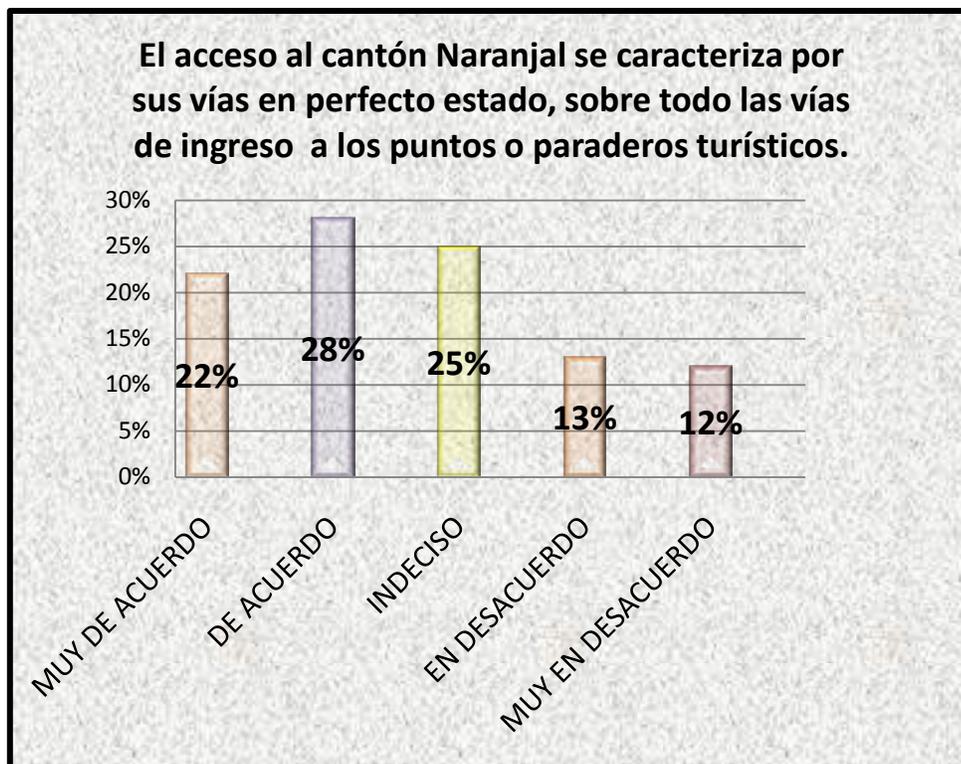
Cuadro No. 17 Opinión sobre el estado de las vías de acceso al cantón Naranjal

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 85 | 22% |
| De Acuerdo | 109 | 28% |
| Indeciso | 95 | 25% |
| En Desacuerdo | 48 | 13% |
| Muy En Desacuerdo | 46 | 12% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 10
Opinión sobre el estado de las vías de acceso al cantón Naranjal



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 21% de la población considera que las vías de acceso para llegar al sector están en perfecto estado, mientras que el 28% están de acuerdo y consideran que las vías del Cantón Naranja son buenas para trasladarse a cualquier sitio turístico, por otra parte el 25% se muestra indeciso ante la pregunta de que si las vías están en perfecto estado.

Por otro lado, el 13% de los encuestados están en desacuerdo y consideran que no son buenas las carreteras que conducen a los distintitos sitios turísticos de la localidad, finalmente el 12% está muy en desacuerdo, por ende revelan que las calles están en mal estado.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que más de la mitad de las personas coinciden en que las carreteras están en buen estado, en especial la de los distintos puntos turísticos, sin embargo el otro porcentaje se muestra confuso a la hora de elegir.

PREGUNTA No 5.- Al efectuar turismo en el cantón Naranjal, siempre se ha encontrado disposición de transporte hacia los diferentes puntos turísticos.

Cuadro No. 18 Disposición de transportación hacia los puntos o atractivos turísticos de Naranjal.

| PREGUNTA N° 5 | | | | | | | |
|-----------------|---------|------------|-------|-----------|-----|-------|------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCAY | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 43 | 12 | 3 | 14 | 72 | 18,80 | 19% |
| 4 | 40 | 32 | 5 | 20 | 97 | 25,33 | 25% |
| 3 | 63 | 9 | 5 | 19 | 96 | 25,07 | 25% |
| 2 | 35 | 8 | 2 | 2 | 47 | 12,27 | 12% |
| 1 | 70 | 1 | 0 | 0 | 71 | 18,54 | 19% |
| | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

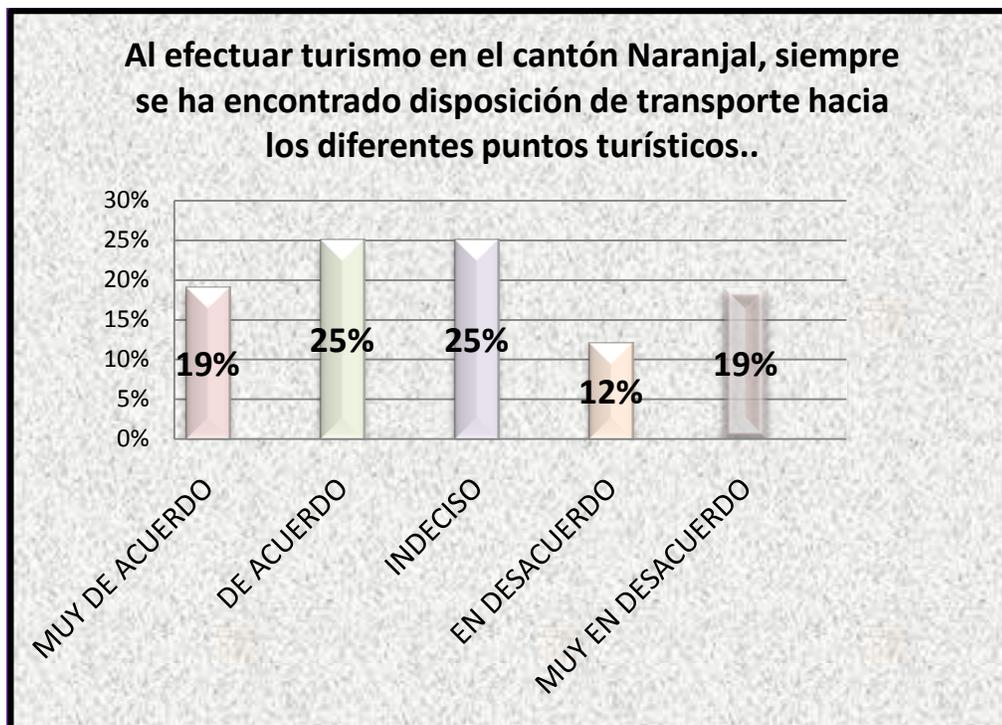
Cuadro No. 19 Disposición de transportación hacia los puntos o atractivos turísticos de Naranjal.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 72 | 19% |
| De Acuerdo | 97 | 25% |
| Indeciso | 96 | 25% |
| En Desacuerdo | 47 | 12% |
| Muy En Desacuerdo | 71 | 19% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 11
Disposición de transportación hacia los puntos o atractivos turísticos de Naranjal.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 19% de la población considera que al momento de requerir transporte para ir algún lugar turístico del cantón Naranjal están disponibles siempre vehículos que trasladan hacia esos lugares, mientras que el 25% están de acuerdo y consideran que si hay transporte para acudir hacia esos lugares, por otra parte el 25% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, el 12% de los encuestados están en desacuerdo y consideran que no existe transporte para acudir a esos lugares turísticos de Naranjal, finalmente el 19% está muy en desacuerdo, por ende revelan que no existe transporte hacia los distintos sitios turísticos del Cantón.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que más de la mitad de las personas conocen los lugares turísticos del Cantón Naranjal por ende lo consideran importante, mientras que la otra parte se muestra indecisa y contraria a lo expuesto.

PREGUNTA No 6.- Usted es un visitante continuo de los atractivos turísticos del cantón Naranjal.

Cuadro No. 20 Continuidad en las visitas al Cantón Naranjal

| PREGUNTA N° 6 | | | | | | | |
|---------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------|-------------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCAY | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 35 | 14 | 4 | 16 | 69 | 18,02 | 18% |
| 4 | 30 | 32 | 5 | 19 | 86 | 22,45 | 22% |
| 3 | 33 | 7 | 3 | 17 | 60 | 15,67 | 16% |
| 2 | 63 | 6 | 2 | 1 | 72 | 18,80 | 19% |
| 1 | 90 | 3 | 1 | 2 | 96 | 25,07 | 25% |
| TOTAL | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

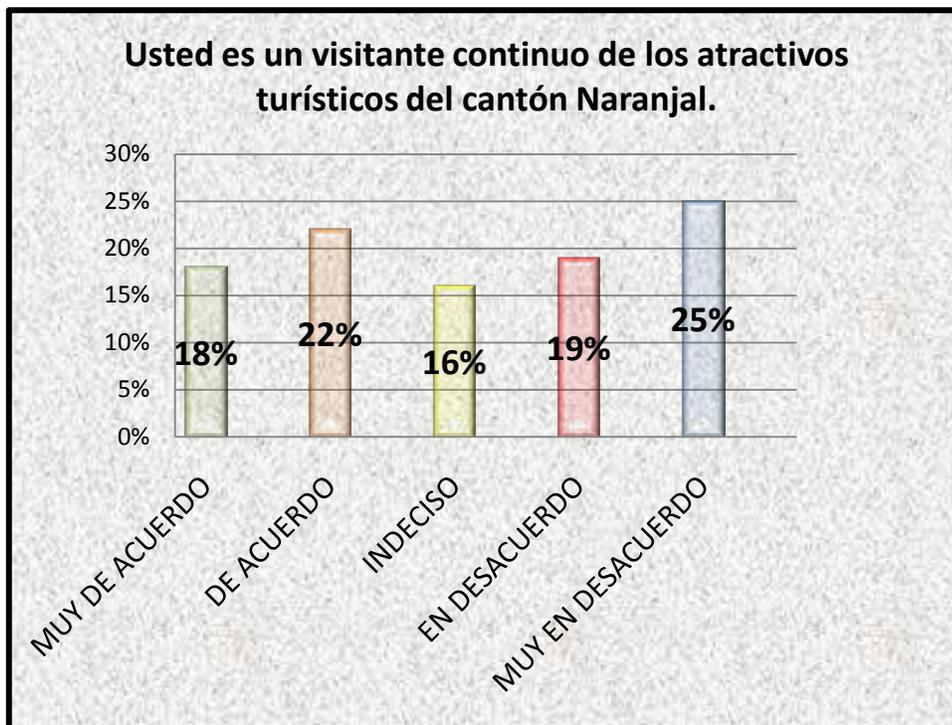
Cuadro No. 21 Continuidad en las visitas al Cantón Naranjal

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 69 | 18% |
| De Acuerdo | 86 | 22% |
| Indeciso | 60 | 16% |
| En Desacuerdo | 72 | 19% |
| Muy En Desacuerdo | 96 | 25% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 12
Continuidad en las visitas al Cantón Naranjal



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 18% de la población son visitantes continuos de los atractivos turísticos que posee el Cantón Naranjal, mientras que el 22% están de acuerdo en que visitan con frecuencia los sitios de la localidad, por otra parte el 16% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, el 19% de los encuestados están en desacuerdo por lo que no son visitantes continuos de nuestro Cantón, finalmente el 25% está muy en desacuerdo, por ende revelan que no visitan los lugares turísticos de Naranjal.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que a pesar de que los otros cantones también poseen lugares turísticos, somos preferidos por un alto porcentaje de visitantes lo cual es alentador para el futuro, mientras que la otra parte se muestra indecisa y contraria a lo expuesto.

PREGUNTA No 7.- Cuando ha buscado información siempre ha tenido a su disposición o acceso, diversa fuente de información sobre el turismo en el cantón Naranjal.

Cuadro No. 22 Acceso a la información sobre el potencial turístico de Naranjal

| PREGUNTA N° 7 | | | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------|-------------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCAJ | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 40 | 15 | 3 | 10 | 68 | 17,75 | 18% |
| 4 | 43 | 27 | 7 | 25 | 102 | 26,63 | 27% |
| 3 | 65 | 12 | 4 | 14 | 95 | 24,80 | 25% |
| 2 | 50 | 4 | 1 | 4 | 59 | 15,40 | 15% |
| 1 | 53 | 4 | 0 | 2 | 59 | 15,40 | 15% |
| | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

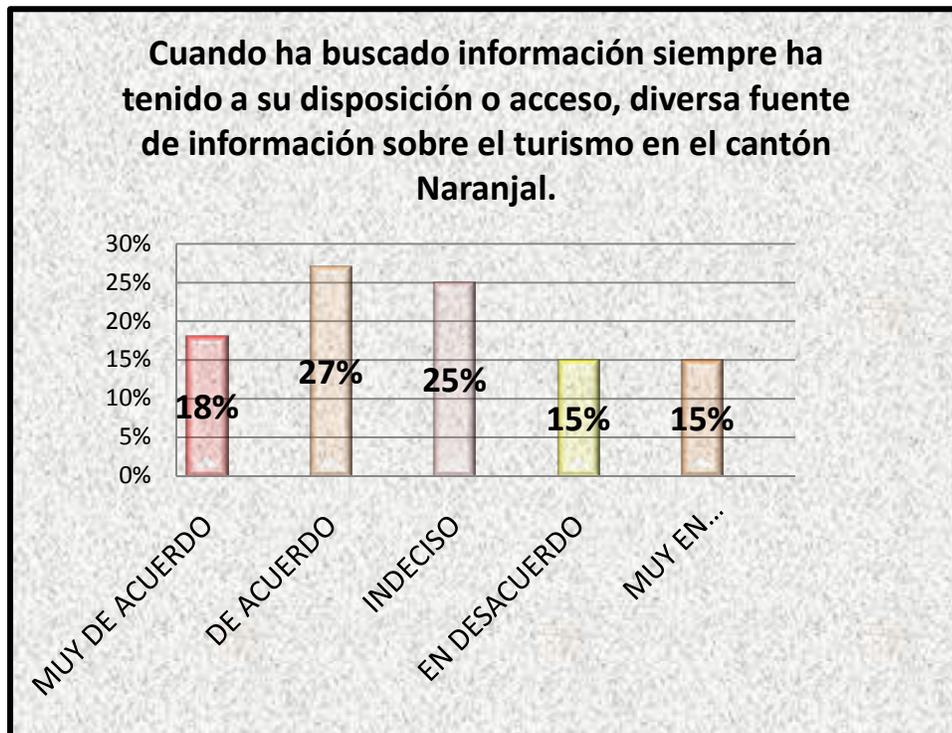
Cuadro No. 23 Acceso a la información sobre el potencial turístico de Naranjal

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|--------------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 69 | 18% |
| De Acuerdo | 86 | 22% |
| Indeciso | 60 | 16% |
| En Desacuerdo | 72 | 19% |
| Muy En Desacuerdo | 96 | 25% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 13
Acceso a la información sobre el potencial turístico de Naranjal



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 18% y 27% respectivamente de la población consideran que si obtienen información sobre los distintos lugares que posee el Cantón Naranjal, mientras que en un 25% se muestran las personas indecisas ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, en un 30% de los encuestados están en desacuerdo y muy desacuerdo por lo que no consideran que no existe información de ninguna clase, afectando gravemente la difusión y conocimiento de lo que brinda la localidad.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que existe una escasa difusión turística por lo que todavía no es muy reconocido todos los atractivos turísticos del Cantón.

PREGUNTA No 8.- Invertir en proyectos turísticos, conlleva a un elevado nivel de riesgo.

Cuadro No. 24 Nivel de riesgo de los proyectos turísticos

| PREGUNTA N° 8 | | | | | | | |
|----------------------|----------------|-------------------|--------------|------------------|------------|-------|------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCAY | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 20 | 14 | 4 | 19 | 57 | 14,88 | 15% |
| 4 | 48 | 24 | 5 | 20 | 97 | 25,33 | 25% |
| 3 | 95 | 14 | 4 | 13 | 126 | 32,90 | 33% |
| 2 | 48 | 4 | 1 | 2 | 55 | 14,36 | 14% |
| 1 | 40 | 6 | 1 | 1 | 48 | 12,53 | 13% |
| | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

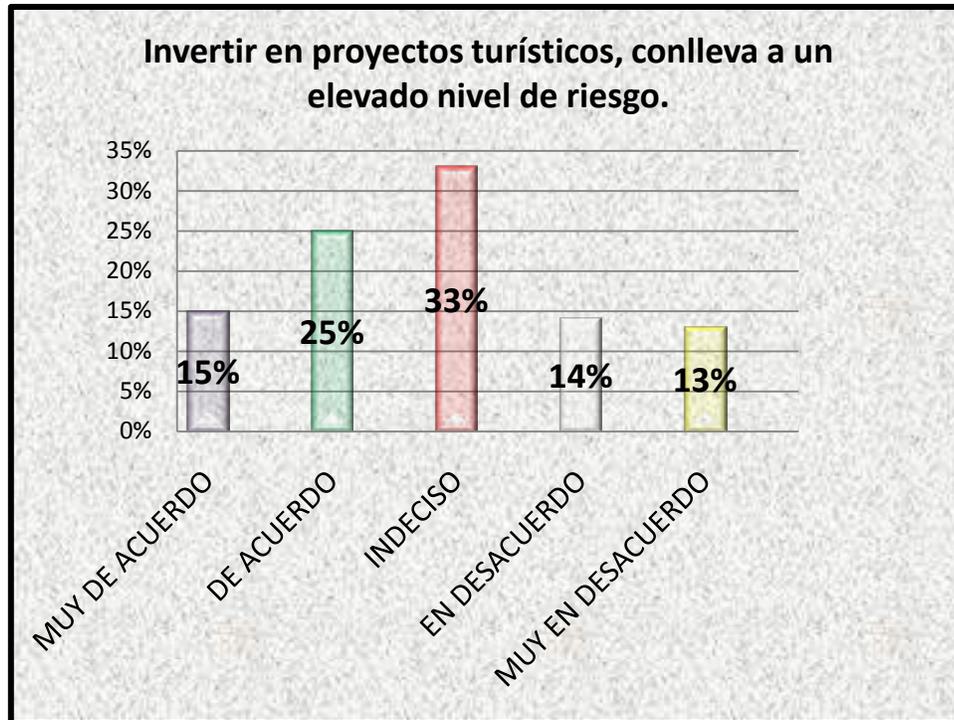
Cuadro No. 25 Nivel de riesgo de los proyectos turísticos

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|--------------------------|-------------------|--------------------|
| Muy de Acuerdo | 57 | 15% |
| De Acuerdo | 97 | 25% |
| Indeciso | 126 | 33% |
| En Desacuerdo | 55 | 14% |
| Muy En Desacuerdo | 48 | 13% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 14
Nivel de riesgo de los proyectos turísticos



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 15% y 25% respectivamente de la población consideran que es un alto nivel de riesgo invertir en proyectos turísticos, mientras que en un 33% se muestran las personas indecisas ante la pregunta antes mencionada.

Por otro lado, en un 27% de los encuestados están en desacuerdo y muy desacuerdo por lo que no consideran que no existe riesgo de inversión en dichos proyectos por lo que consideran que por falta de proyectos no se desarrolla el nivel económico de la localidad.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que existe un porcentaje alto de riesgo lo que frena y desmotiva los emprendimientos turísticos.

PREGUNTA No 9.- Empezar en el turismo es sinónimo de asumir grandes riesgos.

Cuadro No. 26 Riesgos en emprendimientos turísticos

| PREGUNTA N° 9 | | | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------|------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCAY | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 68 | 15 | 5 | 19 | 107 | 27,94 | 28% |
| 4 | 85 | 17 | 4 | 26 | 132 | 34,46 | 34% |
| 3 | 58 | 17 | 3 | 8 | 86 | 22,45 | 22% |
| 2 | 25 | 9 | 2 | 1 | 37 | 9,66 | 10% |
| 1 | 15 | 4 | 1 | 1 | 21 | 5,48 | 6% |
| | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

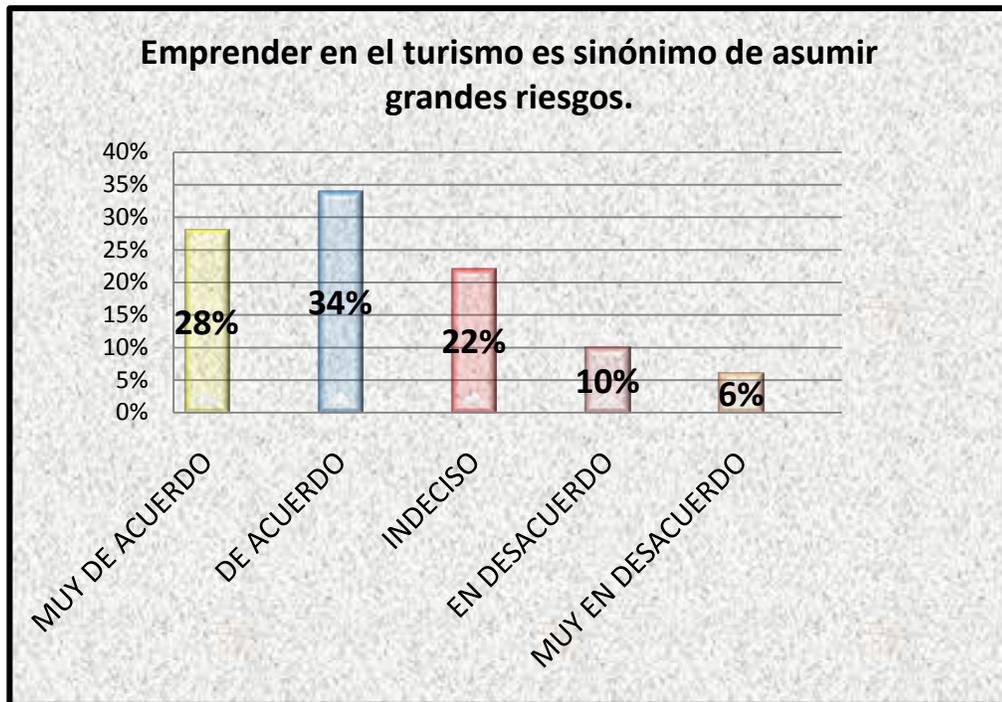
Cuadro No. 27 Riesgos en emprendimientos turísticos

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|--------------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 107 | 28% |
| De Acuerdo | 132 | 34% |
| Indeciso | 86 | 22% |
| En Desacuerdo | 37 | 10% |
| Muy En Desacuerdo | 21 | 6% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 15
Riesgos en emprendimientos turísticos



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 28% de la población considera que el emprendimiento en cuestiones de turismo asume muchos riesgos, además el 34% están de acuerdo y comparten el mismo criterio antes mencionado, por lo que se constata los pocos emprendimientos que existen en la actualidad, por otra parte el 22% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada, pues no tienen conocimiento del mismo.

Por otro lado, el 10% de los encuestados están en desacuerdo y consideran que no hay demasiado riesgo al momento de implementar esto proyecto en lo que respecta al turismo, finalmente el 18% está muy en desacuerdo pues comparten la opinión anterior puesto que consideran que Naranjal es un Cantón donde se necesita explotar todos los atractivos turísticos que posee.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que casi en su totalidad de las personas consideran que emprender en proyectos de turismo tiene un alto porcentaje de riesgo, mientras que la otra parte se muestra indecisa y contraria a lo expuesto.

PREGUNTA No 10.- El riesgo es un factor que desmotiva a invertir en actividades turísticas.

