



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL**

Previa a la obtención del grado de

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**“PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE MICRONEGOCIOS DE  
TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA BAÑOS TERMALES DE  
SAN VICENTE Y EL COMPLEJO “TELÉSFORO VILLACRÉS LAINEZ”  
CON LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE SUS HABITANTES”**

**Elaborado por:**

Bernarda Berenice Jordán Toledo

**Director/a del Proyecto de Titulación:**

Mgs. Shirley Carolina Segura Ronquillo

Guayaquil, diciembre del 2012

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente a Dios por haber permitido que todo lo que tenga a mí alrededor, me permita soñar, desear y querer, y a la vez que estos sean parte fundamental en mi vida para que yo con mucho esfuerzo cumpla mis metas planteadas satisfactoriamente.

A mis padres ya que su esfuerzo, sacrificio y modelo de vida me cultivaron el valor de la responsabilidad para así poder alcanzar mis metas.

A la Mgs. Shirley Segura R. que con su experiencia, paciencia y tiempo supo guiarme a través de sus conocimientos.

Al Cabildo de la Comuna Baños Termales de San Vicente, a la Empresa Municipal de Turismo de la Provincia de Santa Elena y al MINTUR por su total apoyo durante la investigación.

## **DEDICATORIA**

Este proyecto se los dedico a mis padres y hermanos con todo mi amor, por haber confiado y brindado todo su apoyo y esfuerzo durante mi vida estudiantil y en especial durante mis años universitarios.

A la Comunidad de Baños Termales de San Vicente, por el deseo de buscar nuevas formas para lograr su desarrollo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### CERTIFICACIÓN


Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante JORDAN TOLEDO BERNARDA BERENICE como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.

Guayaquil, diciembre del año 2012

#### DIRECTOR DE TESIS

  
Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

#### REVISOR DE CONTENIDO:

  
Ab. Ingrid Dávila Carrión

#### REVISOR METODOLÓGICO:

  
Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA

#### DIRECTORA DE LA CARRERA

  
Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**Bernarda Berenice Jordán Toledo**

### DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “**Propuesta para el Desarrollo de Micronegocios de Turismo Comunitario en la Comuna Baños Termales de San Vicente y el Complejo “Telésforo Villacrés Lainez” con la Participación Activa de sus Habitantes**”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA

Bernarda Jordán Toledo

**Bernarda Berenice Jordán Toledo**



## AUTORIZACIÓN

**Bernarda Berenice Jordán Toledo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: **“Propuesta para el Desarrollo de Micronegocios de Turismo Comunitario en la Comuna Baños Termales de San Vicente y el Complejo “Telésforo Villacrés Lainez” con la Participación Activa de sus Habitantes”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA

Bernarda Jordán Toledo

**Bernarda Berenice Jordán Toledo**

## **INDICE GENERAL CONTENIDO ANALÍTICO**

|   |    |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN.....                          | 16 |
| 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....            | 17 |
| 3. JUSTIFICACIÓN.....                         | 18 |
| 4. OBJETIVOS.....                             | 19 |
| 4.1 Objetivo General .....                    | 19 |
| 4.2 Objetivos Específicos.....                | 19 |
| 4.3 Metas y Actividades de los objetivos..... | 19 |
| 5. MARCO REFERENCIAL .....                    | 22 |
| 6. MARCO TEÓRICO .....                        | 23 |
| 7. MARCO LEGAL .....                          | 32 |
| 8. METODOLOGÍA .....                          | 35 |

### **CAPITULO 1**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. ANÁLISIS SITUACIONAL.....</b>  | <b>38</b> |
| 1.1 Actores Involucrados .....   | 38        |
| 1.2 Antecedentes y situación Actual de la Comuna Baños Termales de San Vicente ..... | 40        |
| 1.3 Análisis del entorno.....  | 47        |
| 1.3.1 Análisis PEST .....  | 47        |
| 1.3.2 Análisis del micro entorno .....   | 65        |

### **CAPITULO 2**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>              | <b>68</b> |
| 2.1 Objetivo del Estudio del mercado.....       | 68        |
| 2.2 Análisis FODA.....                          | 68        |
| 2.3 Análisis de la demanda .....                | 71        |
| 2.3.1 Mercado Potencial.....                    | 71        |
| 2.3.2 Mercado Meta .....                        | 72        |
| 2.3.3 Posicionamiento .....                     | 73        |
| 2.4 Análisis de la oferta turística.....        | 74        |
| 2.5 Diseño de la Investigación de Mercado ..... | 83        |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 2.5.1 | Universo / Población .....                               | 83  |
| 2.5.2 | Muestra: Calculo y Tamaño de la muestra.....             | 85  |
| 2.5.3 | Tipos de muestreo a utilizar .....                       | 86  |
| 2.5.4 | Técnicas de recogida de información.....                 | 87  |
| 2.5.5 | Técnicas de análisis de datos.....                       | 89  |
| 2.5.6 | Presentación, análisis de resultados y conclusiones..... | 90  |
| 2.6   | Análisis de la mezcla de Mercadotecnia .....             | 105 |
| 2.6.1 | Producto Turístico                                       |     |
| 2.6.2 | Precios  |     |
| 2.6.3 | Plaza  |     |
| 2.6.4 | Promoción  |     |
| 2.7   | Presupuesto de Marketing .....                           | 107 |

### **CAPITULO 3**

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| <b>3.</b> | <b>DISEÑO DE LA PROPUESTA DE MICRONEGOCIOS DE TURISMO COMUNITARIO .....</b> | <b>108</b> |
| 3.1       | Descripción de los micronegocios a emprender.....                           | 108        |
| 3.2       | Logo del Centro Turístico Comunitario Baños Termales de San Vicente .....   | 122        |
| 3.3       | Infraestructura Turística .....   | 122        |
| 3.4       | Estructura Organizativa de la CTC .....                                     | 123        |
| 3.5       | Porcentaje de utilidad para la Comuna.....                                  | 124        |
| 3.6       | Programas de Proyectos Turísticos por parte del Ministerio de Turismo ..... | 124        |
| 3.7       | Requisitos para la creación del Centro Turístico Comunitario .....          | 126        |

### **CAPITULO 4**

|           |  |            |
|-----------|--|------------|
| <b>4.</b> | <b>ANÁLISIS DE IMPACTOS.....</b>                     | <b>129</b> |
| 4.1       | Impacto ambiental.....                               | 129        |
| 4.2       | Impacto económico - empresarial .....                | 130        |
| 4.3       | Impacto sociocultural .....                          | 131        |
| 4.4       | Como prevenir y detener los impactos negativos ..... | 133        |



|                            |     |
|----------------------------|-----|
| CONCLUSIONES .....         | 135 |
| RECOMENDACIONES .....      | 137 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS |     |
| ANEXOS                     |     |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Criterios de estratificación según tamaño y giro de empresa. ....   | 31 |
| Figura 2. Número de establecimientos de las actividades de servicio y comercio interno hasta el 2