Cuadro No. 28 Riesgo causa desmotivación al invertir

| PREGUNTA N° 10 | | | | | | | |
|-----------------|---------|------------|-------|-----------|-----|-------|------|
| | MILAGRO | EL TRIUNFO | BUCAY | NARANJITO | | | |
| MUESTRA | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | |
| OPCIONES | | | | | | | |
| 5 | 53 | 16 | 5 | 17 | 91 | 23,76 | 24% |
| 4 | 58 | 22 | 6 | 20 | 106 | 27,68 | 28% |
| 3 | 60 | 16 | 2 | 12 | 90 | 23,50 | 23% |
| 2 | 43 | 4 | 1 | 6 | 54 | 14,10 | 14% |
| 1 | 37 | 4 | 1 | 0 | 42 | 10,97 | 11% |
| | 251 | 62 | 15 | 55 | 383 | | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

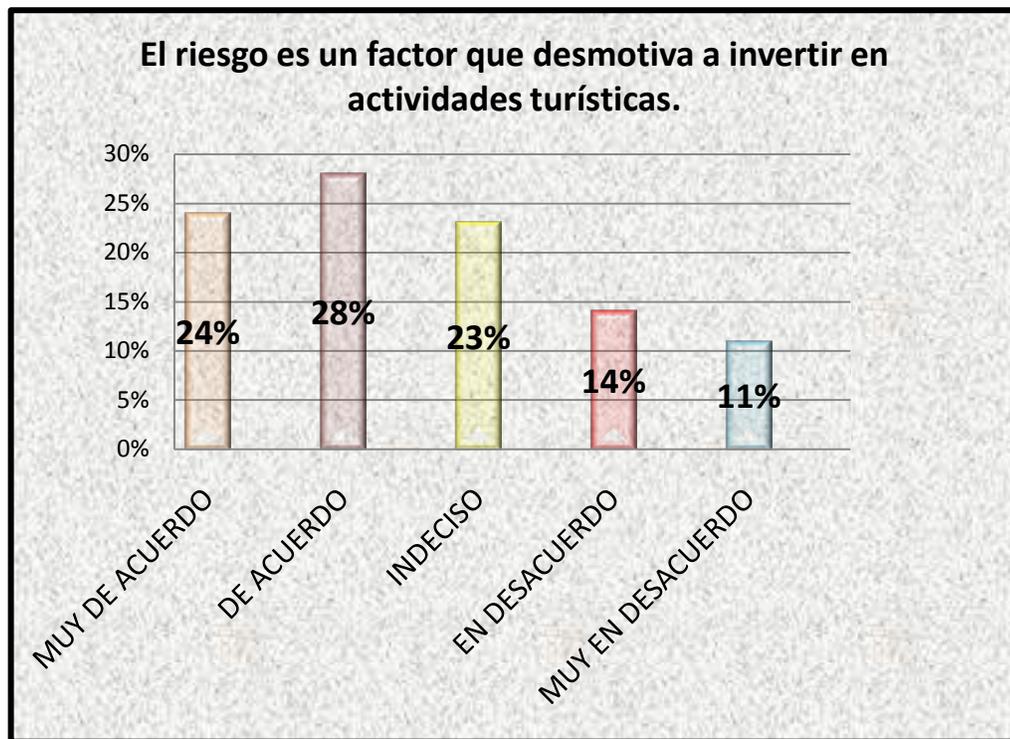
Cuadro No. 29 Riesgo causa desmotivación al invertir

| ALTERNATIVAS | RESPUESTAS | PORCENTAJES |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de Acuerdo | 91 | 24% |
| De Acuerdo | 106 | 28% |
| Indeciso | 90 | 23% |
| En Desacuerdo | 54 | 14% |
| Muy En Desacuerdo | 42 | 11% |
| TOTAL | 383 | 100% |

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 16
Riesgo causa desmotivación al invertir



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Lectura Interpretativa (Análisis)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de los cantones Milagro, Bucay, El Triunfo y Naranjito, se pudo observar que el 24% de la población considera que uno de los factores más importantes para que exista desmotivación en los emprendimientos de turismo es el riesgo que se corre, además el 28% están de acuerdo y comparten el mismo criterio antes mencionado, por lo que se constata los pocos emprendimientos que existen en la actualidad, por otra parte el 23% se muestra indeciso ante la pregunta antes mencionada, pues no tienen no están seguros de su respuesta.

Por otro lado, el 14% de los encuestados están en desacuerdo y consideran que no es el riesgo un factor preponderante que afecte tanto y desmotive a la hora de implementar dichos proyectos, finalmente el 18% está muy en desacuerdo pues comparten la opinión anterior puesto que consideran que Naranjal es un Cantón donde se necesita explotar todos los atractivos turísticos que posee por sus riquezas tanto naturales como ecológicas.

Los resultados obtenidos de las encuestas nos indican que casi en su totalidad de las personas consideran que existe un alto porcentaje de desmotivación debido al factor riesgo, mientras que en un 23% se muestran indecisos y la otra parte se muestra contraria a lo expuesto.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

Como no existen estudios sobre análisis de las potencialidades turísticas que posee el Cantón Naranjal, podemos darnos cuenta la importancia del estudio realizado, mediante esta investigación se puede observar si el desconocimiento y la falta de difusión de los lugares turísticos afecta al desarrollo local del cantón Naranjal.

Mediante este análisis se ha constatado la falta de impulso y la falta de difusión de todos los atractivos turísticos del Cantón Naranjal, además la falta de organización por parte de las autoridades para mantener aspectos como las vías de acceso en buen estado, que los sitios turísticos estén bien adecuados(seguridad, guías turísticos), esto se muestra en que más de la mitad de la población de los distintos cantones consideran que al momento de requerir transporte no conocen y no hay disponibilidad ni oferta alguna.

Otro punto preponderante que se puede constatar en el análisis de las encuestas es que existe un nivel de riesgo por el cual no existen emprendimientos por parte de los jóvenes, y los pocos que existen no tienen el apoyo necesario por parte de las autoridades.

Por ultimo algo relevante es que a pesar de que en los análisis realizados existe un porcentaje grande de personas que aseguran conocer y convertirse en los principales difusores de los atractivos turísticos que posee el Cantón Naranjal, no existe la información necesaria para que otras personas acudan a los distintos sitios turísticos ecológicos y geográficos que posee la localidad, es decir no existen estrategias de comunicación que permitan atraer turistas que mejoren el desarrollo local de Naranjal.

4.3 RESULTADOS.

El supuesto por lo cual se inició la investigación acerca del nivel de cultura turística que poseen los habitantes del Cantón Naranjal, para el incremento del desarrollo local en su Cantón, se debe a que la mayoría de personas a pesar de que dicen conocer los lugares turísticos de su localidad, no se realiza difusión de una manera correcta la cual permita atraer turismo de afuera que les permita mejorar el desarrollo de su localidad, esto se demostró en los resultados obtenidos en las preguntas planteadas en las dos encuestas y en la entrevista realizada al Alcalde del Cantón Ing. Marcos Chica.

A muchos habitantes del Cantón Naranjal se les atribuye poca cultura turística, y a pesar de que los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes de este Cantón refleja un alto porcentaje de conocimiento y difusión, en las encuestas de los distintos cantones podemos observar que existe una baja rotación de visitantes, lo que quiere decir es que no aplican correctamente estrategias de comunicación que les permita atraer turistas de otras partes lo cual va a influir directamente al desarrollo local de Naranjal, lo cual se muestra en el siguiente informe.

Cuando empezamos la investigación se pensaba que uno de los factores por lo que no se fomenta el turismo, es que existe poco conocimiento de los lugares turísticos que posee el Cantón, y poca difusión de los mismos, sin embargo podemos darnos cuenta mediante el análisis realizado que existe un porcentaje alto en cuanto a conocimiento de los sitios turísticos, sin embargo no se realiza difusión de una manera correcta ya que podemos darnos cuenta en las encuestas realizadas que existe un porcentaje bajo de rotación de visitas de los turistas en el Cantón Naranjal, y que al momento de elegir los turistas un lugar geográfico o ecológico un porcentaje muy regular prefiere a Naranjal.

Otro factor importante es que no existe apoyo por parte de las autoridades locales, a los emprendimientos turísticos aunque ellos aseguran no existen por parte de los universitarios, en otro punto muy relevante podemos decir que un factor clave para que exista poca difusión de los lugares turísticos del Cantón Naranjal es que no existen ni se aplican estrategias de comunicación adecuadas a lo requerido.

Finalmente se establece que la experiencia obtenida en este análisis es que los habitantes de Cantón Naranjal, solo conocen los lugares turísticos que poseen pero no difunden de una manera adecuada los mismos, por ende existe el desconocimiento y falta de difusión.

Por lo tanto, para poder incursionar en darle solución a los problemas planteados, es necesario de personal capacitado para que sirva de asesoramiento y a la vez que permita difundir y dar a conocer más el turismo que posee Naranjal, de esta manera impulsar más a los habitantes a hacer turismo local y que los turistas extranjeros vengan más seguido al Cantón ofreciendo adicionalmente información necesaria, y paquetes turísticos que impulsen el desarrollo local del Cantón.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Cuadro No. 30 Verificaciones de las hipótesis planteadas

| HIPÓTESIS | VERIFICACIÓN |
|--|---|
| <p>Hipótesis General El desarrollo local del Cantón Naranjal provincia del Guayas, se ve afectado por el desconocimiento turístico en los atractivos de esta zona geográfica.</p> | <p>De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los distintos cantones, en la <u>Pregunta No 3</u> Se obtuvo que el 47% de los habitantes de los diferentes cantones deciden efectuar turismo en el Cantón Naranjal, mientras que el 23% está indeciso en visitar estos lugares y finalmente tenemos que el 30% de personas no eligen los sitios turísticos de Naranjal, esto se debe a la poca difusión por parte de las autoridades del Cantón.</p> |
| <p>Hipótesis Particular 1: El bajo nivel turístico que existe en el cantón Naranjal se debe a la escasa difusión turística por parte de las autoridades locales.</p> | <p>De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los distintos cantones, en la <u>Pregunta No 1</u>, nos refleja que el 54% de los habitantes de los diferentes cantones tienen conocimiento de la existencia de estos lugares, mientras que el 18% está indeciso en conocerlos o no, finalmente el 28% está en total desacuerdo en tener conocimiento de los atractivos de esta localidad, esto se debe a la poca difusión por parte de las autoridades locales.</p> |
| <p>Hipótesis Particular 2: Como resultado de la escasa cultura turística de los habitantes del sector, el potencial turístico del cantón Naranjal es afectado.</p> | <p>También podemos observar en la <u>Pregunta No 6</u> dan a conocer que el 40% de habitantes de los distintos cantones son visitantes continuos de los atractivos turísticos del Cantón Naranjal, mientras que el 16% está indeciso ante esta pregunta y al mismo tiempo nos reflejan que la mayor parte de la población es decir el 44% no son visitantes, esto se debe al poco conocimiento de los sitios turísticos que posee el Cantón Naranjal.</p> |
| <p>Hipótesis Particular 3: El acceso a los diversos sitios turísticos del cantón Naranjal se ve afectado por el mal estado de sus vías.</p> | <p>De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas, en la <u>Pregunta No 4</u> podemos constatar que el 50% de los habitantes de los diferentes cantones encuestados manifiestan que los accesos a la localidad del Cantón Naranjal están en perfecto estado, mientras que el 50% están indecisos y en total desacuerdo considerando que las vías de acceso específicamente las de acceso a los puntos turísticos, están en mal estado por ende podemos considerar que afecta para el traslado de los turistas. Además también es importante considerar que en la <u>Pregunta No 5</u> aplicada a los distintos cantones se verifica que el 44% está a disposición el transporte adecuado para los turistas lo que conlleva a que opten por visitar los lugares, el 25% manifiesta estar indeciso en esta pregunta, finalmente el 31% no encuentra a disposición ningún transporte que haga los recorridos a los diferentes lugares de la localidad.</p> |
| <p>Hipótesis Particular 4: La no aplicación de la estrategia de comunicación de los emprendimientos turísticos afecta en la escasa difusión turística.</p> | <p>De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los distintos cantones, en la <u>Pregunta No 7</u> podemos verificar que el 45% de los individuos encuestados reflejan tener una adecuada información sobre los lugares turísticos del Cantón Naranjal, mientras que el 25% de ellos están indecisos ante la pregunta planteada, el 30% de la población no encuentra ni obtiene respuesta, por lo que afecta directamente a la escasa difusión turística.</p> |
| <p>Hipótesis Particular 5: El bajo nivel de rotación de visitas que existe en el cantón Naranjal se debe a la escasa transportación hacia los diferentes puntos turísticos.</p> | <p>Según los resultados de las encuestas nos da a conocer que el la <u>pregunta No 5</u> aplicada a los distintos cantones se verifica que el 44% está a disposición el transporte adecuado para los turistas lo que conlleva a que opten por visitar los lugares, el 25% manifiesta estar indeciso en esta pregunta, finalmente el 31% no encuentra a disposición ningún transporte que haga los recorridos a los diferentes lugares de la localidad.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Hipótesis Particular 6: El elevado nivel de riesgo para la implementación de proyectos turísticos desmotiva a los inversionistas privados.</p> | <p>De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los distintos cantones, en la <u>Pregunta No 8</u> podemos verificar que el 40% de la población considera que invertir en proyectos turísticos conlleva a un riesgo muy alto, enfocándose el 33% nos refleja que están indecisos en si existe un riesgo elevado o no en los proyectos turísticos, por últimos tenemos que el 27% de ellos manifiestan que no hay ningún tipo de riesgo.</p> <p>También es importante considerar que en la <u>Pregunta No 9</u> aplicada a los distintos cantones, se muestra un porcentaje alto 62% en que consideran que emprender en turismo es sinónimo de riesgo, mientras que el 32% está indeciso y finalmente el 16% refleja no correr ningún tipo de riesgo.</p> <p>Finalmente podemos concluir diciendo que en la <u>Pregunta No 10</u> aplicada a los distintos cantones, verificamos que el 52% de las personas encuestadas manifiestan que el riesgo es un factor de desmotivación, es por esto el porcentaje que se obtuvo en la encuesta aplicada, mientras que el 23% está indeciso y finalmente el 25% de ellos están en desacuerdo con esta pregunta.</p> |
|--|--|

Fuente: Resultados de la verificación de hipótesis del cantón Naranjal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

CAPÍTULO V

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de una Operadora Turística, ubicada en el Cantón Naranjal para potenciar y difundir los atractivos geográficos y culturales de la zona.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Actividad de una operadora turística

La actividad de una operadora turística es ofrecer al público productos o servicios turísticos como (alojamiento, restaurantes, empresas de transportes, y muchas veces arman sus propios paquetes). Las operadoras son especialistas en nichos de turismo específicos, son consideradas operadoras mayorista si trabajan con agencias, existe diferencias al hablar de una agencia de turismo y una operadora, aunque ambas se dedican a promover el turismo de una localidad.

Una operadora está formada por 2 o más socios que realizan convenios para elaborar paquetes de turismo y ofrecerlos a las agencias, estas a la vez se encargan de explorar un nicho específico y darle publicidad.

Requerimientos de infraestructura y recursos

Infraestructura

Lo primordial para efectuar turismo en una localidad seria contar con carreteras en buen estado, sistemas de comunicaciones modernos, amplio sector hotelero, servicios básicos, personal capacitado y calificado en todas las áreas relacionadas al turismo.

La infraestructura que se necesita para el turismo de aventura y Naturaleza su inversión no es tan alta más bien se necesita:

- Operadoras de turismo eficientes (equipos de turismo en buen estado).
- Personal capacitado
- Transporte terrestre adecuado a las circunstancias del terreno.
- Documentación de la operadora en orden.

Recursos.- Esta operadora consta con un capital formado por las aportaciones de los socios (accionista), los accionistas son el pilar fundamental de la empresa.

El nombre de la sociedad se agrega la expresión “limitada”

Art 92. “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales”.

La sociedad limitada realizara toda clase de actos civiles y de comercio mercantiles permitida por la ley.

Qué servicios ofrece

La operadora turística ofrece servicios de:

- Información sobre los atractivos turísticos
- Paquetes turísticos
- Servicio de, movilización, etc.
- Alimentación

Cuáles son sus beneficios para la economía

Se considera un factor realmente indispensable para el desarrollo local y cultural de una ciudad, debido a las diversas actividades realizadas que generan divisas, y de esta manera produce una expansión en la economía de la localidad, generando nuevos mercados de empleo.

El turismo ayuda al intercambio social, a la adaptación de nuevas costumbres que ayudan de manera positiva a la sociedad.

En la actualidad el turismo se considera como el futuro de todos los países en vías de desarrollo que quieran aprovechar al máximo los recursos que les ofrecen cada país.

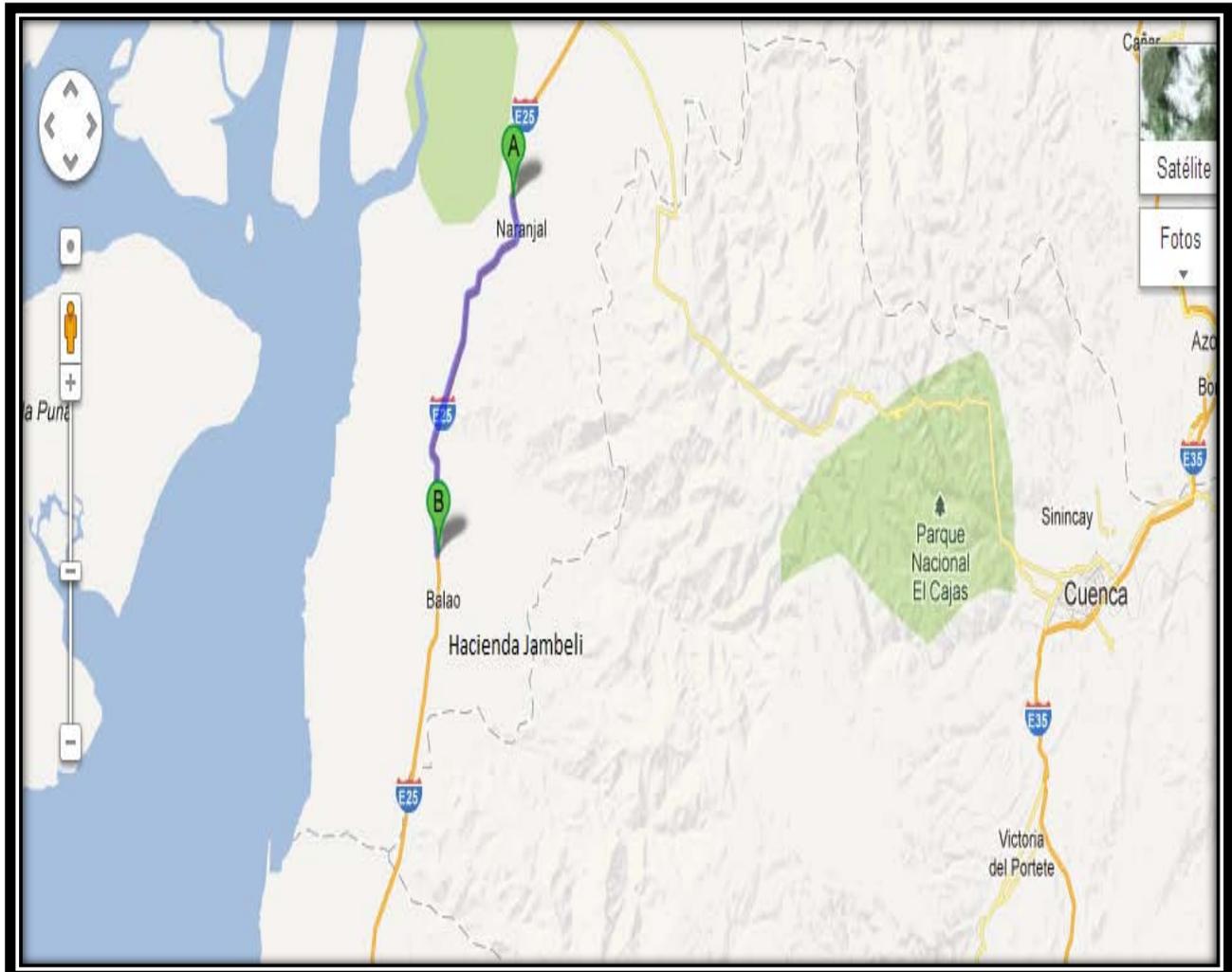
Atractivos turísticos que poseen el Cantón Naranjal y su ubicación

➤ Hacienda Jambelí

Visitando la Hacienda Jambelí podrá recorrer una de las haciendas más completas de la costa, siendo su principal atractivo el centro de rescate de vida silvestre de la Fundación Ecológica, que funciona alrededor de 20 años y es el más antiguo del país.

Ubicación: Se encuentra a 16 km. de Naranjal en la vía a Machala exactamente en Balao Chico.

Figura 17



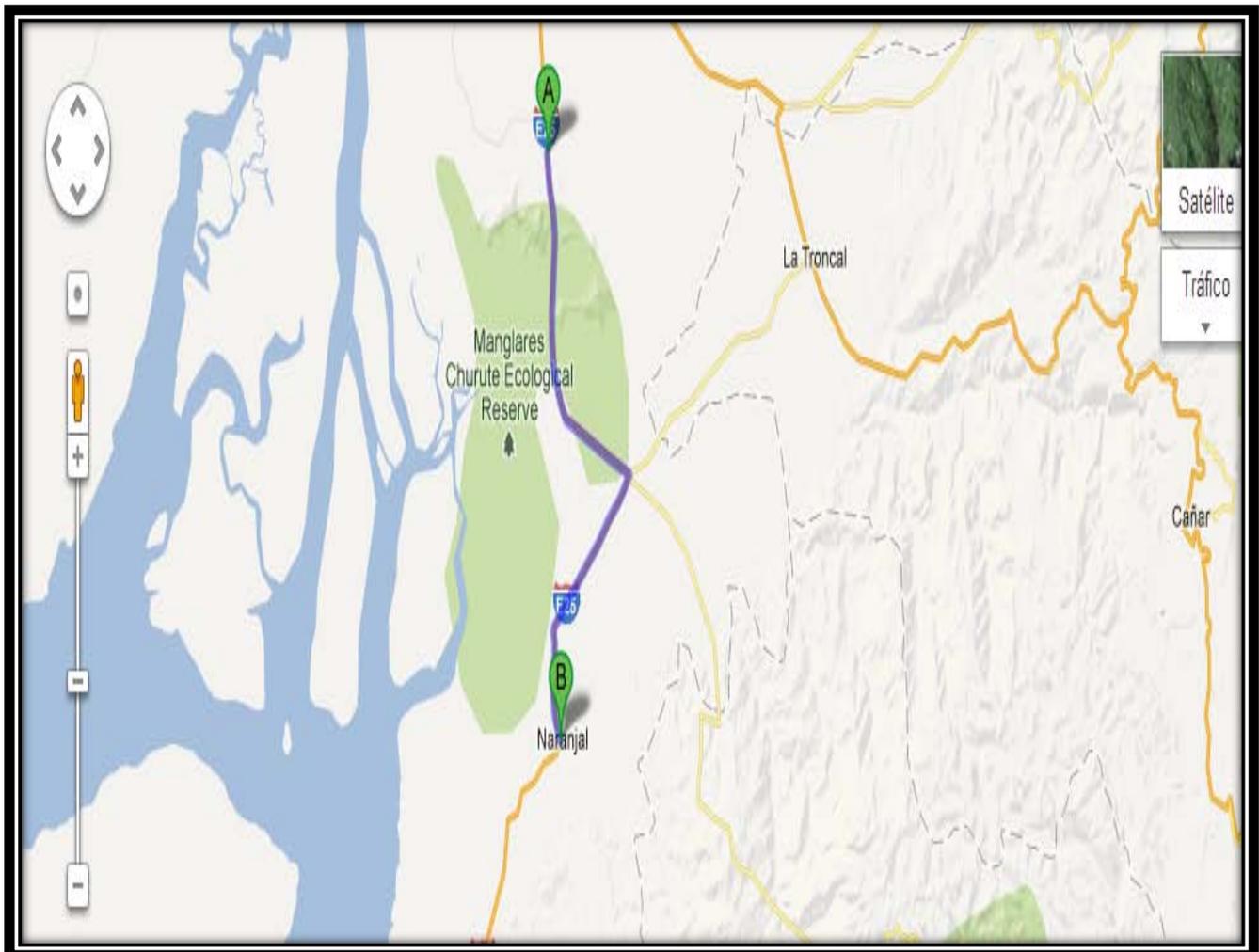
Fuente: Google Maps.

➤ **Reserva Ecológica Manglares Churute**

La Reserva Manglares Churute posee una extensión de 49,383 hectáreas, de las cuales 35,000 son de manglares y 14,383 son de hectáreas que corresponden a los cerros del Mate, Cimalón, Perequete Chico, Perequete Grande, Pancho y el Diablo.

Ubicación: La Reserva Manglares Churute se encuentra en el cantón Naranjal, a 45 minutos en carro desde Guayaquil en la vía a Machala.

Figura No. 18



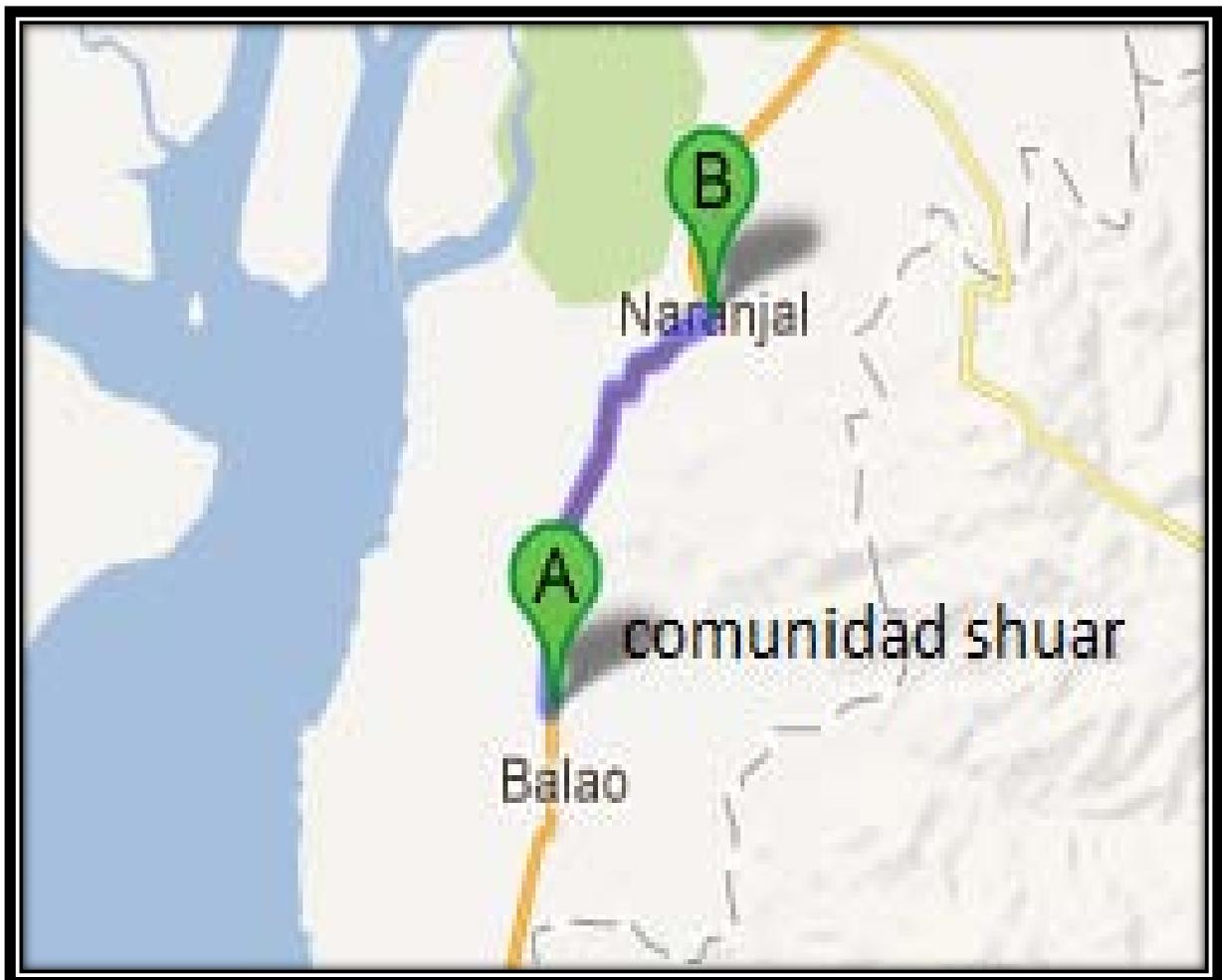
Fuente: Google Maps.

➤ **Centro Shuar de Aguas Termales**

El Centro Shuar de Aguas Termales consta con una diversidad de animales exóticos, además es reconocido por sus famosas aguas termales las cuales tienen un poder curativo, también poseen su cultura Shuar donde realizan rituales a Dios.

Ubicación: El Centro Shuar de Aguas Termales está ubicado a 8 Km. de la vía Panamericana, pasando el cantón Naranjal, a la entrada de Balao Chico, a una hora y media de Guayaquil.

Figura 19



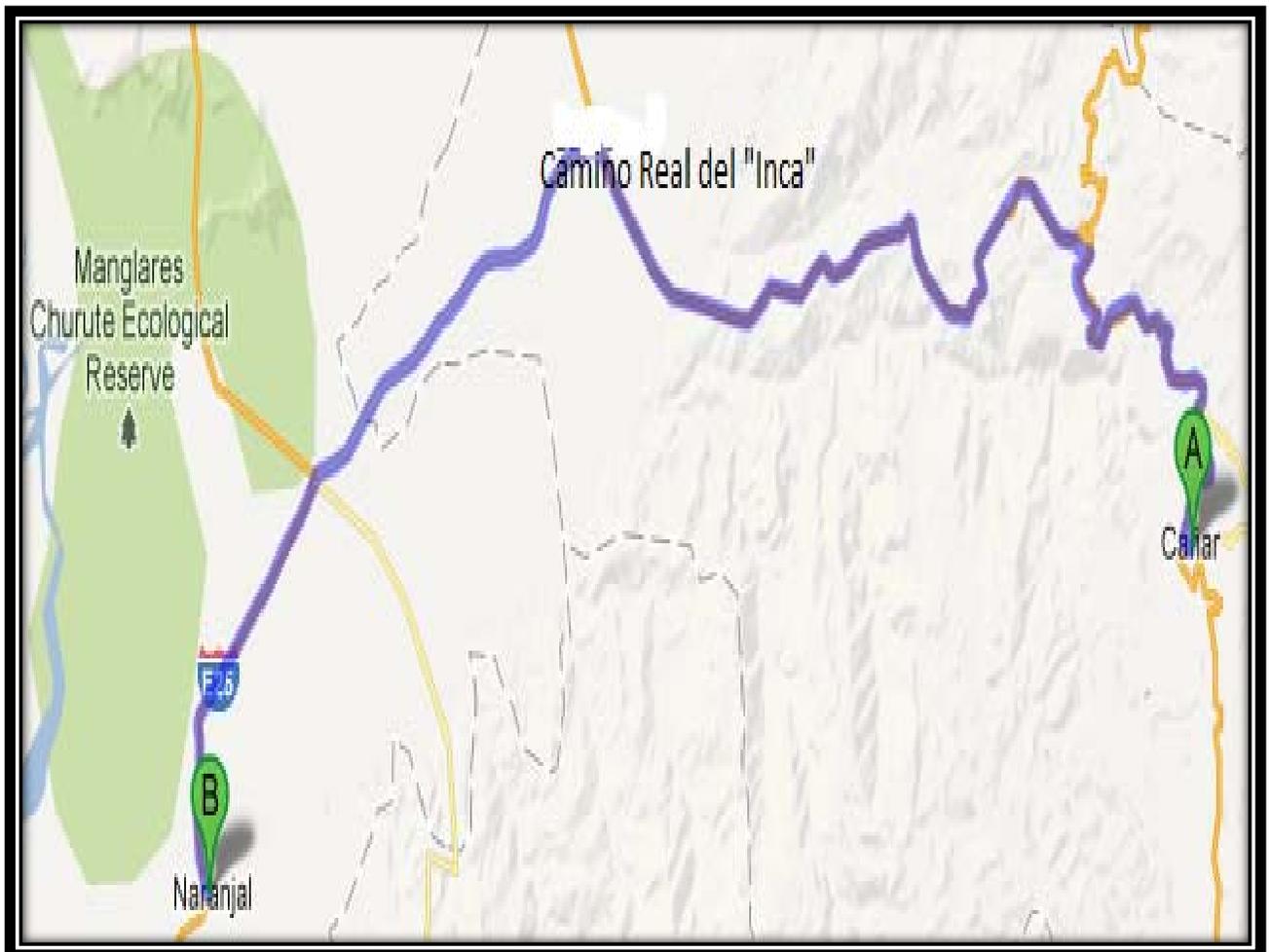
Fuente: Google Maps.

➤ **Camino Real del Inca**

Conocido como el “Camino Real del Inca”, esta estructura de 300 kilómetros aproximadamente, recorría desde Achupayac, una población indígena Ingapirca (Cañar) hasta el Puerto de Bolas en Naranjal (Guayas).

Ubicación: El Camino Real del Inca se inicia en el Cantón Naranjal y tiene un recorrido que desciende desde las más altas montañas de la serranía ecuatoriana, construida en la época de oro de uno de los imperios más grandes del mundo antiguo, el imperio Inca del TAHUANTINSUYO.

Figura 20



Fuente: Google Maps.

➤ **El Cerro de Hayas**

Etimológicamente su nombre significa “**Lamento del Inca**”, además se dice que en la punta de la montaña de donde derivan las cascadas hay entierros inmensos de oro, y hay gente que asegura haber divisado en la noche una extraña luminosidad en la cúspide del monte.

Ubicación: El Cerro de Hayas, está ubicado en las estribaciones de la Cordillera Molleturo al Sur del Cantón Naranjal, en el Km. 4 de la vía Naranjal Machala a la izquierda.

Figura 21



Fuente: Google Maps.

➤ **Hacienda las Cañas**

En un ambiente de singular belleza de vegetación tropical, ríos, aves de variadas especies, y hasta una represa de río, la hacienda cuenta con excelentes instalaciones tales como cabañas, comedor, caminos, señalamientos, parqueos, servicios de guardianía, paseos a caballo o en tractor, etc.

Ubicación: La Hacienda Cañas se encuentra ubicada a 75 Km. de Guayaquil, en el sector de Puerto Inca, cantón Naranjal.

Figura 22



Fuente: Google Maps.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La creación de la operadora turística tiene como finalidad satisfacer a las personas ofreciendo servicio de calidad en nuestros diversos paquetes turísticos y sitios de recreación, de esta manera ayudamos a fomentar en el Cantón de Naranjal el turismo que ayudará al beneficio del desarrollo local , generando nuevos mercados de trabajo e ingresos.

Según datos obtenidos de la entrevista y las encuestas realizadas en la población de Naranjal y cantones aledaños aceptan la creación de la Operadora Turística en dicho cantón, de esta manera debemos aprovechar esta oportunidad que nos ofrece la ciudadanía y el actual gobierno para la creación de dicho proyecto.

La creación de este proyecto servirá de ejemplo para la ciudadanía ya que con su apoyo ayudara positivamente al crecimiento de la actividad turística y a motivar a que visiten primero los lugares de nuestro País, por lo será un beneficio para nuestro Cantón y la Provincia.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Crear una Operadora Turística y posicionarla como un negocio de éxito y generadora de satisfacción a sus clientes, mediante la aplicación de estrategias de gestión, de marketing y proyecciones financieras, para asegurar la rentabilidad de la empresa y contribuir al desarrollo local del Cantón Naranjal.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Diseñar la Filosofía Corporativa de la Operadora Turística
- Establecer la estructura orgánico-funcional del negocio y los procedimientos de trabajo.
- Desarrollar un estudio del nivel de competitividad del mercado (Porter) y un análisis de la situación interna y externa del negocio (FODA).

- Delinear las estrategias de marketing mix.
- Establecer una proyección económica-financiera de la operatividad del negocio.

5.5 UBICACIÓN

Razón Social: La Operadora Turística llevará por nombre Comercial:

“AVENTURERO TOURS”

La Operadora Turística estará ubicada en:

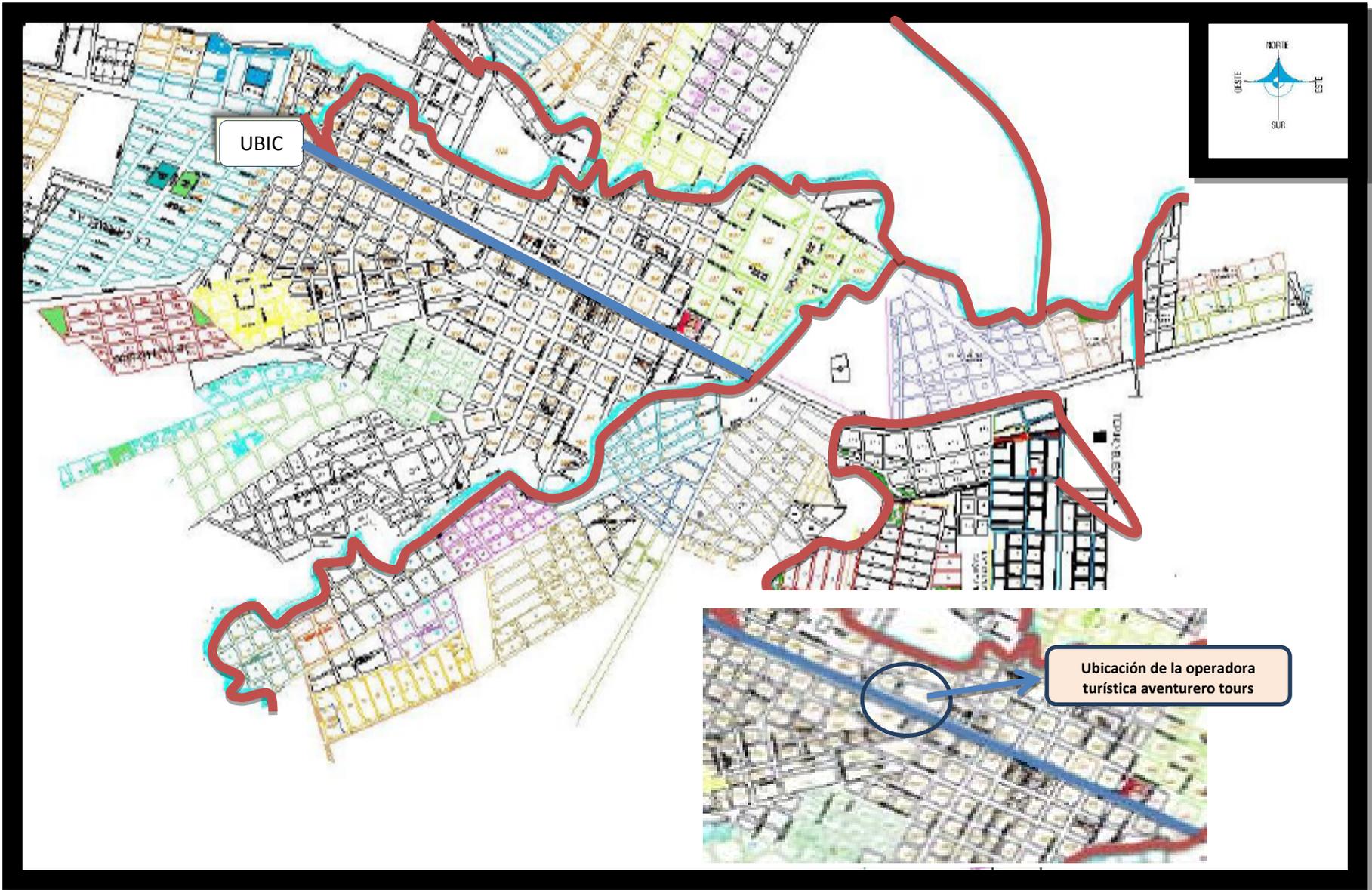
País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjal

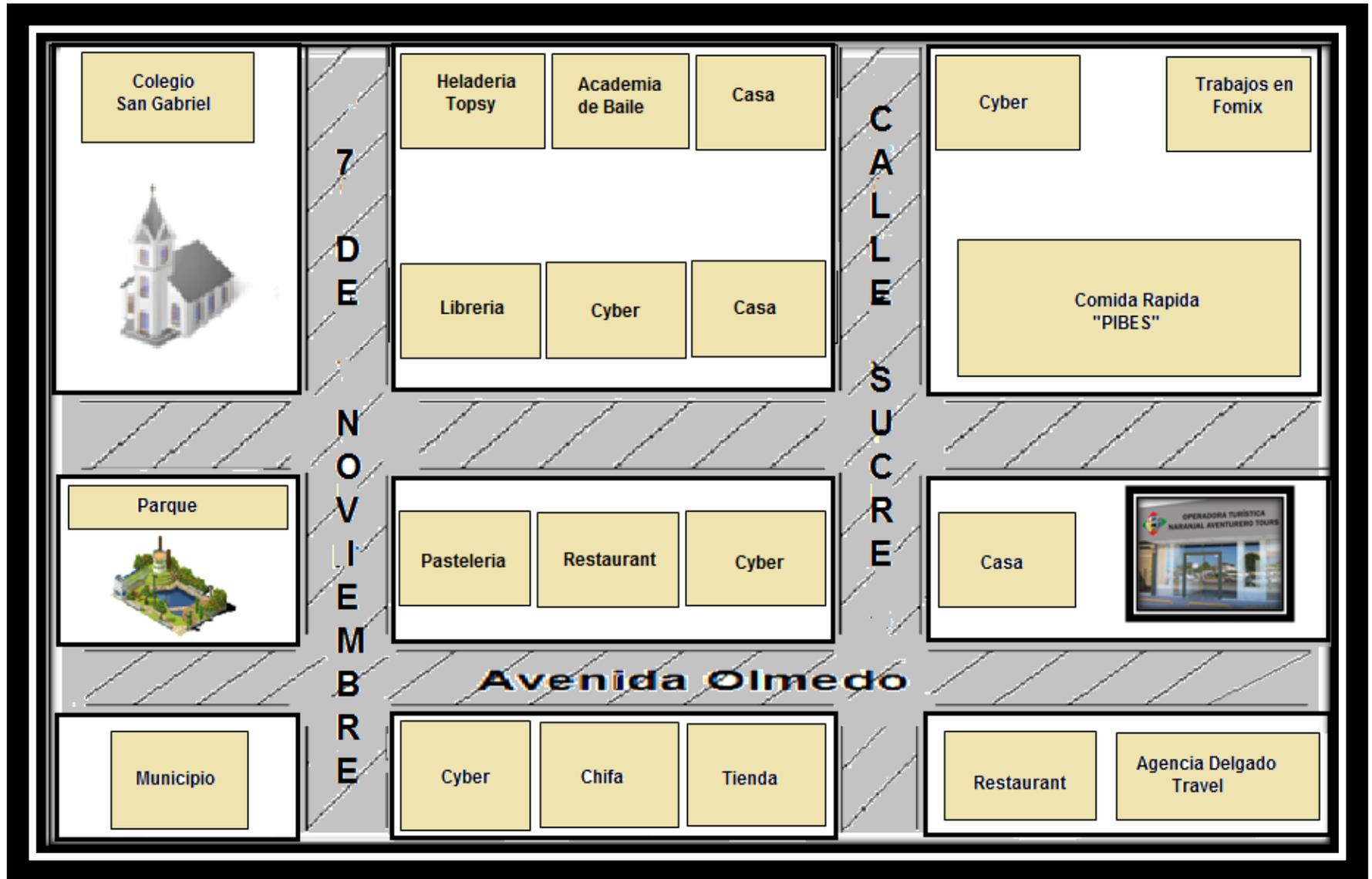
Dirección: Calle Av. Olmedo y calle Sucre (frente a Delgado Travel)

Figura 23 Mapa de Naranjal



Fuente: Mapa del Cantón Naranjal y la Ubicación de la Operadora Turística.
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 24 Croquis de la ubicación de Aventurero Tours



Fuente: Croquis de la ubicación de la Operadora Turística en el Cantón Naranjal.
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Figura 25 Operadora Turística



Ventajas de la ubicación:

- ❖ Ubicación céntrica y de fácil acceso al turista.
- ❖ Zona de amplio movimiento comercial y afluencia de personas.
- ❖ Fácil acceso a la Operadora Turística por sus calles en perfecto estado.
- ❖ Contamos con instalaciones adecuadas e infraestructura adecuada para el acogimiento de los distintos turistas que visiten nuestra operadora.

5.6 FACTIBILIDAD

ASPECTO ADMINISTRATIVO

En lo que respecta a la parte administrativa de una empresa, es uno de los puntos más importantes dentro de la misma, ya que es la encargada de organizar en forma correcta las actividades que se desarrollaran en los distintos departamentos, para de esta manera lograr los objetivos propuestos. En lo que respecta a la Operadora Turística no presenta inconvenientes, sólo se requiere del establecimiento de las funciones y procedimientos que dan paso a la operatividad de la misma, delimitando o segregando funciones a fin de evitar duplicidad de tareas; y, dejando establecido los procesos de trabajo.

ASPECTO ECONÓMICO

Dada las proyecciones Financieras que más adelante se establecen sobre todo porque ser una sociedad limitada, el nivel de capital requerido es mínimo y los socios pueden cumplirlo con aportes privados y con un apalancamiento tomado como opción de diversas líneas de crédito que actualmente se dan en el mercado o considerando los préstamos que otorgan entidades de nuestro país como la CFN cuyo objetivo es promover el desarrollo local de todas las regiones.

ASPECTO LEGAL.

No existen inconvenientes de factibilidad; sin embargo se debe cumplir con los requerimientos que determinan las leyes, especialmente la correspondiente al Ministerio de turismo. A continuación se establecen las leyes:

Fases para la creación de una operadora de turismo

Figura 26



Ministerio de Turismo del Ecuador

La Operadora Turística brindará servicios como actividades de recreación turística con los recursos naturales que posea la ciudad de Naranjal y Cantones aledaños, es por eso que las siguientes leyes impuestas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, nos mostrará las exigencias, principios y políticas que permitan la apertura de la operadora turística.

Según el título V del Ecoturismo y la Sostenibilidad, Del Reglamento General de actividades turísticas, decreto ejecutivo 3400, en el registro oficial 726, del 17 de diciembre del 2002 considera lo siguiente:

Art. 165. Actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado.

Las personas naturales o jurídicas, pueden ejercer actividades de ecoturismo, previo el cumplimiento de los requisitos exigidos por el Ministerio de Turismo, sus leyes, reglamentos y demás normas vigentes.

Art. 166. Actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado comunitario.

Las comunidades legalmente reconocidas, pueden ejercer las actividades de ecoturismo previstas en la ley, a excepción de aquellas cuyo ejercicio esté reservado a algunas personas jurídicas según las leyes vigentes.

Las actividades se realizarán de manera directa, sin intermediarios. Por lo tanto las comunidades legalmente reconocidas podrán realizar la comercialización de sus productos y completar la cadena de valor operativa por sí mismos.

Las operaciones realizadas por comunidades legalmente reconocidas, serán autorizadas únicamente para su jurisdicción; sin implicar ello exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios.

Para efectos de este reglamento, se entiende por comunidad la organización.

Reglamento, comprobantes de venta, retención y documentos complementarios

Al convertirse en una compañía que va a ofrecer servicios de turismo dentro de la comunidad debe cumplir con los organismos de control respectivo entre ellos obligación del Ruc, más la emisión de los comprobantes de ventas conforme al reglamento, Art.1, 2,8

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas.
- b) Notas de venta – RISE.
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios.
- d) Tiquetes emitidos por máquinas registradoras.
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos.
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

Art. 2.- Documentos complementarios.- Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a) Notas de crédito.
- b) Notas de débito.
- c) Guías de remisión.

Art. 8.- Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención.- Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aun cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier

naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado.

La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado.

Registro Único De Contribuyentes (Servicio De Rentas Internas)

El Servicio de Rentas Internas es un organismo encargado de controlar la declaración tributaria de todas las personas naturales y jurídicas. La Operadora Turística se constituye en una persona jurídica que está obligada a llevar contabilidad y a actuar bajo el control del SRI.

Para obtener el RUC (documento numerado que identifica a las personas naturales y jurídicas prestadoras de servicios y/o agentes de retención de impuestos) se debe presentar los siguientes documentos:

1. Formulario RUC 01-A lleno y firmado por el representante legal.
2. Original o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
3. Identificación del representante legal, que pueden ser:
 - a) Ecuatorianos: original y copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
 - b) Extranjeros residentes: original y copia de la cédula de identidad.
 - c) Extranjeros no residentes: original y copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 9 -10 o 12 vigente.
4. Original y copia de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades (este es solo para la Superintendencia de Compañías).
5. Verificación de la dirección de establecimientos donde realiza la actividad económica: se solicita original y copia de planilla de servicio de agua, luz o teléfono actual o del mes anterior, o contrato de arrendamiento con sello del juzgado de inquilinato o pago del impuesto predial del año en curso o inmediato anterior.
6. Formulario 106 A, por el pago de la multa de inscripción tardía si fuera el caso.

7. Si presenta más de 8 socios accionistas, se debe presentar disquete con el archivo para la carga.

8. Si el trámite lo hace un tercero, se debe presentar la autorización respectiva firmada por el representante legal con cédula y certificado de votación.

Ley de compañías

Toda compañía dedicada a la producción o a ofrecer servicio a la comunidad debe regirse bajo la ley de compañías.

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- 1.-La compañía en nombre colectivo;
- 2.- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- 3.-La compañía de responsabilidad limitada.
- 4.-La compañía anónima
- 5.- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Inscripción De Compañía (Superintendencia de Compañías)

Obligación: Registro como persona jurídica

Este proyecto se ha orientado a la oferta y la comercialización de servicios turísticos, la modalidad más adecuada para establecerla es la de compañía de responsabilidad limitada, ya que:

Art.92 “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o

denominación objetiva, a la que se añade, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.”

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art.102 “Para conformar el capital de la compañía, los socios deberán realizar sus aportaciones, ya sean numerarias o en especies. Además, estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías”.

Afiliación a Las Cámaras (Cámara de Turismo del Guayas)

Obligación: Afiliarse a la cámara provincial correspondiente.

Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicadas a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Es obligatorio afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

En el certificado de Afiliación constará el número de registro de la operadora, el cual servirá para su identificación en todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad. Para obtenerlo se debe en primera instancia llenar el “Formulario de Afiliación” en el cual se deben proporcionar, los siguientes datos:

- a) Identificar si es persona natural o jurídica
- b) El sector de actividad de acuerdo al registro en el Ministerio de Turismo
- c) Datos del representante legal o persona natural
- d) Datos del Establecimiento
- e) Referencias económicas personales naturales y jurídicas
- f) Referencias personales naturales y jurídicas
- g) Actividades Turísticas predominantes
- h) Modalidad de pago
- i) Solicitud dirigida a la Cámara de Turismo del Guayas

Una vez que la solicitud ha sido aprobada se debe enviar a la Cámara de Turismo del Guayas, los siguientes documentos: (como persona jurídica)

- a) Copia de la escritura de constitución de la compañía o minuta
- b) Copia del último aumento de Capital (sí hubiese)
- c) Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente
- d) Copia del pago al Ministerio de Turismo por el Registro
- e) Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.)
- f) Cancelar la cuota de afiliación y tres meses por adelantado (Esta cuota de afiliación será fijada por el Directorio de la cámara, según el capital social o el patrimonio)

La afiliación confiere a su titular la facultad de ejercer las actividades turísticas constantes de su objeto social, registradas en el Ministerio de Turismo.

Patente Municipal (Municipio de Naranjal)

Obligación: Obtener la patente.

Todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico deberán obtener una patente municipal.

Los requisitos para la obtención de la patente son los siguientes:

Formulario de inscripción de patente, al cual se debe adjuntar copias y originales de la cédula de identidad y de la papeleta de votación del representante legal de la empresa.

Además del RUC (Registro Único de Contribuyentes) de la persona jurídica.

- Número de RUC
- Representante legal
- Cédula de identidad
- Dirección (incluyendo número de oficina)
- Certificación catastral
- Número telefónico
- Ubicación (norte, centro, sur, parroquias)
- Dirección de posibles sucursales
- Constitución del capital
- Descripción de la actividad económica principal
- Cuando se iniciaron las actividades
- Nombre y firma del declarante
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.

Si es que los datos proporcionados en el Formulario no son verdaderos o se han ocultado se considera que la patente municipal no ha sido obtenida

El plazo para obtener y renovar la patente municipal es hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

Cuerpo De Bomberos de Naranjal

Obligación: Todos los propietarios de establecimientos comerciales deben obtener y pagar el permiso de funcionamiento anual.

Para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, se debe comprar la “Solicitud de Inspección” en Tesorería, la misma que será llenada con todos los datos completos, además de un mapa de localización del establecimiento.

Esta Solicitud será presentada en el Departamento de Prevención.

La “Solicitud de Inspección” será dirigida al Señor Comandante General del Cuerpo de Bomberos del Municipio de Naranjal.

En ésta también se incluye:

- Nombre del local, dirección (incluyendo: parroquia, barrio/urbanización, calle, lote, número, intersección, edificio, piso en que funciona e establecimiento y el número de departamento), el mapa de localización, el nombre y firma del solicitante.
- Entre 8 y 10 días después de haber sido presentada la solicitud, se realizará la inspección. Al término de la misma, el inspector encargado entregará al responsable del establecimiento inspeccionado el “Informe de Inspección”, el cual será remitido al Cuerpo de Bomberos junto con la copia y el original de la patente municipal.
- Entre 8 y 10 días después de realizada la inspección, si el “Informe de Inspección” ha resultado favorable, el Cuerpo de Bomberos concede el permiso de funcionamiento.

Permisos de Sanidad

El solicitante deberá dirigirse a la Dirección Provincial de Salud del Guayas y cumplir los siguientes requisitos:

1. Solicitud dirigida a la Directora, Coordinador de Vigilancia Sanitaria, solicitando inspección al local.
2. Copia del Permiso del Cuerpo de Bomberos.
3. Copia de RUC.
4. Copia de Cedula del Propietario o Representante Legal.
5. Copia del último Certificado de Votación.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta de diseñar los lineamientos que permitan implementar una Operadora Turística en el Cantón Naranjal, ha sido realizada con la finalidad de culturizar y de difundir el turismo local, de esta manera atraer turismo de extranjeros que en lo posterior mejore la calidad de vida de las personas. Para lo cual, se utilizaran herramientas estratégicas mencionadas en el trayecto del presente informe, a fin o con el objetivo de lograr el propósito planteado.

5.7.1 Actividades

5.7.1.1 Filosofía Corporativa

Misión

Somos una Operadora Turística dedicada a promover el turismo nacional que supere las expectativas de los turistas nacionales o extranjeros al ofrecer un servicio confiable, y ayudar de esta manera al desarrollo social del cantón Naranjal, manteniendo los más altos estándares de calidad.

Visión

Ser una empresa líder en turismo nacional, basándonos en la competitividad, innovación, eficiencia al ofrecer paquetes de servicios turísticos, confiables que respondan a las exigencias de cada uno de los turistas y así ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades del cantón Naranjal.

Valores corporativos:

La labor realizada por los integrantes de “AVENTURERO TOURS” se rige en general por principios éticos y morales los cuales tienen como finalidad brindar el mejor servicio a cada uno de nuestros clientes.

Honestidad:

Los pensamientos, palabras y acciones como empresa se los maneja de manera coherente, para dar tranquilidad a los turistas al momento de contratar nuestros servicios.

Seguridad:

Nuestra Operadora Turística cuenta con un personal capacitado, y conocedor de cada uno de los sitios que ofrecemos en dicho paquete, además contamos con una línea de furgonetas en excelentes condiciones pensando en la seguridad de nuestros turistas.

Liderazgo:

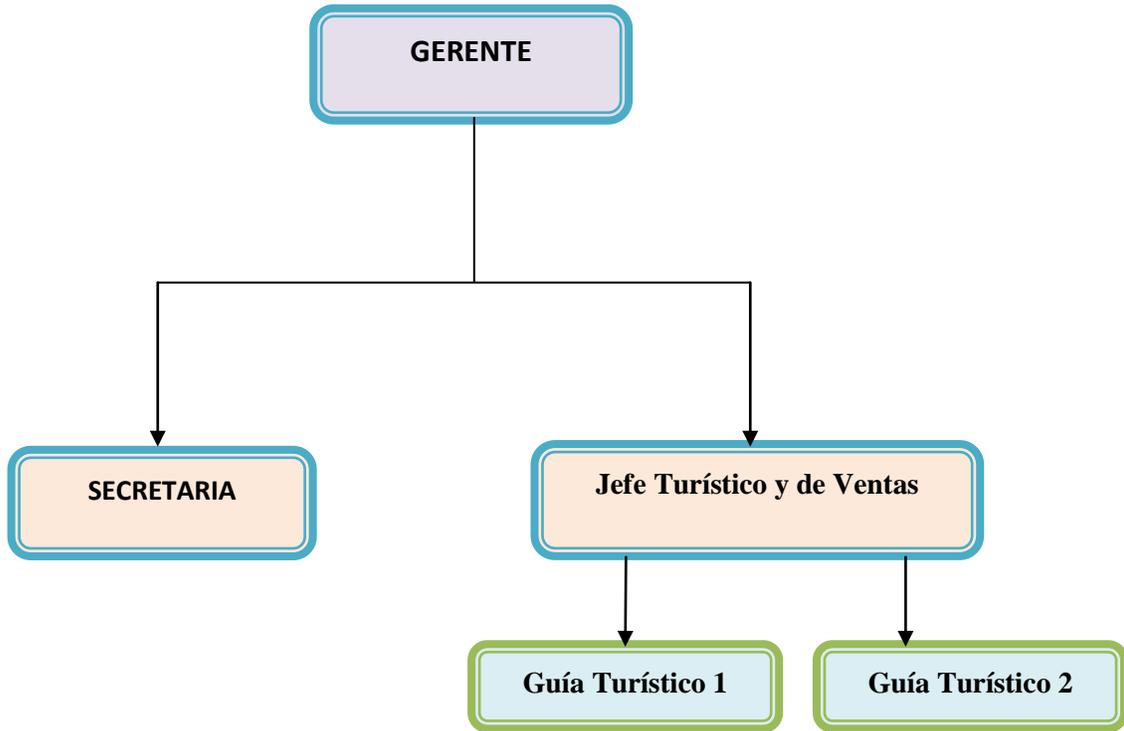
Que nuestro personal de trabajo se sienta motivado para que de esta manera trabaje con eficiencia y muestre un gran desempeño al realizar cada tarea.

Excelencia:

Desarrollamos soluciones innovadoras ofrecemos servicios que garanticen las expectativas de cada uno nuestros turistas. De esta manera luchamos continuamente en el mejoramiento para de esta manera cumplir todos los objetivos.

Organigrama

Figura 27



5.7.1.2 MANUAL DE FUNCIONES Y DE PROCEDIMIENTOS

MANUAL DE FUNCIONES

Cuadro No. 31

| OPERADORA TURÍSTICA “ AVENTURERO TOURS” MANUAL DE FUNCIONES | |
|---|---|
| Descripción de cargo | |
| Denominación del Cargo: | GERENTE |
| Jefe Inmediato: | ----- |
| Número de personas a Cargo: | CUATRO (4) |
| Funciones | |
| <p>➤ Desarrolla estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas deseadas.</p> <p>Liderar el proceso de planeación estratégica de la Operadora.</p> <p>➤ Determina los factores que llevarán al éxito a la Operadora mediante los objetivos y metas.</p> <p>A través de sus subordinados desarrolla planes a corto y largo plazo.</p> <p>➤ Crea un ambiente en el que las personas puedan realizar sus trabajos.</p> <p>➤ Realiza convenios y nuevos proyectos con otras Operadoras.</p> <p>➤ Realiza actividades que conlleven a fomentar el turismo.</p> <p>➤ Realiza la contabilidad de la empresa.</p> | |
| Requisitos de Educación: | ➤ Título Profesional Ingeniería en Contaduría Pública Autorizada (CPA) |
| Requisitos de Experiencia: | Un (1) año de experiencia profesional y tres (1) años en cargos directivos de áreas Administrativas y Financieras. Experiencia en tributación. |
| Competencias Laborales: | <p>➤ Capacidad creativa</p> <p>➤ Liderazgo organizacional para el análisis de actividades</p> <p>➤ Habilidad para motivar y comunicar</p> <p>➤ Aptitudes para crear equipos de trabajo</p> <p>➤ Buenas relaciones con el personal</p> |
| Edad | De 26 años en adelante |
| Género: | Indistinto |

Fuente: Manual de Funciones.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 32

| OPERADORA TURÍSTICA “ AVENTURERO TOURS” MANUAL DE FUNCIONES | |
|---|---|
| Descripción de cargo | |
| Denominación del Cargo: | Jefe turístico y de Ventas |
| Jefe Inmediato: | Gerente |
| Número de personas a Cargo: DOS (2) | |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Normalizar y actualizar permanentemente sus conocimientos. ➤ Recoger y tramitar comentarios, sugerencias y quejas de los turistas. ➤ Brindar asistencia al turista en lo que requiera, siempre que no esté reñido con la ley y las buenas costumbres. ➤ Desarrolla actividades de publicidad para la Operadora Turística. ➤ Investigación del Mercado. ➤ Proyecciones de ventas de paquetes turísticos. ➤ Programas de relaciones públicas. ➤ Logística de la empresa. ➤ Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento. ➤ Reclutamiento, selección y capacitación del personal de la Operadora Turística | |
| Requisitos de Educación: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Innovador y con elevada capacidad de liderazgo y gestión de equipos humanos. ➤ Conocimientos de Marketing y Recursos Humanos. |
| Requisitos de Experiencia: | Mínimo un (1) año de experiencia laboral. |
| Competencias Laborales: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Brindar en lo posible, atención personalizada al turista(s). ➤ Innovador, Proactivo ➤ Facilidad de palabra con los clientes ➤ Excelentes relaciones con el equipo de trabajo ➤ Disposición de tiempo completo |
| Edad | De 26 años en adelante |
| Género: | Indistinto |

Fuente: Manual de Funciones.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 33

| OPERADORA TURÍSTICA “ AVENTURERO TOURS” | |
|--|--|
| MANUAL DE FUNCIONES | |
| Descripción de cargo | |
| Denominación del Cargo: | Secretaria |
| Jefe Inmediato: | GERENTE |
| Número de personas a Cargo: CERO (0) | |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender y efectuar llamadas telefónicas. ➤ Dar soporte externo al GERENTE en el área de personal (actualización de expedientes, récord de permisos, vacaciones, constancias de trabajo, control de fechas de vencimiento de contratos, entre otras). ➤ Asistir a la reunión de la Junta Directiva. ➤ Redactar y enviar las decisiones de la Junta | |
| Requisitos de Educación: | Título de Secretariado Ejecutivo |
| Requisitos de Experiencia: | 1 años de experiencia en cargos similares |
| Competencias Laborales: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de aplicaciones de oficina: ➤ Procesador de texto, hoja de cálculo, herramientas para presentaciones. ➤ Redacción de oficios e informes. ➤ Servicio al cliente. ➤ Buena presencia |
| Edad | De 24 años en adelante |
| Sexo: | Femenino |

Fuente: Manual de Funciones.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 34

| OPERADORA TURÍSTICA “ AVENTURERO TOURS” MANUAL DE FUNCIONES | |
|---|--|
| Descripción de cargo | |
| Denominación del Cargo: | Guía Turístico 1 |
| Jefe Inmediato: | Jefe Turístico y de Ventas |
| Número de personas a Cargo: CERO (0) | |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender todas las necesidades que soliciten los turistas, siempre y cuando estén dentro de las políticas de la Operadora. ➤ Establecer buenas relaciones con los turistas. ➤ Coordinar con la Operadora Turística todas las gestiones previas a la ejecución del tour. ➤ Tener conocimientos sobre los sitios turísticos a plenitud. ➤ Ser chofer. ➤ Cuidar la integridad de los turistas. ➤ Ser puntual. | |
| Requisitos de Educación: | Seminarios realizados en Hotelería y Turismo. |
| Requisitos de Vivencias: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 años de experiencia en cargos parecidos. ➤ Conocimientos altos de los atractivos turísticos que posee el Cantón. ➤ Tener licencia de conducción tipo C |
| Competencias Laborales: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento de los lugares turísticos que posee Naranjal. ➤ Buena atención con los turistas. |
| Edad | De 22 años en adelante |
| Género: | Indistinto |

Fuente: Manual de Funciones.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 35

| OPERADORA TURÍSTICA “ AVENTURERO TOURS” MANUAL DE FUNCIONES | |
|--|--|
| Descripción de cargo | |
| Denominación del Cargo: | Guía Turístico 2 |
| Jefe Inmediato: | Jefe Turístico y de Ventas |
| Número de personas a Cargo: CERO (0) | |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender todas las necesidades que soliciten los turistas, siempre y cuando estén dentro de las políticas de la Operadora. ➤ Establecer buenas relaciones con los turistas. ➤ Coordinar con la Operadora Turística todas las gestiones previas a la ejecución del tour. ➤ Tener conocimientos sobre los sitios turísticos a plenitud. ➤ Ser chofer ➤ Cuidar la integridad de los turistas. ➤ Ser puntual. | |
| Requisitos de Educación: | Seminarios realizados en Hotelería y Turismo. |
| Requisitos de Experiencia: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 años de experiencia en cargos parecidos. ➤ Conocimientos altos de los atractivos turísticos que posee el Cantón. ➤ Tener licencia de conducción tipo C |
| Competencias Laborales: | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento de los lugares turísticos que posee Naranjal. ➤ Buena atención con los turistas. |
| Edad | De 22 años en adelante |
| Género: | Indistinto |

Fuente: Manual de Funciones.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Cuadro No. 36 VENTA DE PAQUETES TURISTICOS

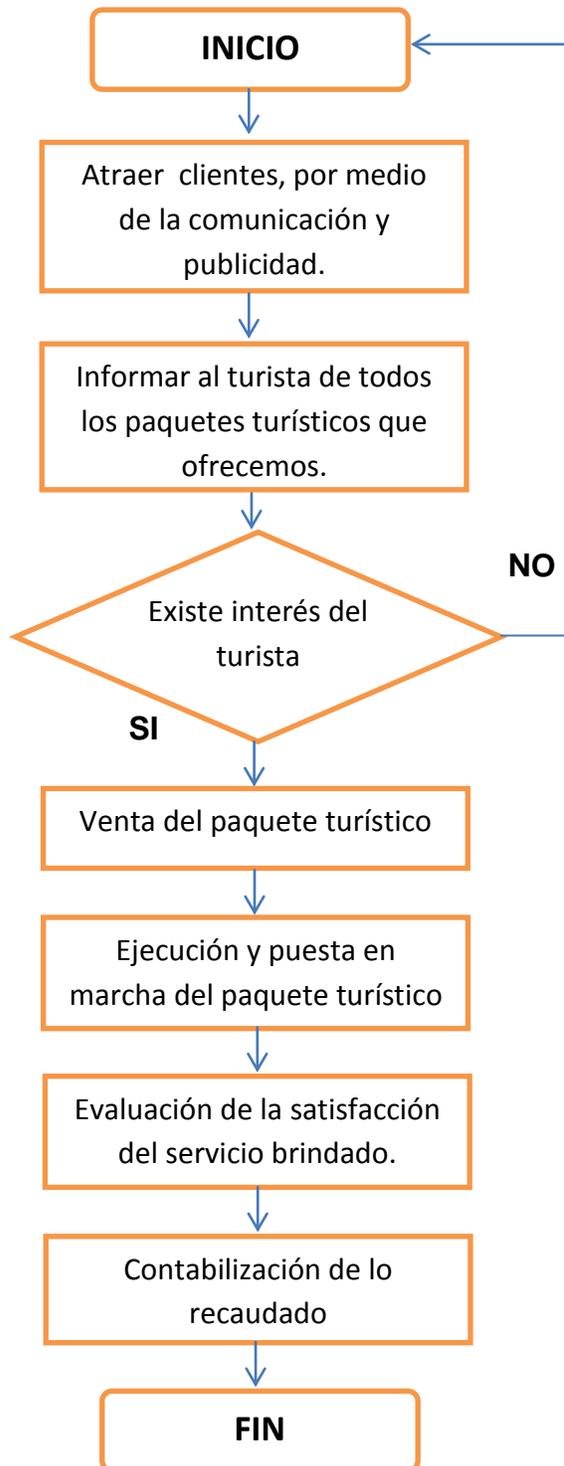
| MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PROCEDIMIENTO: VENTA DE PAQUETES TURISTICOS | | Función : Ventas |
|--|--|-------------------------|
| Inicia: | Venta del paquete turístico | |
| Termina: | Llegada a la Operadora Turística | |
| No | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
| | <p>1. OBJETIVOS</p> <p>Establecer las normativas a seguir para el cobro de los paquetes turísticos, una vez que los turistas lo adquieran.</p> <p>2. POLITICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO</p> <p>Al momento del pago del paquete turístico se deberá realizar al menos el 50% del valor para la separación del cupo. Se empezara desde la operadora Turística recogiendo a los turistas, que tienen que estar con 10 minutos de anticipación. Se realizara todo el recorrido descrito en el paquete turístico. Concluirá el paquete turístico con la llegada a la Operadora Turística.</p> <p>3. PROCEDIMIENTO</p> | |
| 1. | El turista estará en la obligación de realizar el pago del 50% para la separación de cupo del mismo. | CLIENTE |
| 2. | La Secretaria recibirá ese dinero y lo subirá inmediatamente en el sistema. | SECRETARIA |
| 3. | Los guías turísticos se encargaran de que se cumplan las políticas de la operadora, desde el momento en que se hacen cargo de los turistas, responsabilizándose de la seguridad de los mismos, informando todo acerca del lugar y solucionando inquietudes y problemas que tengan los turistas, y por ultimo regresaran a lugar donde se encuentra la Operadora Turística. | GUIAS TURISTICOS |
| 4 | Se procederá a revisar y contabilizar las ventas obtenidas en el día, se revisaran las facturas obtenidas, y demás documentación como retenciones y demás, para iniciar sus labores con normalidad al día siguiente. | GERENTE |

Fuente: Manual de procedimiento

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

PROCESO DE VENTA DE PAQUETES TURISTICOS

Figura 28



IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

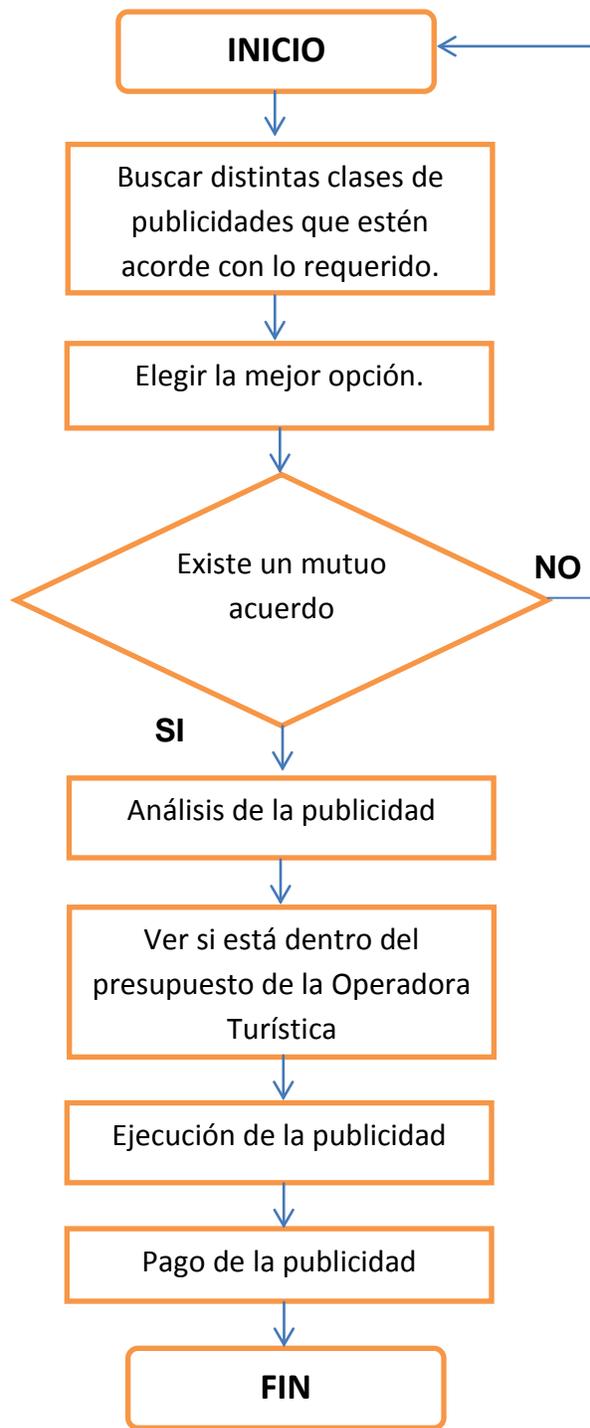
Cuadro No. 37

| MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PROCEDIMIENTO: Implementación de estrategias de comunicación. | | FUNCION: PAGO |
|--|---|--------------------------------|
| Inicia: | Contratación de publicidad | |
| Termina: | Pago de Publicidad | |
| No | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
| | 1. OBJETIVOS | |
| | Que exista una difusión correcta, para dar a conocer todos los lugares turísticos de la localidad, y de esta manera posesionar el nombre de la Operadora Turística. | |
| | 2. POLITICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO | |
| | Buscar la mejor opción de publicidad para la Operadora Turística. | |
| | La publicidad contratada será única y tendrá que llegar a los turistas. | |
| | Finalmente se realiza el pago de la publicidad. | |
| | 3. PROCEDIMIENTO | |
| 1. | Realizar un presupuesto adecuado para la contratación de la publicidad a contratar. | JEFE TURÍSTICO Y VENTAS |
| 2. | Ver que la publicidad este acorde con la naturaleza del negocio para que no exista una tergiversación de la información. | GERENTE |
| 3. | Lanzar la publicidad para ver qué impacto causa en las personas, y que aceptación causa en los habitantes de la localidad. | JEFE TURÍSTICO Y VENTAS |
| 4. | Finalmente se procede a realizar la cancelación de la publicidad para la Operadora Turística. | GERENTE |

Fuente: Manual de procedimientos de las estrategias de comunicación
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACION

Figura 29



PAGO DE PERSONAL

Cuadro No. 38

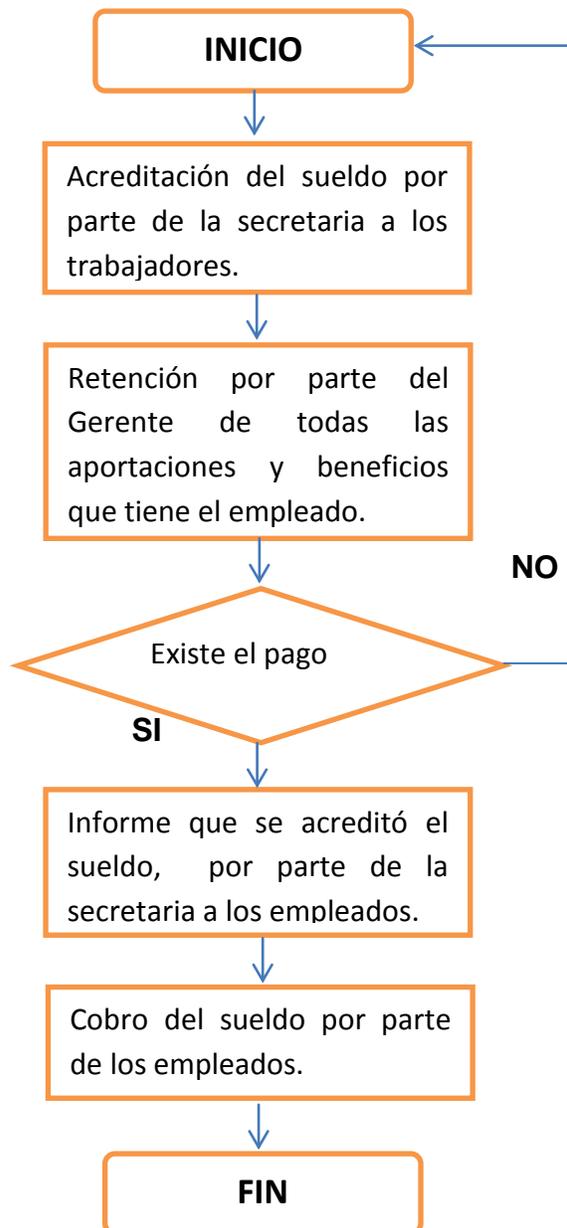
| MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PROCEDIMIENTO: PAGO DE PERSONAL | | Función : PAGO |
|--|---|--------------------------|
| Inicia: | Pago al Personal | |
| Termina: | Cobro del sueldo | |
| No | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
| | <p>1. OBJETIVOS</p> <p>Establecer parámetros para el pago del personal que permitan tener puntualidad en los pagos, de esta manera obtener motivación en los empleados.</p> <p>2. POLITICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO</p> <p>Los pagos al personal se lo realizará de manera puntual el 4 de cada mes a cobrar.</p> <p>Se cumplirán con todos los parámetros con que se rigen la ley de pagos como (XIII, XIV, IESS, etc.)</p> <p>Los pagos se realizarán mediante depósitos a la cuenta de cada trabajador esto lo realizará la secretaria.</p> <p>Concluirá el proceso con cobro del sueldo por parte de los trabajadores.</p> <p>3. PROCEDIMIENTO</p> | |
| 1. | La secretaria estará en la obligación de acreditar el sueldo del empleado cada 4 de cada mes a cobrar. | SECRETARIA |
| 2. | Luego del pago del personal el Gerente estará en la obligación de retener todos los beneficios y obligaciones que tiene como obligación el trabajador. | GERENTE |
| 3. | La secretaria estará en la obligación de notificar al personal que labora en "Aventurero Tours", cuando ya esté depositado el sueldo a cada uno de los mismos. | SECRETARIA |
| 4 | Finalmente el personal de "Aventurero Tours", procederá a cobrar el sueldo que les corresponde. | PERSONAL |

Fuente: Manual de procedimientos de pago al personal.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

PROCESO DE PAGO DEL PERSONAL

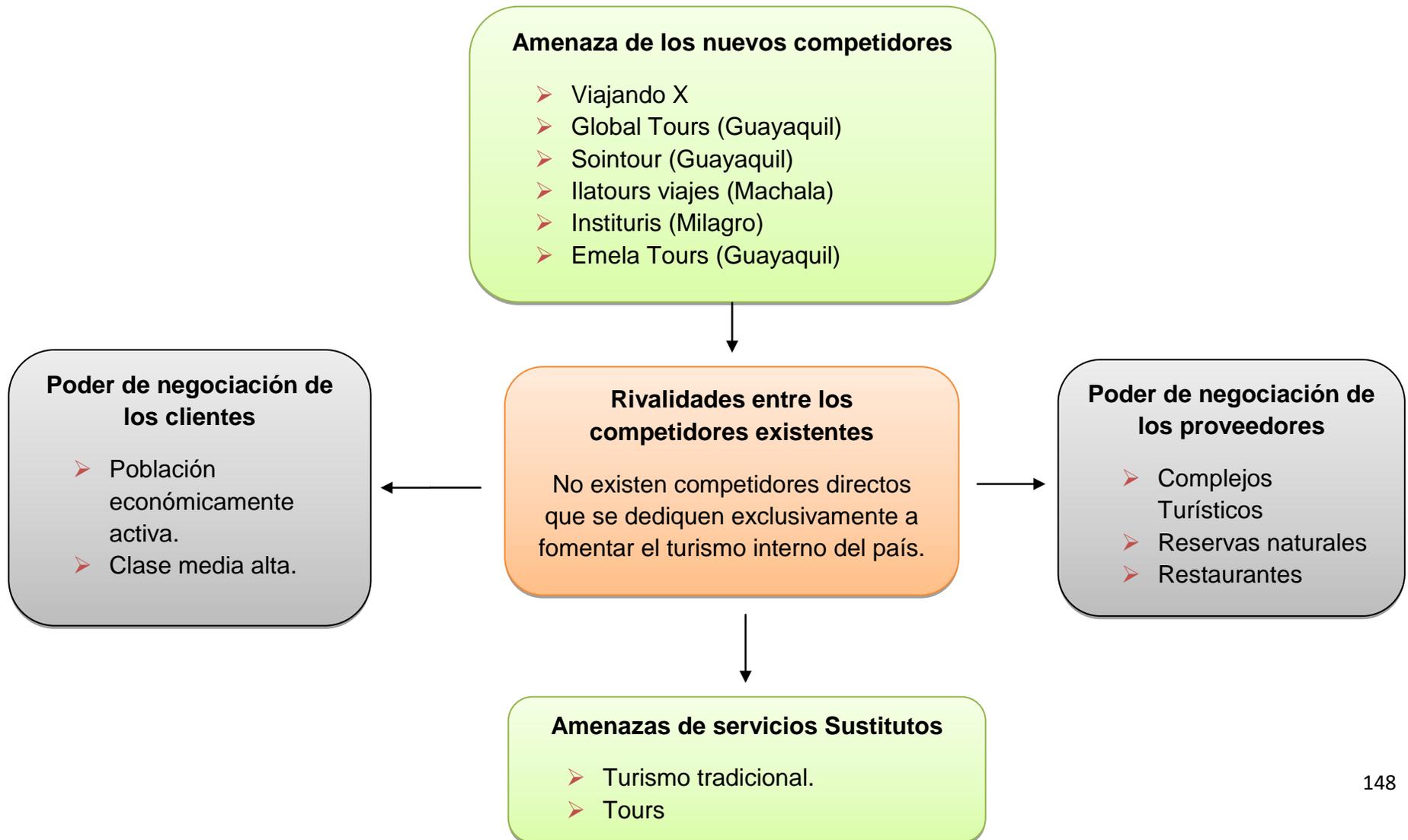
Figura 30



5.7.1.3. Análisis de competitividad del mercado (5 Fuerzas de Michael Porter) Diagnóstico del medio ambiente empresarial.

COMPETITIVIDAD O ATRACTIVIDAD DEL MERCADO: (Porter)

Figura 31



Para realizar un análisis del micro entorno debemos tomar en cuenta todas las posibles Fuerzas que podrían afectar de manera directa a nuestra empresa.

El método a realizar este estudio será el de PORTER, que se encarga del estudio de:

Competidores del Sector

En el sector en el cual se desarrolla “**AVENTURERO TOURS**” es el turístico, y su campo de acción será en el Cantón Naranjal.

Analizando dicho sector nos hemos podido dar cuenta que se trata de la única operadora turística, de esta manera se puede identificar los posibles competidores que podrían existir, las cuales serán otras operadoras localizadas en los cantones aledaños como Guayaquil, Milagro, Machala etc.

Aventurero Tours deberá entrar en una fuerte competencia ya que es nueva en el mercado y deberá ganar credibilidad y aceptación por partes de los clientes.

Amenaza de nuevos competidores

1. BARRERAS DE ENTRADA

Cuadro No. 39

| VARIABLES | Bajo | Medio | Alto |
|--|------------|------------|-----------|
| 1.- Convenios con Proveedores | X | | |
| 2.- Calidad del Servicio | | X | |
| 3.- Presupuesto para Inversión | | X | |
| 4.- Experiencia | X | | |
| 5.- Ubicación | | X | |
| 6.- Monopolio | X | | |
| | 3 | 3 | 0 |
| AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES | 50% | 50% | 0% |

Fuente: variables de las barreras de entrada.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Al analizar los resultados que nos proporciona los factores de las barreras de entrada, para la creación de un Operadora Turística en el Cantón Naranjal, podemos observar que existe un nivel medio bajo, lo que significa que no tendría muchos problemas si se requiere competir en el mercado de Naranjal en lo que respecta al turismo.

Puesto que también no hay competencia alguna, se puede rescatar que el presupuesto y la ubicación sería algo de importancia a la hora de analizar.

2.- Amenaza de Servicios Sustitutos

Cuadro No. 40

| VARIABLES | Bajo | Medio | Alto |
|--|-----------|------------|------------|
| 1.- Calidad Del Servicio | | X | |
| 2.- Precios Relativos | | X | |
| 3.- Beneficios Adicionales o Ventajas Sustitutas | | | X |
| 4.- Organización y Planificación | | | X |
| 5.- Turismo Tradicional | | | X |
| | 0 | 2 | 3 |
| AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS | 0% | 40% | 60% |

Fuente: variables de las amenazas de servicio sustituto.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Un producto sustituto ayuda a reemplazar la necesidad de otro producto, pero en nuestro caso la Operadora Turística busca la necesidad de satisfacer en el ámbito turístico, ecológico, cultural.

Hay que tener claro que "Aventurero Tours" no es un producto si no un servicio y su sustituto podría ser cualquier servicio de turismo que no sea bajo la operación de una Agencia, como por ejemplo:

- Turismo tradicional
- Tours

Sin embargo mediante el análisis podemos decir que los productos que se encuentran en el mercado representan para la creación de la Operadora Turística un problema medio alto, lo que significa una oportunidad favorable, en lo que respecta al uso de nuestros servicios por parte de nuestros clientes.

3.- Rivalidad del Sector

Cuadro No. 41

| VARIABLES | Bajo | Medio | Alto |
|---------------------------------|------------|------------|-----------|
| 1.- Diferenciación de Servicios | X | | |
| 2.- Estrategias de Publicidad | X | | |
| 3.- Calidad del Servicio | X | | |
| 4.- Manejo Eficiente de Costos | | X | |
| 5.- Crecimiento de la Industria | X | | |
| | 4 | 1 | 0 |
| RIVALIDAD DEL SECTOR | 80% | 20% | 0% |

Fuente: variables que conforman la rivalidad del sector.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Los resultados que nos brindan luego de haber analizado las variables correspondientes de la Rivalidad del Sector, es un problema de tipo bajo lo cual representan algo favorable para nuestro negocio, porque no existen competidores actuales que puedan hacer resistencia a la creación e Implementación de una Operadora Turística dentro de la provincia del Guayas, cantón Naranjal.

4.- Poder de Negociación de los Compradores

Cuadro No. 42

| VARIABLES | Bajo | Medio | Alto |
|--|------------|------------|------------|
| 1.- Elasticidad | | | X |
| 2.- Cultura | | X | |
| 3.- Calidad del Servicio | X | | |
| 4.- Personal Profesional | X | | |
| 5.- Servicios iguales | | | X |
| | 2 | 1 | 2 |
| PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES | 40% | 20% | 40% |

Fuente: variables del poder de la negociación de los compradores.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Otro punto que debemos tener claro al analizar es el poder de Negociación de los Proveedores, lo conveniente sería que la empresa tenga este poder que ella elija quien pueda proveer para realizar sus funcionamientos necesarios.

En este caso nos podemos dar cuenta que el poder de compra lo tienen los compradores ya que existe un nivel medio alto en el análisis planteado.

Es por esto que se tienen que buscar estrategias para mejorar y lograr obtener en un futuro el poder de los compradores.

5.- Negociación de los Proveedores

Cuadro No. 43

| VARIABLES | Bajo | Medio | Alto |
|---|------------|------------|------------|
| 1.- Convenios | | | X |
| 2.- Volumen de clientes | | | X |
| 3.- Calidad | X | | |
| 4.- Incremento de Precio | | X | |
| | 1 | 1 | 3 |
| NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES | 20% | 20% | 60% |

Fuente: variables de la negociación de los proveedores.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Luego de haber realizado el análisis correspondiente de la negociación con los proveedores, podemos darnos cuenta que existe un nivel medio alto por parte de los proveedores, esto se debe a que no existen muchos proveedores de mi servicio lo que los convierte en los dominadores del mercado.

6.- RESUMEN DE LAS MATRICES

Cuadro No. 44

| RESUMEN DEL ANALISIS DE LA OPERADORA TURISTICA | | | |
|--|--------|--------|--------|
| "AVENTURERO TOURS | | | |
| MAGNITUD DE LA FUERZA | BAJO | MEDIO | ALTO |
| BARRERAS DE ENTRADA | 3 | 3 | 0 |
| PRODUCTOS SUSTITUTOS | 0 | 2 | 3 |
| DETERMINACION DE LA RIVALIDAD | 4 | 1 | 0 |
| PODER DE LOS COMPRADORES | 2 | 1 | 2 |
| NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES | 1 | 1 | 3 |
| EVALUACION GENERAL | 10 | 8 | 8 |
| PORCENTAJES | 38.46% | 30.77% | 30.77% |

Fuente: resumen del análisis de la operadora turística.
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de PORTER, podemos darnos cuenta que existía un porcentaje o nivel bajo de las barreras de entrada es decir que cualquiera podía ingresar en un futuro a hacernos competencia, sin embargo decíamos que existe factores como la ubicación y la inversión que detienen un poco al inversionista.

También decimos que los productos que se encuentran rondando en el estado pueden ser pocos favorables para la Operadora Turística, ya que existen muchos sustitutos en el mercado.

Nos dimos cuenta en el trayecto del análisis de PORTER que existe un control por parte de los proveedores y los clientes, si bien esto afecta los intereses de la Operadora Turística, tenemos algo favorable que es que no contamos con actual competencia lo que nos impulsa a mejorar y a estar prevenidos para cuando exista esa competencia tener fortalecidos algunas variables antes estudiadas.

5.7.1.4 Análisis y Matriz FODA

El análisis FODA se utilizará para identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la Operadora Turística “AVENTURERO TOURS”, también analizaremos las oportunidades y amenazas que existen de acuerdo a la información obtenida por los diferentes medios, para de esta manera poder determinar los elementos internos y externos que afectan a la Operadora Turística.

Análisis FODA de la Operadora Turística “**AVENTURERO TOURS**”

Cuadro No. 45

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">➤ Pioneros en fomentar el turismo local.➤ Excelente servicio al cliente de parte del personal que labora en Aventurero Tours.➤ Convenios con aerolíneas, hoteles, complejos turísticos entre otros.➤ Los precios de los paquetes turísticos son accesible para los clientes.➤ Fácil contratación del servicio vía internet o telefónica.➤ Ubicación estratégica de la Operadora “Aventurero Tours”. | <ul style="list-style-type: none">➤ EL Ministerio de turismo están realizando esfuerzos constantes por fomentar el Turismo.➤ El Ecuador cuenta con un clima muy agradable, y con amplia gama de reservas naturales.➤ Cuenta con 4 regiones Costa, Sierra, Oriente e Insular.➤ Posee el dólar lo que facilita el turismo internacional.➤ No existe brotes epidémicos➤ Diferentes fechas festivas.➤ Costumbres de la población. |

| DEBILIDADES | AMENAZAS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevos en el mercado. ➤ Poca cartera de proveedores. ➤ La Operadora no cuenta con destinos internacionales. ➤ Limitados recursos económicos. ➤ Poca experiencia Administrativa. ➤ Limitado Talento Humano. ➤ Poca cartera de clientes. ➤ Limitada adquisición de activos fijos (vehículos) | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incremento de la delincuencia. ➤ Inestabilidad política. ➤ Posibles desastres naturales. ➤ La mayor parte de la población solo habla el español. ➤ Carreteras en mal estado ➤ Preferencia por lo extranjero. ➤ Desacuerdos políticos con otros países. ➤ Incremento de impuestos |

Fuente: análisis y matriz FODA

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 46

Estrategias competitivas FO (Fortalezas- Oportunidades)

| FO | OPORTUNIDADES | EL Ministerio de turismo está realizando esfuerzos constantes por fomentar el Turismo. | El Ecuador cuenta con un clima muy agradable, y con amplia gama de reservas naturales. | Cuenta con 4 regiones Costa, Sierra, Oriente e Insular. | Posee el dólar lo que facilita el turismo internacional. | No existen brotes epidémicos | Diferentes fechas festivas. | Costumbres de la población. | TOTAL |
|---|----------------------|--|--|---|--|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------|
| Nulo = 0 Bajo = 3 Medio = 6 Alto = 9 | | | | | | | | | |
| FORTALEZAS | | | | | | | | | |
| Pioneros en fomentar el turismo local. | | 6 | 6 | 6 | 3 | 3 | 6 | 3 | 33 |
| Excelente servicio al cliente de parte del personal que labora en Aventurero Tours. | | 6 | 6 | 3 | 6 | 3 | 6 | 6 | 36 |
| Convenios con aerolíneas, hoteles, complejos turísticos entre otros. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 0 | 6 | 6 | 48 |
| Los precios de los paquetes turísticos son accesibles para los clientes. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 0 | 6 | 6 | 48 |
| Fácil contratación del servicio vía internet o telefónica. | | 9 | 9 | 6 | 6 | 0 | 9 | 6 | 45 |
| Ubicación estratégica de la Operadora "Aventurero Tours". | | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 | 6 | 3 | 21 |

Fuente: estrategia competitiva FO.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No.47

Estrategias competitivas FA (Fortalezas- Amenazas)

| FA | AMENAZAS | Incremento de la delincuencia. | Inestabilidad política. | Posibles desastres naturales. | La mayor parte de la población solo habla el español. | Carreteras en mal estado | Preferencia por lo extranjero. | Desacuerdos políticos con otros países. | Incremento de impuestos | TOTAL |
|---|----------|--------------------------------|-------------------------|-------------------------------|---|--------------------------|--------------------------------|---|-------------------------|-----------|
| | | | | | | | | | | |
| FORTALEZAS | | | | | | | | | | |
| Pioneros en fomentar el turismo local. | | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| Excelente servicio al cliente de parte del personal que labora en Aventurero Tours. | | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 6 | 0 | 0 | 9 |
| Convenios con aerolíneas, hoteles, complejos turísticos entre otros. | | 0 | 3 | 0 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 33 |
| Los precios de los paquetes turísticos son accesibles para los clientes. | | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 6 | 15 |
| Fácil contratación del servicio vía internet o telefónica. | | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| Ubicación estratégica de la Operadora "Aventurero Tours". | | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 |

Fuente: estrategia competitiva FA.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 48

Estrategias competitivas DO (Debilidades- Oportunidades)

| DO | OPORTUNIDADES | EL Ministerio de turismo está realizando esfuerzos constantes por fomentar el Turismo. | El Ecuador cuenta con un clima muy agradable, y con amplia gama de reservas naturales. | Cuenta con 4 regiones Costa, Sierra, Oriente e Insular. | Posee el dólar lo que facilita el turismo internacional. | No existen brotes epidémicos | Diferentes fechas festivas. | Costumbres de la población. | TOTAL |
|--|----------------------|--|--|---|--|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------|
| Nulo = 0 Bajo = 3 Medio = 6 Alto = 9 | | | | | | | | | |
| DEBILIDADES | | | | | | | | | |
| Nuevos en el mercado. | | 6 | 3 | 3 | 3 | 0 | 3 | 0 | 18 |
| Poca cartera de proveedores. | | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 42 |
| La Operadora no cuenta con destinos internacionales. | | 3 | 3 | 3 | 6 | 0 | 3 | 3 | 21 |
| Limitados recursos económicos. | | 6 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 12 |
| Poca experiencia Administrativa. | | 9 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 |
| Limitado Talento Humano. | | 3 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 6 |

Fuente: estrategia competitiva DO.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 49

Estrategias competitivas DA (Debilidades- Amenazas)

| DA | AMENAZAS | Incremento de la delincuencia. | Inestabilidad política. | Posibles desastres naturales. | La mayor parte de la población solo habla el español. | Carreteras en mal estado | Preferencia por lo extranjero. | Desacuerdos políticos con otros países. | Incremento de impuestos | TOTAL |
|--|----------|--------------------------------|-------------------------|-------------------------------|---|--------------------------|--------------------------------|---|-------------------------|-----------|
| | | | | | | | | | | |
| DEBILIDADES | | | | | | | | | | |
| Nuevos en el mercado. | | 6 | 6 | 0 | 6 | 3 | 3 | 3 | 0 | 27 |
| Poca cartera de proveedores. | | 0 | 3 | 0 | 3 | 6 | 3 | 3 | 6 | 24 |
| La Operadora no cuenta con destinos internacionales. | | 3 | 3 | 0 | 6 | 6 | 6 | 3 | 3 | 30 |
| Limitados recursos económicos. | | 0 | 6 | 0 | 6 | 3 | 3 | 0 | 6 | 24 |
| Poca experiencia Administrativa. | | 3 | 6 | 0 | 6 | 6 | 3 | 0 | 3 | 27 |
| Limitado Talento Humano. | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: estrategia competitiva DA.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 50 Estrategias competitivas FO-FA-DO-DA de la Operadora Turística “AVENTURERO TOURS”

| | | |
|---|--|---|
| <p style="text-align: center;">Factores internos</p> <p style="text-align: center;">Factores Externos</p> | <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pioneros en fomentar el turismo local. ➤ Excelente servicio al cliente de parte del personal que labora en Aventurero Tours. ➤ Convenios con aerolíneas, hoteles, complejos turísticos entre otros. ➤ Los precios de los paquetes turísticos son accesible para los clientes. ➤ Fácil contratación del servicio vía internet o telefónica. ➤ Ubicación estratégica de la Operadora “Aventurero Tours”. | <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevos en el mercado. ➤ Poca cartera de proveedores. ➤ La Operadora no cuenta con destinos internacionales. ➤ Limitados recursos económicos. ➤ Poca experiencia Administrativa. ➤ Limitado Talento Humano. ➤ Poca cartera de clientes. ➤ Limitada adquisición de activos fijos (vehículos) |
| <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ EL Ministerio de turismo están realizando esfuerzos constantes por fomentar el Turismo. ➤ El Ecuador cuenta con un clima muy agradable, y con amplia gama de reservas naturales. ➤ Cuenta con 4 regiones Costa, Sierra, Oriente e Insular. ➤ Posee el dólar lo que facilita el turismo internacional. ➤ No existe brotes epidémicos ➤ Diferentes fechas festivas. ➤ Costumbres de la población. | <p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dar a conocer todos los atractivos turísticos que posee el Cantón Naranjal y sus culturas. 2. Implementar tours vacacionales en las distintas instituciones educativas. 3. Desarrollar y difundir paquetes turísticos en las distintas fechas festivas con que cuenta el Ecuador. 4. Ofrecer promociones por volumen de personas, para incentivar el turismo en las instituciones educativas, empresas privadas etc. | <p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el apoyo del gobierno para el futuro fomentar el turismo a nivel Nacional e Internacional. 2. Realizar programas de difusión que permitan dar a conocer los atractivos turísticos y geográficos de Naranjal, para impulsar a posibles clientes. |
| <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incremento de la delincuencia. ➤ Inestabilidad política. ➤ Posibles desastres naturales. ➤ La mayor parte de la población solo habla el español. ➤ Carreteras en mal estado ➤ Preferencia por lo extranjero. ➤ Desacuerdos políticos con otros países. ➤ Incremento de impuestos. | <p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar paquetes turísticos agradables e interesantes a un costo que los turistas locales se sientan a gusto. 2. Capacitar al personal para que dominen otro idioma (ingles), de esta manera podemos atraer turistas extranjeros. 3. Ofrecer descuentos en las personas que constantemente adquieran nuestros servicios. | <p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incentivar a los habitantes del Cantón Naranjal a preferir lo nuestro, para poder incrementar nuestra cartera de clientes. 2. Aprovechar el apoyo por parte del gobierno, en cuestiones de financiamiento. 3. Ampliar la cartera de proveedores |

Fuente: estrategia competitiva FO-FA-DO-DA.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

5.7.1.5 Estrategias de Marketing Mix

El servicio que prestara "AVENTURERO TOURS" para los habitantes del Cantón Naranjal y demás turistas será de paquetes turísticos a todos los lugares geográficos que posee el mismo.

Sin duda para ser mejores el mercado nos pide tener el mejor servicio al cliente, los mejores precios, para de esta manera obtener los objetivos planteados.

Es por esto que para el desarrollo de las estrategias del Marketing Mix se tomará en cuenta los siguientes puntos:

- Producto o Servicio
- Precio
- Plaza
- Promoción

Estrategias de Producto

La Operadora Turística llevara por Razón Social:

- OPERADORA TURISTICA “**AVENTURERO TOURS**”

Figura 32



(Responsabilidad Limitada)

El servicio que se ofrecerá en la Operadora Turística “**AVENTURERO TOURS**”, estará basado principalmente en la calidad del servicio, seriedad, responsabilidad, seguridad, y efectividad del mismo.

Lo que se ofrecerá al mercado serán Paquetes Turísticos, los cuales se llevarán a cabo a partir de la inversión realizada por los socios, para le creación de dicho proyecto, lo que se anhela es superar las expectativas de las personas y de esta manera ser visitados y poder ofrecer un buen servicio, con precios razonables que harán que los clientes puedan acceder y sentirse a gusto con el mismo, de manera que esto conlleve al desarrollo de la localidad y en el futuro a la calidad de vida de las personas.

SLOGAN

Figura 33



Paquetes turísticos que ofrece la operadora turística “AVENTURERO TOURS”

Paquete Turístico No.1 Hacienda Jambelí

Ubicación: Se encuentra a 16 km. de Naranjal en la vía a Machala exactamente en Balao Chico.

ITINERARIO

08:00 Salida, con destino a la hacienda Jambelí

09:00 Llegada a la hacienda Jambelí

09:00 Recorrido con los guías por los principales atractivos que posee la hacienda.

11:00 Paseo en caballo

12:00 Almuerzo

13:00 Recorrido hasta la fundación ecológica que posee dicha hacienda.

14:00 Regreso de la hacienda Jambelí

15:00 Llegada a la localidad de la Operadora.

Paquete Turístico #2 Reserva Ecológica Manglares Churute

Ubicación: La Reserva Manglares Churute se encuentra en el cantón Naranjal, a 45 minutos en carro desde Guayaquil en la vía a Machala.

ITINERARIO

08:00 Salida, con destino a la Reserva Ecológica Manglares Churute

08:30 Llegada a la Reserva

08:30 charla por parte de los guías de la reserva (videos)

09:30 Recorrido y visitas de animales exóticos.

10:30 recorrido en lancha por los manglares de churute.

12:00 almuerzo

13:00 recorrido por los cerros del Mate, Cimalón

14:00 Regreso a la Operadora Turística

14:30 Llegada a la operadora Turística.

Paquete Turístico #3 Centro Shuar de Aguas Termales

Ubicación: El Centro Shuar de Aguas Termales está ubicado a 8 Km. de la vía Panamericana, pasando el cantón Naranjal, a la entrada de Balao Chico, a una hora y media de Guayaquil.

ITINERARIO

10:30 Salida, con destino al centro Shuar

11:00 Llegada al Centro Shuar

11:00 Charla de la diversidad de animales exóticos q existe en esta comunidad.

12:00 Almuerzo

13:00 Rituales que realizan la comunidad Shuar.

14:00 Baño en las piscinas de aguas termales

17:00 Regreso a la Operadora Turística.

17:30 Llegada a la Operadora Turística

Paquete Turístico #4 Hacienda las Cañas

En un ambiente de singular belleza de vegetación tropical, ríos, aves de variadas especies, y hasta una represa de río, la hacienda cuenta con excelentes instalaciones tales como cabañas, comedor, caminos, señalamientos, parqueos, servicios de guardianía, paseos a caballo o en tractor, etc.

Ubicación: La Hacienda Cañas se encuentra ubicada a 75 Km. de Guayaquil, en el sector de Puerto Inca, cantón Naranjal.

ITINERARIO

09:30 Salida, con destino a la hacienda las Cañas

10:30 Llegada a la Hacienda

10:30 paseo por la vegetación tropical de la hacienda

12:00 almuerzo

13:00 cabalgata a caballo hasta la represa del río

16:00 Regreso a la Operadora Turística.

17:00 Llegada a la Operadora Turística.

Paquete Turístico # 5 El Cerro de Hayas

Ubicación: El Cerro de Hayas, está ubicado en las estribaciones de la Cordillera Molleturo al Sur del Cantón Naranjal, en el Km. 4 de la vía Naranjal Machala a la izquierda.

ITINERARIO

10:30 salida, con destino al cerro del hayas

11:00 llegada

11:00 ascensos hacia las siete cascadas en cada cascada se llevaran a cabo una reseña histórica

13:00refrigerio

14:00llegada a la séptima cascada

15:00Descenso de las cascadas

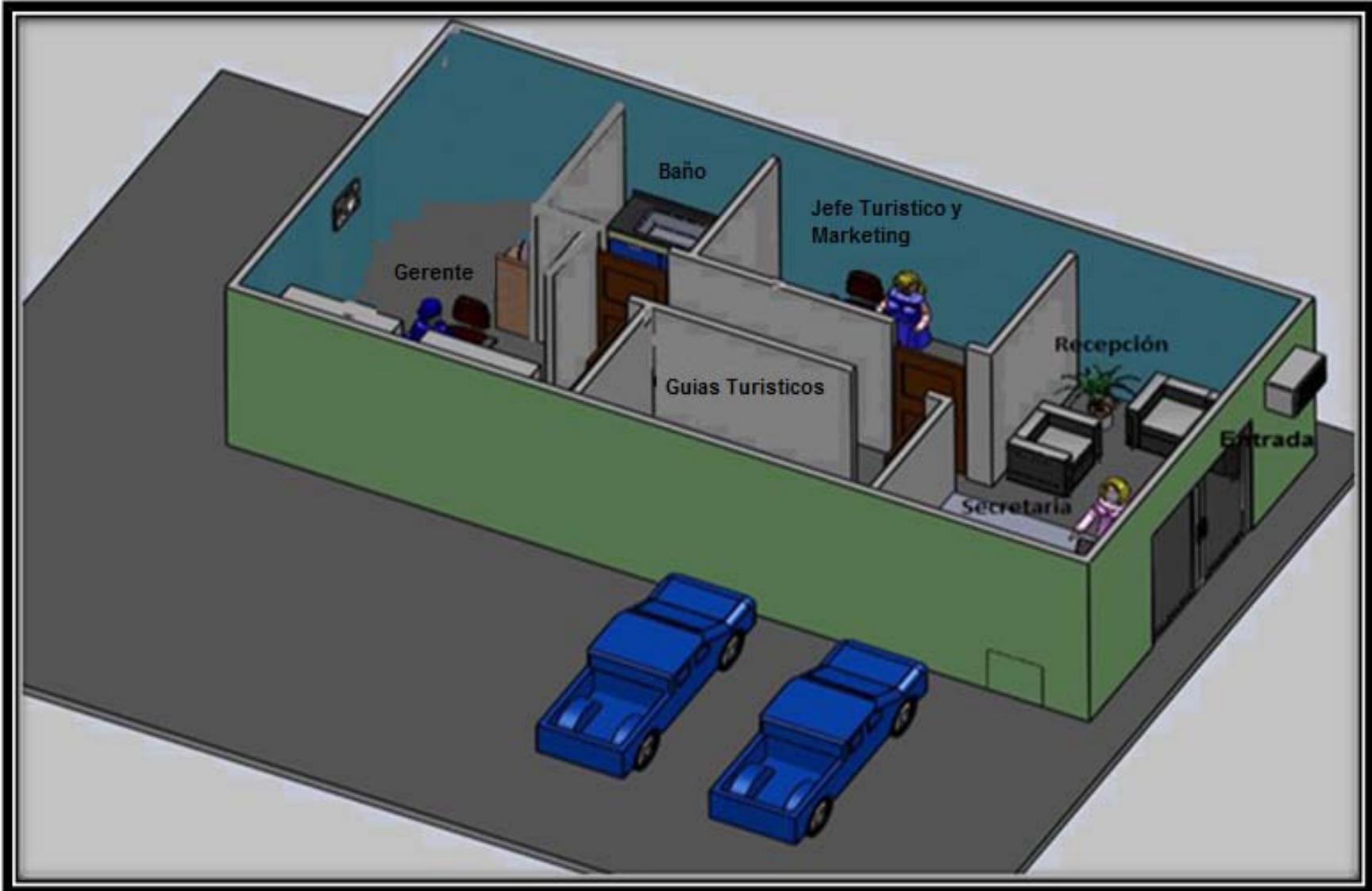
17:00 Segundo Refrigerio

18:00 Regreso hacia la localidad

18:30 Llegada a la Operadora Turística.

Figura 34 Estructura del local

Gráfico esquemático del negocio, internamente cómo están distribuidas las áreas



Estrategias de Precio

Estrategia de Precios Descremados (Penetración)

Esto significa que el precio va a estar un mínimo por debajo de la competencia, lo que permitirá captar la atención de los clientes potenciales, motivar el interés de los mismos, promover el deseo y llegar a la adquisición de los paquetes turísticos que se oferten.

Con lo que respecta a precios podemos decir que las políticas de precios se manejan desde un punto estratégico para el negocio.

Sin duda este factor representa un Instrumento de gran importancia para generar ingresos, también ay que tomar en cuenta la relación que debe tener el precio con la imagen de la empresa.

De esta manera cada paquete turístico va a variar su precio dependiendo al lugar que sea visitado.

Lista de precios de los paquetes turísticos:

Cuadro No. 51

| Paquete | Lugar | Precio |
|---------|-------------------------------------|-----------------|
| 1 | Hacienda Jambelí | Precio \$ 19.00 |
| 2 | Reserva Ecológica Manglares Churute | Precio \$14.00 |
| 3 | Centro Shuar de Aguas Termales | Precio \$13.00 |
| 4 | Hacienda las Cañas | Precio \$20.00 |
| 5 | El Cerro de Hayas | Precio \$ 8.00 |

Fuente: lista de los precios a los sitios turísticos.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Estrategias de Plaza

Para lograr poner nuestro servicio en el mercado y que sea de fácil conocimiento para los usuarios utilizaremos las estrategias de plaza.

- Venta directa: el vendedor deberá conocer acerca del servicio que va a ofrecer las debilidades de los competidores, y poseer la habilidad necesaria para convencer al cliente.
- Actualizar constantemente la lista de los de los clientes que solicitan los paquetes.
- Ventas a través del correo electrónico.

Al hablar de plaza o distribución nos referimos al lugar donde se va ofertar el producto o servicio, que en nuestro caso es el servicio que vamos a ofrecer.

La Operadora Turística “AVENTURERO TOURS” está ubicada en la Calle Av. Olmedo y Calle Sucre frente a Delgado Travel.

La ubicación de la Operadora Turística es de mucha importancia ya que se encuentra establecido en un lugar donde hay mucha afluencia de personas.

Al tratarse de la creación de una operadora de Turismo en el cantón de Naranjal, provincia del Guayas, su distribución será de manera directa, esto quiere decir que su canal de distribución será la operadora que brindara información al cliente acerca de los servicios.

Estrategias de Promoción:

Promoción en Ventas:

Un incentivo muy importante a la hora de la venta de cualquier producto y en nuestro caso de la venta de paquetes turísticos, es la promoción ya que es un incentivo a la hora de adquirir algo.

Para esto la operadora utilizara las siguientes promociones:

- El día que se inaugure la operadora turística las personas adquirentes de los primeros 20 paquetes turísticos tendrán un descuento del 50%.
- También tendrán descuentos de 10% al 15% por volumen de ventas.

- Las unidades educativas tendrán descuentos del 10% por la adquisición de los paquetes turísticos siempre y cuando pase el número de 20 estudiantes.
- Las personas que traigan un nuevo cliente también tendrán descuentos del 10% en su adquisición.
- Los familiares y por ende los trabajadores de la Operadora obtendrán descuentos especiales.
- Los días festivos habrán descuentos para todos los clientes.

Estrategia de Venta Personal:

Se visitarán empresas e instituciones de la localidad y de sectores aledaños para ofrecer los paquetes turísticos y atraer una mayor cantidad de demanda, al tener un contacto personal con los clientes potenciales y despertar en ellos la atención, interés, deseo y llevarlos a la adquisición de los servicios que se ofertan.

Estrategias de Publicidad:

Como ya sabemos para dar a conocer la naturaleza de nuestro negocio tenemos que realizar actividades de Marketing, el mismo que nos ayudara a tener posicionamiento de la Operadora Turística, captando la atención de los clientes. Para esto la Operadora utilizara los siguientes medios:

- Prensa escrita
- Radio
- Hojas volantes
- Crípticos:

Prensa escrita: En lo que respecta la prensa escrita tenemos que utilizar el periódico que sea de mayor circulación y que tenga mayor acogida por los Naranjaleños de esta manera podremos llegar, más rápido al nicho que queremos.

Es por esto que se ha escogido el periódico “NARANJAL” por ser el que más se vende en la localidad.

Figura 35



Radio: De la misma manera sabemos que la radio es un medio un poco más claro y preciso, por este motivo hemos escogido radio “LA VOZ DE NARANJAL”, el cual sabemos que es el más escuchado no solo en la ciudad sino también en sectores aledaños al Cantón.

Hojas volantes: En lo que respecta a las hojas volantes serán distribuidas por los trabajadores de la Operadora Turística, o de puerta en puerta de establecimiento a establecimiento etc.

Este puede ser un impacto muy grande si se cuida la presentación de las mismas y se da un mensaje claro de la información.

La distribución de las volantes se la realizara durante el primer mes de funcionamiento del local, y también será distribuida en las instituciones educativas y empresas de distinta naturaleza.

Estas serán impresas con bastante color ya sean trípticos, dípticos, resaltando siempre lo más importante de la Operadora Turística.

Figura 36



Trípticos: En lo que respecta a los trípticos aquí estarán especificados los lugares turísticos que posee Naranjal.

Lado Anverso

Figura 37



Figura 38

Paquetes Turísticos

Centro Shuar



Ofrece:
Centro de aguas Termales
Comida Típica Shuar
Aprendizaje de plantas medicinales .
Danzas Tradicionales

Cerro de Hayas



Ofrece:
Siete hermosas cascadas que se encuentran acentadas en la cordillera Molletero .

Reserva Ecológica Churute



Ofrece:
Paseos en canoas por el manglar
Reconocido por los principales cerros.
Diversidad de Flora y Fauna

Hacienda Jambeli



Ofrece:
Recorridos por la cacaotera, bananera
Paseos a caballo
Proceso de la lombricultura

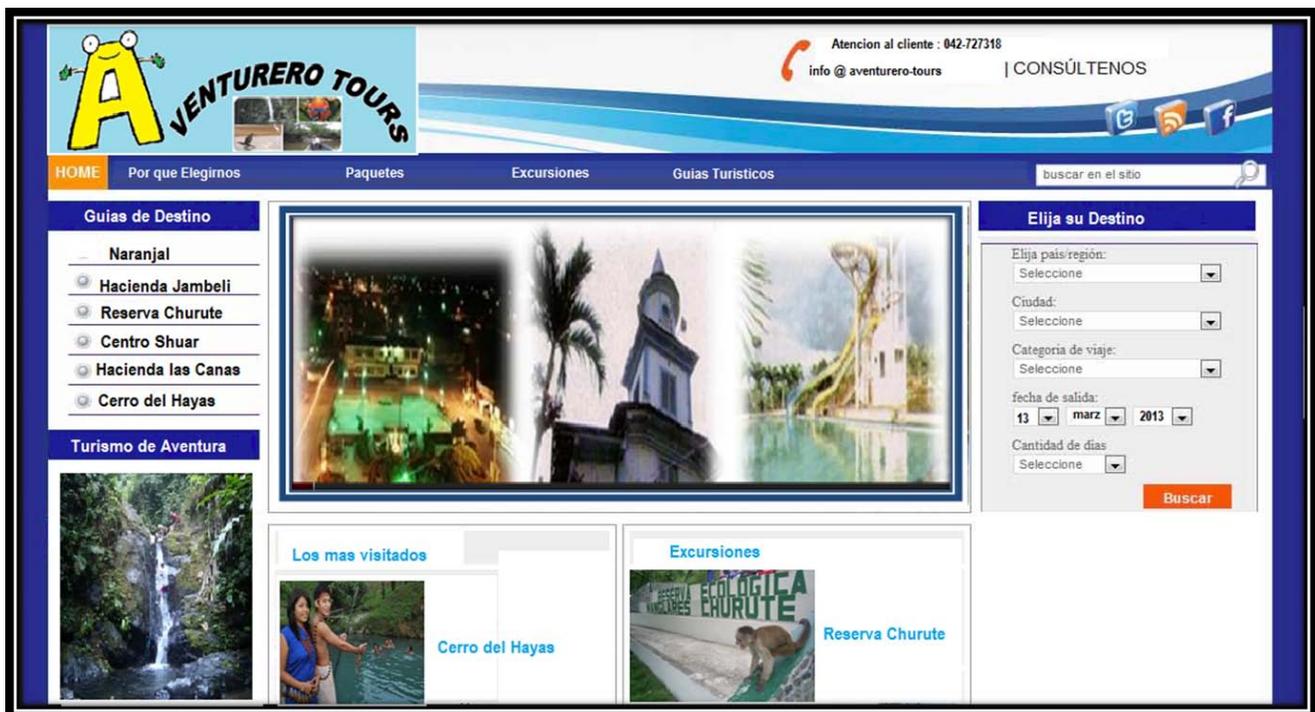
Hacienda las Canas



Ofrece:
La ruta del cacao muy visitada por empresarios técnicos y turistas extranjeros por sus grandes huertas de cacao como en los tiempos pasados.

Página Web: con lo que respecta a la página web, crearemos este sitio para facilitar la comunicación con nuestros clientes de manera que puedan informarse desde todos lados de los servicios que ofrece nuestra Operadora Turística “AVENTURERO TOURS”

Figura 39



Tarjetas de Presentación

Figura 40



5.7.2 RECURSOS, ANALISIS FINANCIERO

Recursos Humanos

A continuación detallaremos el Talento Humano de la Operadora Turística "Aventurero Tours" del Cantón Naranjal.

Cuadro No. 52 Personal de la Operadora Turística "Aventurero Tours"

| Denominación del cargo | No de personas en el cargo |
|----------------------------|----------------------------|
| GERENTE | 1 |
| JEFE DE MARKETING Y VENTAS | 1 |
| SECRETARIA | 1 |
| GUIAS TURISTICOS | 2 |

Fuente: personal de la operadora turística.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Además es importante mencionar la inversión de los activos fijos con los que se va a requerir.

Cuadro No. 53 Variables

| OPERADORA TURISTICA "AVENTURERO TOURS" | |
|--|----|
| VARIACION INGRESOS | 5% |
| VARIACION GASTOS | 5% |

Fuente: Cuadro de variables.

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 54 Inversión de los activos fijos de la propuesta

| OPERADORA TURISTICA" AVENTURERO TOURS" | | | |
|---|--|--------------------|------------------|
| ACTIVOS FIJOS | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCION | C. UNITARIO | C. TOTAL |
| | MUEBLES Y ENSERES | | |
| 5 | ESCRITORIO MELAMINICO 2 CAJONERAS Y 1 ARCHIVADOR | 180,00 | 900,00 |
| 5 | SILLA EJECUTIVA | 50,00 | 250,00 |
| 6 | SILLAS PERSONALES | 20,00 | 120,00 |
| 5 | CESTOS DE BASURAS | 5,00 | 25,00 |
| 1 | VITRINAS | 50,00 | 50,00 |
| | TOTAL MUEBLES Y ENSERES | | 1.345,00 |
| | EQUIPOS DE OFICINA | | |
| 4 | CALCULADORA | 10,00 | 40,00 |
| 4 | TELEFONOS | 15,00 | 60,00 |
| 2 | AIRE ACONDICIONADO | 300,00 | 600,00 |
| 2 | DISPENSADOR DE AGUA | 65,00 | 130,00 |
| 1 | REFRIGERADORA | 400,00 | 400,00 |
| | TOTAL EQUIPOS DE OFICINA | | 1.230,00 |
| | EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | |
| 4 | COMPUTADORA | 400,00 | 1.600,00 |
| 1 | IMPRESORA MUTIFUNCION | 150,00 | 150,00 |
| | TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | 1.750,00 |
| | VEHICULOS | | |
| 1 | FURGONETA | 30.000,00 | 30.000,00 |
| | TOTAL VEHICULOS | | 30.000,00 |
| | TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS | | 34.325,00 |

Fuente: inversión de los activos fijos
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro de Depreciación de los Activos Fijos

Es primordial conocer la vida útil de los activos fijos para realizar y analizar su depreciación ya que este valor debe incluirse en los estados financieros.

La tabla de depreciación se muestra a continuación:

Cuadro No. 55

| DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS | | | | |
|-----------------------------------|------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|
| DESCRIPCION | VALOR DE ACTIVO | PORCENTAJE DE DEPRECIACION | DEPRECIACION MENSUAL | DEPRECIACION ANUAL |
| MUEBLES Y ENSERES | 1.345,00 | 10% | 11,21 | 134,50 |
| EQUIPO DE COMPUTACION | 1.750,00 | 33% | 48,13 | 577,50 |
| VEHICULO | 30.000,00 | 20% | 500,00 | 6.000,00 |
| EQUIPO DE OFICINA | 1.230,00 | 10% | 10,25 | 123,00 |
| TOTAL | 34.325,00 | | 569,58 | 6.835,00 |

Fuente: Depreciación de los activos fijos
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro del Costos de Ventas
Cuadro No. 56

| COSTO DE VENTAS | | | | | | | | | |
|-----------------|----------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| CANT. | DETALLE | PRECIO | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO |
| 96 | REFRIGERIO | 4 | 384,00 | 384,00 | 384,00 | 384,00 | 384,00 | 384,00 | 384,00 |
| 120 | ENTRADA A CHURUTE | 2 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 |
| 80 | ALMUERZO ESPECIAL | 3 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 |
| 556 | ALMUERZO | 1,5 | 834,00 | 834,00 | 834,00 | 834,00 | 834,00 | 834,00 | 834,00 |
| 180 | ENTRADA CENTRO SHUAR | 2 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 |
| 256 | ENTRADA HACIENDA JAMBELI | 3,5 | 896,00 | 896,00 | 896,00 | 896,00 | 896,00 | 896,00 | 896,00 |
| 80 | HACIENDAS LAS CAÑAS | 2,5 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 |
| 336 | PASEO A CABALLO | 6 | 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 |
| 96 | ENTRADA AL CERRO DEL HAYAS | 1 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| 120 | ALQUILER DE LANCHA | 1 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 |
| TOTAL | | | 1.218,00 |

| COSTO DE VENTAS | | | | | | | | | |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 384,00 | 384,00 | 384,00 | 384,00 | 384,00 | 4612,00 | 4842,60 | 5084,73 | 5338,97 | 5605,91 |
| 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 2880,00 | 3024,00 | 3175,20 | 3333,96 | 3500,66 |
| 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 2880,00 | 3024,00 | 3175,20 | 3333,96 | 3500,66 |
| 834,00 | 834,00 | 834,00 | 834,00 | 834,00 | 10008,00 | 10508,40 | 11033,82 | 11585,51 | 12164,79 |
| 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 4320,00 | 4536,00 | 4762,80 | 5000,94 | 5250,99 |
| 896,00 | 896,00 | 896,00 | 896,00 | 896,00 | 10752,00 | 11289,60 | 11854,08 | 12446,78 | 13069,12 |
| 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 2400,00 | 2520,00 | 2646,00 | 2778,30 | 2917,22 |
| 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 | 2.016,00 | 24192,00 | 25401,60 | 26671,68 | 28005,26 | 29405,53 |
| 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 1152,00 | 1209,60 | 1270,08 | 1333,58 | 1400,26 |
| 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 1440,00 | 1512,00 | 1587,60 | 1666,98 | 1750,33 |
| 1.218,00 | 1.218,00 | 1.218,00 | 1.218,00 | 1.218,00 | 64.636,00 | 67.867,80 | 71.261,19 | 74.824,25 | 78.565,46 |

Fuente: Cuadro de Costo de venta
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 57 Cuadro de Gastos

| OPERADORA TURISTICA "AVENTURERO TOURS" | | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DETALLE DE GASTOS | | | | | | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO |
| 1 | GERENTE | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 |
| 1 | JEFE DE MARKETING Y VENTAS | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 |
| 1 | SECRETARIA | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 |
| 2 | GUIAS TURISTICOS | 636,00 | 636,00 | 636,00 | 636,00 | 636,00 | 636,00 | 636,00 |
| 1 | GUARDIA DE SEGURIDAD | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 |
| | APORTE PATRONAL | 276,05 | 276,05 | 276,05 | 276,05 | 276,05 | 276,05 | 276,05 |
| | VACACIONES | 94,67 | 94,67 | 94,67 | 94,67 | 94,67 | 94,67 | 94,67 |
| | DECIMO CUARTO | | | | 1.908,00 | | | |
| | DECIMO TERCERO | | | | | | | |
| | TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | 2.642,71 | 2.642,71 | 2.642,71 | 4.550,71 | 2.642,71 | 2.642,71 | 2.642,71 |

| OPERADORA TURISTICA "AVENTURERO TOURS" | | | | | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| DETALLE DE GASTOS | | | | | | | | | |
| AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 7.200,00 | 7.560,00 | 7.938,00 | 8.334,90 | 8.751,65 |
| 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 4.800,00 | 5.040,00 | 5.292,00 | 5.556,60 | 5.834,43 |
| 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 3.816,00 | 4.006,80 | 4.207,14 | 4.417,50 | 4.638,37 |
| 636,00 | 636,00 | 636,00 | 636,00 | 636,00 | 7.632,00 | 8.013,60 | 8.414,28 | 8.834,99 | 9.276,74 |
| 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 318,00 | 3.816,00 | 4.006,80 | 4.207,14 | 4.417,50 | 4.638,37 |
| 276,05 | 276,05 | 276,05 | 276,05 | 276,05 | 3.312,58 | 3.478,20 | 3.652,12 | 3.834,72 | 4.026,46 |
| 94,67 | 94,67 | 94,67 | 94,67 | 94,67 | 1.136,00 | 1.192,80 | 1.252,44 | 1.315,06 | 1.380,82 |
| | | | | | 1.908,00 | 2.003,40 | 2.103,57 | 2.208,75 | 2.319,19 |
| | | | | 2.272,00 | 2.272,00 | 2.385,60 | 2.504,88 | 2.630,12 | 2.761,63 |
| 2.642,71 | 2.642,71 | 2.642,71 | 2.642,71 | 4.914,71 | 35.892,58 | 37.687,20 | 39.571,57 | 1.550,14 | 3.627,65 |

| GASTOS DE GENERALES | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| AGUA | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 |
| ENERGIA ELECTRICA | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 |
| TELEFONO | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| SERVICIOS DE INTERNET | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 |
| UTILES DE OFICINA | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| GASTOS DE MANTENIMIENTO DE LA FURGONETA | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 70,00 |
| GASTOS DE COMBUSTIBLE | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 |
| GASTOS VEHICULAR (SOAT, MATRICULACION ETC.) | | | | | | | |
| SUMINISTROS DE LIMPIEZA | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| ALQUILER | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 |
| DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES | 11,21 | 11,21 | 11,21 | 11,21 | 11,21 | 11,21 | 11,21 |
| DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION | 48,13 | 48,13 | 48,13 | 48,13 | 48,13 | 48,13 | 48,13 |
| DEPRECIACION DE VEHICULO | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 |
| DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA | 10,25 | 10,25 | 10,25 | 10,25 | 10,25 | 10,25 | 10,25 |
| TOTAL GASTOS GENERALES | 1.464,58 | 1.464,58 | 1.464,58 | 1.464,58 | 1.464,58 | 1.464,58 | 1.514,58 |

| AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 120,00 | 126,00 | 132,30 | 138,92 | 145,86 |
| 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 960,00 | 1.008,00 | 1.058,40 | 1.111,32 | 1.166,89 |
| 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 480,00 | 504,00 | 529,20 | 555,66 | 583,44 |
| 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 300,00 | 315,00 | 330,75 | 347,29 | 364,65 |
| 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 240,00 | 252,00 | 264,60 | 277,83 | 291,72 |
| 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 290,00 | 304,50 | 319,73 | 335,71 | 352,50 |
| 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 5.760,00 | 6.048,00 | 6.350,40 | 6.667,92 | 7.001,32 |
| | | | | | 160,00 | 168,00 | 176,40 | 185,22 | 194,48 |
| 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 240,00 | 252,00 | 264,60 | 277,83 | 291,72 |
| 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 2.400,00 | 2.520,00 | 2.646,00 | 2.778,30 | 2.917,22 |
| 11,21 | 11,21 | 11,21 | 11,21 | 11,21 | 134,50 | 134,50 | 134,50 | 134,50 | 134,50 |
| 48,13 | 48,13 | 48,13 | 48,13 | 48,13 | 577,50 | 577,50 | 577,50 | | |
| 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 |
| 10,25 | 10,25 | 10,25 | 10,25 | 10,25 | 123,00 | 123,00 | 123,00 | 123,00 | 123,00 |
| 1.464,58 | 1.464,58 | 1.464,58 | 1.464,58 | 1.464,58 | 17.785,00 | 18.332,50 | 18.907,38 | 18.933,49 | 19.567,29 |

| GASTO DE VENTAS | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| PUBLICIDAD | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 |
| TOTAL GASTOS DE VENTAS | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 |
| TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS | 4.327,30 | 4.327,30 | 4.327,30 | 6.235,30 | 4.327,30 | 4.327,30 |
| GASTOS PARA EL FLUJO CAJA | 3.757,71 | 3.757,71 | 5.665,71 | 3.757,71 | 3.757,71 | 3.807,71 |
| GASTOS GENERALES | 895,00 | 895,00 | 895,00 | 895,00 | 895,00 | 895,00 |
| DEPRECIACION | 569,58 | 569,58 | 569,58 | 569,58 | 569,58 | 569,58 |

| JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 2.640,00 | 2.772,00 | 2.910,60 | 3.056,13 | 3.208,94 |
| 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 2.640,00 | 2.772,00 | 2.910,60 | 3.056,13 | 3.208,94 |
| 4.377,30 | 4.327,30 | 4.327,30 | 4.327,30 | 4.327,30 | 6.599,30 | 56.317,58 | 58.791,70 | 61.389,54 | 63.539,77 | 66.403,88 |
| 3.757,71 | 3.757,71 | 3.757,71 | 3.757,71 | 6.029,71 | 49.482,58 | 51.956,70 | 54.554,54 | 57.282,27 | 60.146,38 | |
| 945,00 | 895,00 | 895,00 | 895,00 | 895,00 | 895,00 | 10.950,00 | 11.497,50 | 12.072,38 | 12.675,99 | 13.309,79 |
| 569,58 | 569,58 | 569,58 | 569,58 | 569,58 | 569,58 | 6.835,00 | 6.835,00 | 6.835,00 | 6.257,50 | 6.257,50 |
| | | | | | | 6.835,00 | 13.670,00 | 20.505,00 | 26.762,50 | 33.020,00 |

Fuente: Cuadro de Gastos
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 58 Cuadro de los Ingresos (Anexo 4)

Dentro de los ingresos por venta de productos o servicios se incluyen todos aquellos valores o rubros que tienen una incidencia positiva para a empresa.

| PRESUPUESTO DE INGRESOS | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------|--------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS POR VENTA | CANTIDAD | PRECIO | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO |
| HACIENDA JAMBELI | 256 | 19 | 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 |
| RESERVA ECOLOGICA MANGLAR CHURUTE | 120 | 14 | 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 |
| CENTRO SHUAR DE AGUAS TERMALES | 180 | 13 | 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 |
| HACIENDA LAS CAÑAS | 80 | 20 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 |
| CERRO DE HAYAS | 96 | 8 | 768 | 768 | 768 | 768 | 768 | 768 | 768 |
| TOTAL DE INGRESOS | | | 11.252,00 |

| PRESUPUESTO DE INGRESOS | | | | | | | | | |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 | 4.864,00 | 58.368,00 | 61.286,40 | 64.350,72 | 67.568,26 | 70.946,67 |
| 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 | 1.680,00 | 20.160,00 | 21.168,00 | 22.226,40 | 23.337,72 | 24.504,61 |
| 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 | 2.340,00 | 28.080,00 | 29.484,00 | 30.958,20 | 32.506,11 | 34.131,42 |
| 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 1.600,00 | 19.200,00 | 20.160,00 | 21.168,00 | 22.226,40 | 23.337,72 |
| 768 | 768 | 768 | 768 | 768 | 9.216,00 | 9.676,80 | 10.160,64 | 10.668,67 | 11.202,11 |
| 11.252,00 | 11.252,00 | 11.252,00 | 11.252,00 | 11.252,00 | 135.024,00 | 141.775,20 | 148.863,96 | 156.307,16 | 164.122,52 |

Fuente: Cuadro de Ingresos
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro de Inversión

En la inversión se ha considerado los principales factores tomando en cuenta que el negocio empieza a funcionar con la adquisición de un solo vehículo para evitar grandes montos de inversión, a medida de que el negocio vaya superándose se puede adquirir nuevos vehículos o en otros casos se podría rentar o trabajar mancomunada con otras empresas.

Cuadro No. 59

| INVERSIÓN DEL PROYECTO | |
|-------------------------------|------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | 1.345,00 |
| EQUIPO DE COMPUTACION | 1.750,00 |
| VEHICULO | 30.000,00 |
| EQUIPO DE OFICINA | 1.230,00 |
| CAJA - BANCO | 500,00 |
| TOTAL DE LA INVERSION | 34.825,00 |

Fuente: Inversión del proyecto
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Cuadro No. 60 Cuadro de Financiamiento

Considerando el poder adquisitivo que se tienen para iniciar el proyecto se lo va a financiar y para esto se ha acudido a la CFN que brinda el financiamiento para este tipo de proyecto turístico con una tasa de interés del %11,15 .Cabe recalcar que habrá un aporte propio del 40% y el 60% será financiado a través de esta corporación.

| FINANCIACION DEL PROYECTO | | |
|---------------------------|-----|-----------|
| INVERSION TOTAL | | 34.825,00 |
| Financiado | 60% | 20.895,00 |
| Aporte Propio | 40% | 13.930,00 |
| | | 34.825,00 |

| FINANCIAMIENTO | | | | |
|-----------------------|-----------|----------|-----------|-----------|
| TABLA DE AMORTIZACIÓN | | | | |
| PERIODO | CAPITAL | INTERES | PAGO | SALDO |
| - | | | | 20.895,00 |
| 1 | 4.179,00 | 2.329,79 | 6.508,79 | 16.716,00 |
| 2 | 4.179,00 | 1.863,83 | 6.042,83 | 12.537,00 |
| 3 | 4.179,00 | 1.397,88 | 5.576,88 | 8.358,00 |
| 4 | 4.179,00 | 931,92 | 5.110,92 | 4.179,00 |
| 5 | 4.179,00 | 465,96 | 4.644,96 | - |
| | | | | |
| | 20.895,00 | 6.989,38 | 27.884,38 | |

| TASA | | |
|-----------------------------|--------|--------|
| TASA ANUAL INTERES PRESTAMO | 11,15% | 0,1115 |
| | | 0,1115 |

| PRESTAMO BANCARIO | | |
|-------------------|-----------|----------|
| Prestamo Bancario | 20.895,00 | 2.329,79 |

Cuadro No. 61 Amortización

| TABLA DE AMORTIZACIÓN | | | | |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| PERIODO | CAPITAL | INTERES | PAGO | SALDO |
| - | | | | 20.895,00 |
| 1 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 20.546,75 |
| 2 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 20.198,50 |
| 3 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 19.850,25 |
| 4 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 19.502,00 |
| 5 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 19.153,75 |
| 6 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 18.805,50 |
| 7 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 18.457,25 |
| 8 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 18.109,00 |
| 9 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 17.760,75 |
| 10 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 17.412,50 |
| 11 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 17.064,25 |
| 12 | 348,25 | 194,15 | 542,40 | 16.716,00 |
| | | | | |
| | | | | |
| | 4.179,00 | 2.329,79 | 6.508,79 | |

Fuente: Cuadro de Financiamiento
 Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

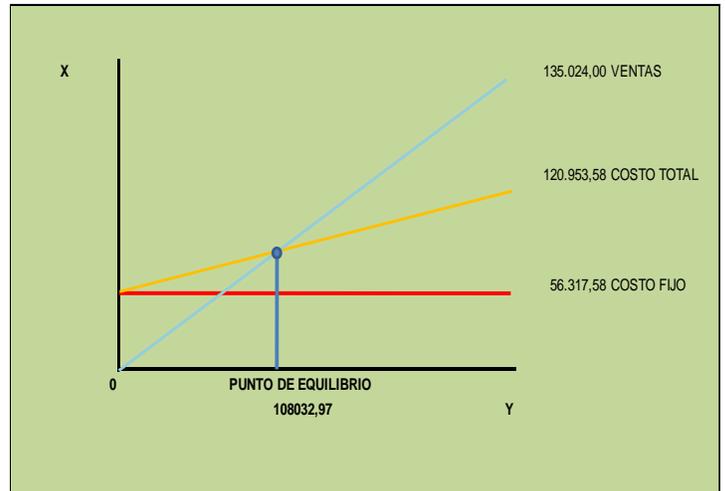
Cuadro No. 62 Cuadro del punto de Equilibrio

En el cuadro se ve reflejado el punto de equilibrio, esto es decir el valor de nuestras ventas que se generaran para cubrir nuestros costos, el valor de las ventas para mantenernos en un punto de equilibrio serán de \$136.024,00

PUNTO DE EQUILIBRIO

| DATOS | |
|------------------|------------|
| ventas | 135.024,00 |
| costo fijos | 56.317,58 |
| Costos variables | 64.636,00 |

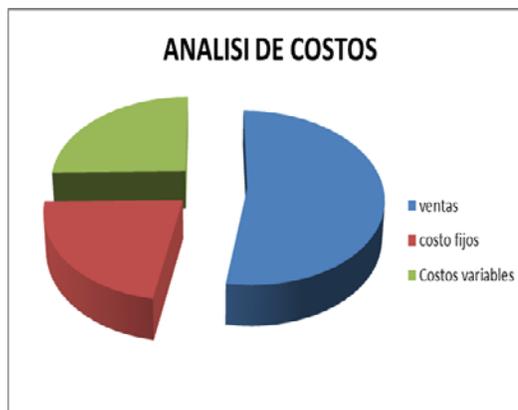
$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{56317,58}{0,52130} = 108032,97$$



80,01%
135041,207 # de unidades que tengo q producir al año

108032,9656 valor en dolares minimo para vender

Figura No. 41



Pérdidas y Ganancias

En el estado de pérdidas y ganancias podemos observar que se realizarán los respectivos pagos e impuestos que la operadora por ley deberá realizar, la empresa al finalizar el primer año tiene como utilidad neta de \$10.958,45

Cuadro No. 63

| Operadora Turística "Aventurero Tours" | | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO | | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| VENTAS | 135.024,00 | 141.775,20 | 148.863,96 | 156.307,16 | 164.122,52 | 746.092,83 |
| (-) COSTO DE VENTAS | 64.636,00 | 67.867,80 | 71.261,19 | 74.824,25 | 78.565,46 | 357.154,70 |
| UTILIDAD BRUTA | 70.388,00 | 73.907,40 | 77.602,77 | 81.482,91 | 85.557,05 | 388.938,13 |
| COSTOS INDIRECTOS | 56.317,58 | 58.791,70 | 61.389,54 | 63.539,77 | 66.403,88 | 306.442,47 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 14.070,42 | 15.115,70 | 16.213,23 | 17.943,14 | 19.153,17 | 82.495,66 |
| (-) GASTOS FINANCIEROS | 2.329,79 | 1.863,83 | 1.397,88 | 931,92 | 465,96 | 6.989,38 |
| UTILIDAD ANTES PART. IMP | 11.740,63 | 13.251,86 | 14.815,35 | 17.011,22 | 18.687,22 | 75.506,29 |
| PARTICIPACION EMPLEADOS | 1.761,09 | 1.987,78 | 2.222,30 | 2.551,68 | 2.803,08 | 11.325,94 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPTO | 9.979,54 | 11.264,08 | 12.593,05 | 14.459,54 | 15.884,13 | 64.180,34 |
| IMPUESTO RENTA | 2.295,29 | 2.590,74 | 2.896,40 | 3.325,69 | 3.653,35 | 27.371,03 |
| UTILIDAD NETA | 7.684,24 | 8.673,34 | 9.696,65 | 11.133,85 | 12.230,78 | 48.135,26 |

Fuente: Estado pérdidas y ganancias
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Balance General

El Balance General es el estado más importante de la empresa nos ayuda a observar la vida útil de cada año en el cual se incluye activos, pasivos y patrimonio.

Cuadro No. 64

| Operadora Turística "Aventurero Tours" | | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| BALANCE GENERAL | | | | | | |
| CUENTAS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | | |
| CAJA -BANCOS | 600,00 | 14.896,63 | 26.748,10 | 39.640,94 | 53.611,96 | 68.500,30 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 600,00 | 14.896,63 | 26.748,10 | 39.640,94 | 53.611,96 | 68.500,30 |
| ACTIVOS FIJOS | | | | | | |
| DEPRECIAC. ACUMULADA | 34.325,00 | 34.325,00 | 34.325,00 | 34.325,00 | 34.325,00 | 34.325,00 |
| TOTAL DE ACTIVO FIJO | 34.325,00 | 27.490,00 | 20.655,00 | 13.820,00 | 7.562,50 | 1.305,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 34.925,00 | 42.386,63 | 47.403,10 | 53.460,94 | 61.174,46 | 69.805,30 |
| PASIVO | | | | | | |
| CORRIENTE | | | | | | |
| PRESTAMO | 20.895,00 | 16.716,00 | 12.537,00 | 8.358,00 | 4.179,00 | - |
| PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR | - | 1.761,09 | 1.987,78 | 2.222,30 | 2.551,68 | 2.803,08 |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR | - | 2.295,29 | 2.590,74 | 2.896,40 | 3.325,69 | 3.653,35 |
| TOTAL PASIVO | 20.895,00 | 20.772,39 | 17.115,52 | 13.476,70 | 10.056,38 | 6.456,43 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| APORTE CAPITAL | 13.930,00 | 13.930,00 | 13.930,00 | 13.930,00 | 13.930,00 | 13.930,00 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | - | 7.684,24 | 8.673,34 | 9.696,65 | 11.133,85 | 12.230,78 |
| UTILIDAD AÑOS ANTERIORES | - | - | 7.684,24 | 16.357,59 | 26.054,24 | 37.188,08 |
| TOTAL PATRIMONIO | 13.930,00 | 21.614,24 | 30.287,59 | 39.984,24 | 51.118,08 | 63.348,86 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 34.825,00 | 42.386,63 | 47.403,10 | 53.460,94 | 61.174,46 | 69.805,30 |

0,00

0,00

0,00

0,00

0,00

Fuente: Balance General
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Flujo de Caja

Permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, ayudando además que el inversionista cuente con los suficientes recursos y de esta manera cubrir sus necesidades de efectivo.

Cuadro No. 65

| Operadora Turístico "Aventurero Tours" | | | | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| FLUJO DE CAJA PROYECTADO | | | | | | | |
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| INGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| VENTAS | - | 135.024,00 | 141.775,20 | 148.863,96 | 156.307,16 | 164.122,52 | 746.092,83 |
| TOTAL INGRESOS OPERATIVOS | | 135.024,00 | 141.775,20 | 148.863,96 | 156.307,16 | 164.122,52 | 746.092,83 |
| EGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSION INICIAL | 34.825,00 | - | - | - | - | - | - |
| GASTO DE ADMINISTRATIVOS | - | 35.892,58 | 37.687,20 | 39.571,57 | 41.550,14 | 43.627,65 | 198.329,14 |
| GASTO DE VENTAS | - | 2.640,00 | 2.772,00 | 2.910,60 | 3.056,13 | 3.208,94 | 14.587,67 |
| GASTOS GENERALES | - | 10.950,00 | 11.497,50 | 12.072,38 | 12.675,99 | 13.309,79 | 60.505,66 |
| GASTOS OPERACIONALES | - | 64.636,00 | 67.867,80 | 71.261,19 | 74.824,25 | 78.565,46 | 357.154,70 |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS | - | - | 1.761,09 | 1.987,78 | 2.222,30 | 2.551,68 | 2.803,08 |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA | - | - | 2.295,29 | 2.590,74 | 2.896,40 | 3.325,69 | 3.653,35 |
| TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS | 34.825,00 | 114.118,58 | 123.880,89 | 130.394,25 | 137.225,22 | 144.589,22 | 637.033,60 |
| FLUJO OPERATIVO | -34.825,00 | 20.905,42 | 17.894,31 | 18.469,71 | 19.081,94 | 19.533,30 | 95.884,67 |
| INGRESOS NO OPERATIVOS | - | | | | | | |
| PRESTAMO BANCARIO | 20.895,00 | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL ING. NO OPERATIVOS | 20.895,00 | - | | | | | |
| EGRESOS NO OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSIONES | | | | | | | |
| PAGO DE CAPITAL | - | 4.179,00 | 4.179,00 | 4.179,00 | 4.179,00 | 4.179,00 | 20.895,00 |
| PAGO DE INTERESES | - | 2.329,79 | 1.863,83 | 1.397,88 | 931,92 | 465,96 | 6.989,38 |
| TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS | - | 6.508,79 | 6.042,83 | 5.576,88 | 5.110,92 | 4.644,96 | 27.884,38 |
| FLUJO NETO NO OPERATIVO | 20.895,00 | -6.508,79 | -6.042,83 | -5.576,88 | -5.110,92 | -4.644,96 | -27.884,38 |
| FLUJO NETO | -13.930,00 | 14.396,63 | 11.851,47 | 12.892,84 | 13.971,02 | 14.888,34 | 68.000,30 |
| SALDO INICIAL | - | 500,00 | 14.896,63 | 26.748,10 | 39.640,94 | 53.611,96 | |
| FLUJO ACUMULADO | - | 14.896,63 | 26.748,10 | 39.640,94 | 53.611,96 | 68.500,30 | |

TIR DEL NEGOCIO

48%

TIR DEL INVERSIONISTA

27%

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

VAN

Con este indicador se logra conocer el valor del dinero actual que va recibir el proyecto en un futuro. Para poder obtener el VAN hemos necesitado de la inversión inicial, los flujos de caja y la tasa descuento, la cual que representa la mejor tasa de rentabilidad alternativa que puede obtener el inversionista.

Por lo tanto una vez analizado como nos ayuda esta indicador financiero, vemos a continuación el siguiente cuadro:

Cuadro No. 66

| INDICES FINANCIEROS | | | | | | |
|---------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| DESCRIPCION | INV. INICIAL | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
| Flujos operativos | -34.825,00 | 20.905,42 | 17.894,31 | 18.469,71 | 19.081,94 | 19.533,30 |

| INDICES FINANCIEROS | | | | | | |
|---------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| DESCRIPCION | INV. INICIAL | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
| Flujos netos | -34.825,00 | 14.396,63 | 11.851,47 | 12.892,84 | 13.971,02 | 14.888,34 |

| TASA DE DESCUENTO | |
|-------------------|--------|
| TASA DE DESCUENTO | 16,00% |

Fuente: Tasa de descuento
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

CUADRO DEL VAN y LA TIR

Como se indica en el cuadro No 66 se refleja un VAN de \$28.166,90 y comparando este valor monetario con el valor inicial, nos refleja que es positivo, por lo tanto el proyecto es rentable. La TIR obtenida sobre la inversión es de 47.80% lo cual proyecta excelentes resultados, puesto que la TIR es un valor mayor que la tasa de descuento.

Cuadro No. 67

| | |
|-------------------------------------|---------------------|
| TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO | MAYOR AL 12% |
| SUMATORIA DE FLUJOS | 95.884,67 |
| AÑOS | 5 |
| INVERSION INICIAL | 34.825,00 |
| TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO | 55,07% |

| | | |
|--|-----------------|------------------|
| SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS | | 62.991,90 |
| VAN | POSITIVO | 28.166,90 |
| INDICE DE RENTABILIDAD I.R. | MAYOR A 1 | 2,24 |
| RENDIMIENTO REAL | MAYOR A 12 | 123,64 |
| TASA INTERNA DE RETORNO DEL NEGOCIO | | 47,80% |
| TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA | | 27,04% |

Fuente: Cuadro VAN y TIR
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Índices y Razones Financieras

Cuadro No. 68

| DATOS | |
|------------------|-----------|
| ACTIVO CORRIENTE | 14.896,63 |
| ACTIVOS TOTALES | 42.386,63 |
| UTILIDAD NETA | 7.684,24 |

| RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ | | | |
|-------------------------|--------------|--------|--------|
| RIESGO DE LIQUIDEZ | MENOR AL 50% | 0,6486 | 64,86% |

| RENDIMIENTO CORRIENTE | | | |
|-----------------------|-------------|--------|--------|
| RENDIMIENTO CORRIENTE | MAYOR A 12% | 0,1813 | 18,13% |

| RAZONES | |
|--------------------|------------|
| UTILIDAD OPERATIVA | 95.884,67 |
| GASTOS FINANCIEROS | 6.989,38 |
| INVERSION INICIAL | 34.825,00 |
| UTILIDAD NETA | 48.135,26 |
| VALOR DEL CREDITO | 20.895,00 |
| VENTAS | 746.092,83 |
| COSTO DE VENTA | 663.597,17 |
| TOTAL DEL ACTIVO | 1.305,00 |

Fuente: Cuadro Índices y Razones
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Punto de Equilibrio

En el cuadro se ve reflejado el punto de equilibrio, esto es decir el valor de nuestras ventas que se generaran para cubrir nuestros costos, el valor de las ventas para mantenernos en un punto de equilibrio serán en dólares de \$108.032,97 y el 80,01 en porcentaje.

Cuadro No. 69

| PUNTO DE EQUILIBRIO | |
|---------------------|-----------|
| EN DOLARES | 108032,97 |
| EN PORCENTAJE | 80,01% |

Fuente: Punto de Equilibrio Porcentaje
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

Índice de Liquidez

El índice de liquidez significa la capacidad que tiene una empresa para poder cubrir sus costos a un plazo corto, si observamos el cuadro No 69 se muestra un índice de 4,44 lo que significa que la empresa tiene 3,44 por cada dólar para cubrir sus deudas un corto periodo.

Cuadro No.70

| CAPITAL DE TRABAJO | | |
|-----------------------------|-----------------|----------|
| | POSITIVO | 12892,84 |
| INDICE DE LIQUIDEZ | MAYOR A 1 | 4,44 |
| VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS | MENOR A 50% | 28,31 |
| INDICE DE EMPLEO | | 1,31 |

Fuente: Cuadro Capital de trabajo
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

5.7.3 IMPACTO

Los beneficios que se dan a través del proyecto propuesto sobre la Creación de una Operadora Turística en el Cantón de Naranjal serán para los inversionistas obteniendo rendimiento sobre la inversión como lo demuestra la parte financiera.

Será de gran beneficio para los habitantes, autoridades de dicha localidad ya que de esta manera darían a conocer a su Cantón y los diversos atractivos turísticos que posee, y así fomentar el turismo y que los habitantes se integren y mantengan sus culturas tradicionales, generando nuevas plazas de trabajo y así se erradicaría el desempleo que pudiera existir, ayudando a la población a generar su desarrollo local, y consecuentemente su calidad de vida.

5.7.4 CRONOGRAMA

Cuadro No. 71

| Meses | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | | Enero | | | | Febrero | | | |
|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|-------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Semanas | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Planteamiento del Problema | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sistematización | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivos de la investigación y Justificación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Antecedentes referenciales e histórico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fundamentación teórica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hipótesis y variables | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Operacionalización de las variables | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tipo de investigación, técnicas e instrumentos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis e Interpretación de datos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Resultados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación de Hipótesis | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tema de la propuestas, fundamentación y justificación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivos de la propuesta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividades de la propuesta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Porter y FODA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estrategias de Marketing Mix | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis financiero. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Cuadro Cronograma
Elaborado por: Gabriel Paz – María Murillo

5.7.5 LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS

La propuesta podrá ser evaluada a través de los siguientes indicadores:

- Incremento de Generación de fuentes de empleo
- Proyección de las riquezas turísticas en otros sectores o nivel nacional
- Incremento del nivel de ventas
- Margen de utilidad
- Rendimiento sobre la inversión

CONCLUSIONES:

El turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para el país, para Naranjal esta es una realidad, su economía empieza a tener dependencia de las múltiples actividades turísticas que la geografía del sector ofrece; sin embargo, la explotación de esta belleza natural aún no se genera en el nivel adecuado.

A continuación se establecen las conclusiones de la investigación:

- La difusión de las riquezas naturales de Naranjal no se han generado con mayor fuerza, siendo un limitante para el desarrollo local, llevando a mantener niveles de ingresos poco satisfactorios para los habitantes y para el gobierno local.
- Las autoridades locales consideran que la responsabilidad del turismo corresponde exclusivamente al Ministerio encargado de esta actividad; dándose una escasa difusión de las bellezas y atractivos de este cantón, incidiendo en el nivel turístico que termina siendo bajo en relación a las expectativas que genera el sector.
- Los habitantes del cantón Naranjal manejan una cultura turística que repercute en forma negativa, esto se debe a que no se aprecia todo el potencial de la zona y al efectuar turismo lo hacen en otras regiones, poniendo en riesgo la percepción que foráneos puedan tener sobre las bellezas naturales que ofrece Naranjal.
- Las vías del cantón Naranjal sufren de constantes daños y el repararlas o habilitarlas lleva un período de tiempo considerable, dañándose la imagen del sector y poniendo en riesgo el normal funcionamiento de la transportación de los turistas.
- Los emprendedores consideran que existe riesgo para sus inversiones, como consecuencia de no manejarse un correcto programa de comunicación e imagen.

RECOMENDACIONES

La difusión de las bellezas naturales de Naranjal serán la clave para mejorar su economía y por ende su desarrollo local, por lo tanto se recomienda:

- Crear una Operadora Turística que se encargue de difundir las riquezas naturales de Naranjal, convirtiéndose en una alternativa para contribuir con el desarrollo local, creando paquetes atractivos y con precios descremados.
- Las autoridades locales deberán hacer conciencia de su papel en el desarrollo turístico de Naranjal, implementando planes de difusión de las bellezas del cantón y cómo se accede o llega a ellas.
- Efectuar proyectos de concienciación cultural, dirigidos a los habitantes del cantón para que aprendan apreciar las bellezas que se poseen y se conviertan en los mejores embajadores del turismo de este sector. Los proyectos deberían efectuarse por parte de la Municipalidad y en actividades mancomunadas con el Ministerio de turismo; además de incluir a cada operadora, agencia y empresa turismo de esta zona.
- Mejorar la infraestructura vial que permite el acceso a las riquezas naturales de Naranjal, de esta forma se mejorará la imagen del cantón y se prestará facilidad a las diversas cooperativas de transporten, sobre todo a los vehículos de los emprendimientos turísticos que llevan a los puntos o atractivos.
- La Operadora Turística que se recomienda crear deberá trabajar en forma ardua en un programa de comunicación con sus clientes potenciales, tratando de salir de las fronteras de naranjal para captar mayor demanda, esto minimizará el riesgo de su inversión y dará mayor probabilidad de rentabilidad y retorno sobre la inversión.

BIBLIOGRAFÍAS

1. Summer, W. G. (1833). Riqueza de la producción. En C. R. Cavassa, *Gestión Administrativas Para Empresas Turísticas* (pág. 9). Bostón..
2. Ramirez, C. (, pág. 11). En G. A. Turísticas, *Gestión Administrativas para Empresas Turísticas*.
3. César, R. (s.f.). Turismo como actividad económica. En R. César, *Gestión Administrativas para Empresas Turística* (pág. 14).
4. César, R. (s.f.). Turismo como actividad económica. En R. César, *Gestión Administrativas para Empresas Turística* (pág. 15).
5. Ramírez, C. (s.f.). Turismo como actividad social. En C. Ramírez, *Gestión Administrativas para Empresas Turísticas* (pág. 18).
6. Ramírez, C. (s.f.). Turismo como fuente generadora de empleo. En C. Ramírez, *Gestión Administrativas para Empresas Turísticas* (pág. 19).
7. Ecuador, C. d. (s.f.). Elementos Constitutivos del Estado. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 17).
8. Ecuador, C. d. (s.f.). Derechos del Buen Vivir. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 24).
9. Ecuador, C. d. (s.f.). Cultura y Ciencia. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (págs. 26-27). Art. 21-22-24.
10. Ecuador, C. d. (s.f.). Educación. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 27).
11. Ecuador, C. d. (s.f.). Habitación y Vivienda. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 28).
12. Ecuador, C. d. (s.f.). Salud. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 29).
13. Ecuador, C. d. (s.f.). Trabajo y seguridad Social. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 29).
14. Ecuador, C. d. (s.f.). Personas usuarias y consumidoras. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 39). Art. 52-53-54.
15. Ecuador, C. d. (s.f.). Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 41).

16. Ecuador, C. d. (s.f.). Derechos de la naturaleza. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 52). Art 71-72-73-74.
17. Ecuador, C. d. (s.f.). Sectores estratégicos, servicios y empresas públicas. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 150).
18. Ecuador, C. d. (s.f.). Cultura. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (págs. 170-171). Art.377-378-379.
19. Ecuador, C. d. (s.f.). Biodiversidad y recursos naturales. En C. d. Ecuador, *Asamblea Nacional* (pág. 177).
20. Ecuador, C. d. (s.f.). Patrimonio natural y ecosistemas. En *Asamblea Nacional* (pág. 180). Art. 404-405.
21. Ecuador, C. d. (s.f.). El turismo, factor de desarrollo sostenible. En *Asamblea Nacional* (págs. 3-4).
22. Ecuador, C. d. (s.f.). El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino. En *Asamblea Nacional* (pág. 6).

LINCOGRAFIA

1. <http://www.restaurantcorvel.com/turismo/detalles/el+turismo+sostenible+y+su+im+portancia>.
2. <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-11>. (s.f.).
3. <http://andes.info.ec/turismo/1489.html>. (03 de Noviembre de 2012). MINITUR, Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica Andes . Ecuador.
4. (2009). Qué es el turismo ecológico. En *Turismo Salvaje*. Naranjal.
5. <http://www.ecuadoriantours.com/es/index20.jsp?id=6&idH=7> . (03 de Noviembre de 2012). Recuperado el 25 de Octubre de 2012
6. MINISTERIO DE TURISMO. (02 de Octubre de 2012). Recuperado el 25 de Octubre de 2012, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8335/1/17839_1.pdf.
7. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8335/1/17839_1.pdf. (01 de Octubre de 2012). Recuperado el 25 de Octubre de 2012, de MINISTERIO DE TURISMO.
8. wall, M. Y. (7 de Julio de 2009). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322009000600006&script=sci_arttext. Obtenido de Universidad autonoma del estado de Mexico.
9. Medlik, B. (7 de Julio de 2009). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322009000600006&script=sci_arttext. Recuperado el Septiembre de 2012, de Universidad autónoma del estado de Mexico.
10. TURISMO, M. D. (8 de Octubre de 2012). Recuperado el Noviembre de 2012, de http://www.cubaindustria.cu/webs/quienes_somos/min_turismo.htm.
11. Josee, V. (Septiembre de 2009). <http://entrevistasrutadelzahir.blogspot.com>. Obtenido de Entrevista a la Ministra de Turismo del Ecuador.
12. PLANETA, C. (09 de Octubre de 2012). http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8335/1/17839_1.pdf. Obtenido de Agencias de viaje mayoristas y minoristas .

13. Scattolon, L. (s.f.). *Pagina*
http://admturismo05.blogspot.com/2010_12_01_archive.html. Recuperado el Septiembre de 2012
14. <http://www.guayas.gob.ec/turismo/atractivos/vias-para-el-turismo>. (s.f.).
Recuperado el 11 de 2012 de Noviembre, de GUAYAS TURISTICOS
15. <http://culturistica2.blogspot.com>. (11 de Noviembre de 2011). Recuperado el Septiembre de 2012, de CULTURA TURISTICA.
16. Fernemi. (09 de Julio de 2008). <http://www.latinpedia.net/Turismo/turismo/Turismo-receptivo-como-magica-solucion-ad648.htm>">Turismo receptivo como mágica solución. Recuperado el Octubre de 2012
17. *Pagina* <http://turismoinforma.blogspot.com/>. (8 de Junio de 2009). Recuperado el Octubre de 2012, de Infoturismo.
18. Scattalon, L. (Diciembre de 2010).
http://admturismo05.blogspot.com/2010_12_01_archive.html. Recuperado el Septiembre de 2012

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los habitantes de los Cantón Naranjal

La presente encuesta tiene por objetivo conocer la cultura turística de los habitantes del Cantón Naranjal y determinar en qué nivel este factor afecta el potencial turístico.

Se pide precisión y veracidad en las respuestas, marcando con una X aquella que corresponde a su percepción.

| Ítems | 5 Muy de Acuerdo | 4 De Acuerdo | 3 Indeciso | 2 En Desacuerdo | 1 Muy en Desacuerdo |
|---|------------------|--------------|------------|-----------------|---------------------|
| 1.- Todos los habitantes del Cantón Naranjal, conocen los atractivos turísticos de esta zona. | | | | | |
| 2.- Cuando decide hacer turismo, su primera opción son los atractivos naturales de este Cantón (Naranjal). | | | | | |
| 3.- Cada vez que tiene oportunidad, no se convierte en el principal difusor de la riqueza turística de este Cantón. | | | | | |
| 4.- Los habitantes de Naranjal siempre estarán dispuestos a formar parte de un programa de difusión cuyo objetivo sea dar a conocer el potencial turístico del cantón que habitan (Naranjal). | | | | | |
| 5.- La aplicación de la programación del potencial turístico de Naranjal, requiere que sus habitantes asuman un papel activo en dicha difusión. | | | | | |
| 6.- Todos los habitantes de este cantón, sienten orgullo de la riqueza cultural y geográfica que poseen. | | | | | |



ANEXO 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LOS CANTONES EL TRIUNFO, BUCAY, NARANJITO, MILAGRO.

La encuesta tiene por objetivo determinar el nivel de conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Naranjal, para determinar si existe la necesidad de apuntalar el desarrollo local de este sector, a través de la explotación turística.

Se pide precisión y veracidad en las respuestas, marcando con una X aquella que corresponde a su percepción.

| Ítems o Pregunta | 5 Muy de Acuerdo | 4 De Acuerdo | 3 Indeciso | 2 En Desacuerdo | 1 Muy en Desacuerdo |
|--|---------------------|-----------------|---------------|--------------------|------------------------|
| 1.- ¿Conoce usted los atractivos turísticos que ofrece el cantón Naranjal? | | | | | |
| 2.- ¿Ha participado en alguna actividad turística en el cantón Naranjal? | | | | | |
| 3.- Cuando ha decidido efectuar turismo ecológico, ¿una de sus primeras opciones ha sido visitar los atractivos geográficos de Naranjal? | | | | | |
| 4.- ¿Considera usted que el acceso al cantón Naranjal se caracteriza por sus vías en perfecto estado, sabe todo las vías de ingreso a los puntos o paraderos turísticos? | | | | | |
| 5.- ¿Si usted ha efectuado turismo en el cantón Naranjal, siempre ha encontrado a su disposición, transporte hacia los diferentes puntos turísticos? | | | | | |
| 6.- ¿Es usted un visitante continuo de los atractivos turísticos del cantón Naranjal? | | | | | |
| 7.- Cuando ha buscado información, ¿siempre ha tenido a su disposición o acceso, diversas fuentes de información sobre el turismo en el cantón Naranjal? | | | | | |
| 8.- Si desease invertir en proyectos turísticos, ¿considera usted que existe un elevado nivel de riesgo? | | | | | |
| 9.- ¿Considera usted que emprender en el turismo es sinónimo de asumir grandes riesgos? | | | | | |
| 10.- El riesgo es un factor que lo desmotiva a invertir en actividades turísticas. | | | | | |



ANEXO 3

Entrevista

El objetivo de la entrevista es conocer la participación de las autoridades locales, en la difusión turística en el cantón Naranjal.

Entrevistado: Ing. Marcos Chica

Cargo: Alcalde

- 1.- ¿Qué papel desempeña la municipalidad en la difusión turística en este Cantón?**
- 2.-Actualmente. ¿Qué actividades está realizando el municipio para difundir el atractivo turístico del cantón Naranjal?**
- 3.- ¿Considera usted que aún falta por explotar varias de las potencialidades turísticas de este cantón? ¿Por qué?**
- 4.- ¿Cómo considera usted el nivel turístico que actualmente se da en este Cantón? ¿Desearía promovérselo con mayor esfuerzo?**
- 5.-El acceso a los puntos turísticos del Cantón Naranjal ¿Cómo se encuentra actualmente?**
- 6.- ¿Qué apoyo brinda la municipalidad a los emprendimientos turísticos en lo que corresponde a su difusión?**
- 7.-El nivel de visita que recibe este Cantón ¿Cómo lo calificaría en términos de rotación turística?**



ANEXO 4

Cuadro para sacar los Ingresos

| Ingresos Paquete #1 | |
|----------------------------------|------------------------|
| Maxima capacidad de los clientes | 15 |
| Dias a la Semana | 4 |
| Cientes semanales | 60 * 4 semanas |
| Cientes mensuales | 256 paquetes mensuales |

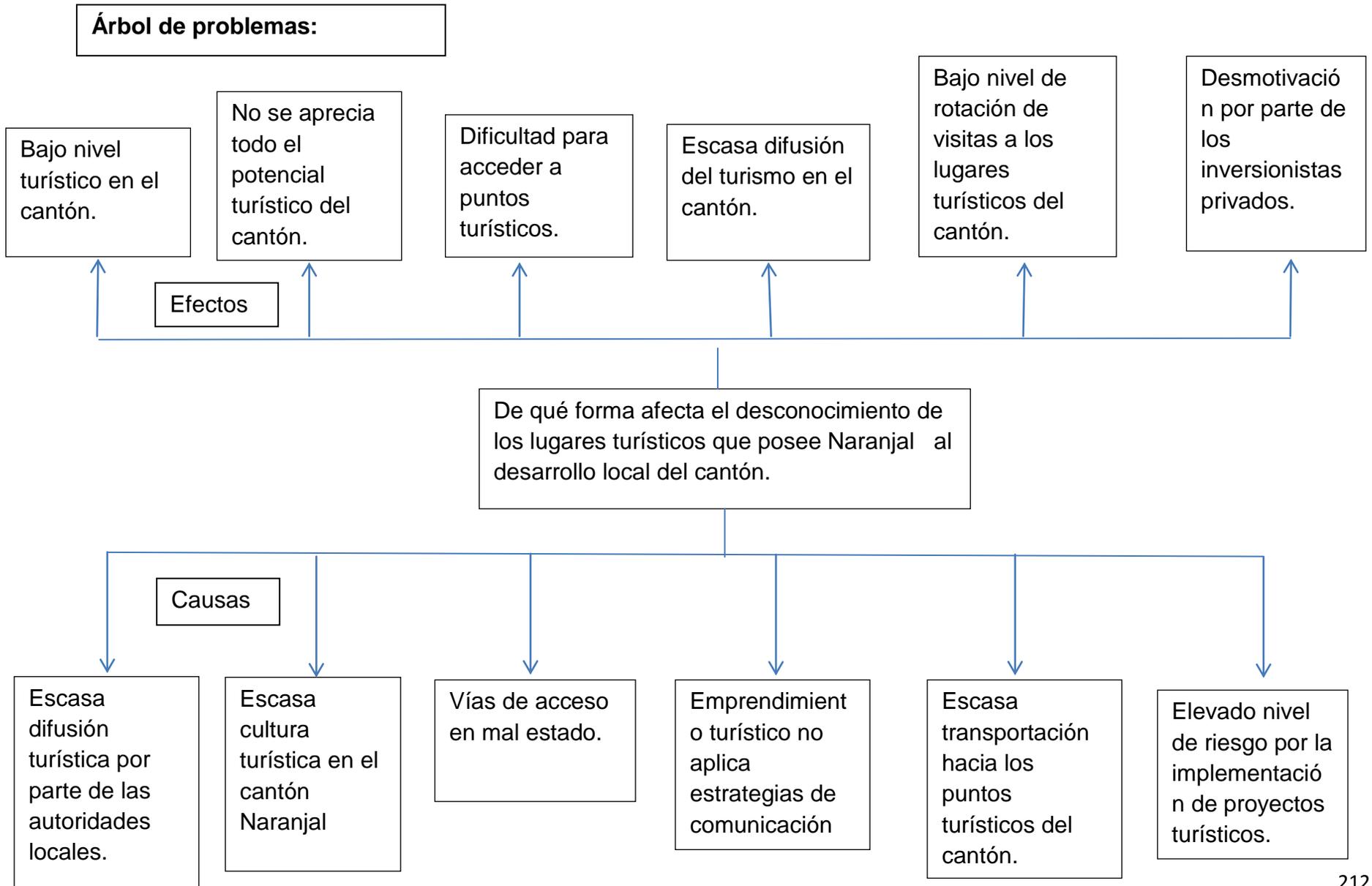
| Ingresos Paquete #2 | |
|----------------------------------|------------------------|
| Maxima capacidad de los clientes | 10 |
| Dias a la Semana | 3 |
| Cientes semanales | 30 * 4 semanas |
| Cientes mensuales | 120 paquetes mensuales |

| Ingresos Paquete #3 | |
|----------------------------------|------------------------|
| Maxima capacidad de los clientes | 15 |
| Dias a la Semana | 3 |
| Cientes semanales | 45 * 4 semanas |
| Cientes mensuales | 180 paquetes mensuales |

| Ingresos Paquete #4 | |
|----------------------------------|-----------------------|
| Maxima capacidad de los clientes | 10 |
| Dias a la Semana | 2 |
| Cientes semanales | 20* 4 semanas |
| Cientes mensuales | 80 paquetes mensuales |

| Ingresos Paquete #5 | |
|----------------------------------|-----------------------|
| Maxima capacidad de los clientes | 12 |
| Dias a la Semana | 2 |
| Cientes semanales | 24* 4 semanas |
| Cientes mensuales | 96 paquetes mensuales |

ANEXO 5



Anti plagio del Capítulo 2 del tema “Creación de una Operadora Turística ubicada en el Cantón Naranjal, para potenciar y difundir los atractivos culturales y geográficos de la zona.



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

| Text being analyzed | Result |
|---|--------|
| Desconocimiento turístico Acción de desconocer e ignorar los diver... | OK |
| Inversionistas privados Personas naturales o jurídicas, nacionales o... | OK |
| Sitios turísticos Destinos donde las personas realizan actividades c... | OK |
| Declaración de las variables independientes y dependientes de la re... | OK |
| Fuente: Variables independiente y dependiente de la investigación r... | OK |
| Potencial turístico Conjunto de recursos, localidad, y equipamientos... | OK |
| Estrategia de comunicación Conjunto de acciones planificada de m... | OK |
| aplicación de la estrategia de comunicación de los emprendimientos... | OK |

Results: No plagiarism suspected

Anti plagio del Capítulo 5 del tema “Creación de una Operadora Turística ubicada en el Cantón Naranjal, para potenciar y difundir los atractivos culturales y geográficos de la zona

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

| Text being analyzed | Result |
|---|---------------|
| Desarrollamos soluciones innovadoras ofrecemos servicios que gar... | OK |
| Obligación: Todos los propietarios de establecimientos comerciales ... | OK |
| Contamos con instalaciones adecuadas e infraestructura adecuada ... | OK |
| Reglamento, comprobantes de venta, retención y documentos com... | OK |
| Normalizar y actualizar permanentemente sus conocimientos | OK |
| Ofrecer descuentos en las personas que constantemente adquieran... | OK |
| Todas las personas titulares o propietarias de empresas o estableci... | OK |
| Implementar tours vacacionales en las distintas instituciones educat... | OK |

Results: No plagiarism suspected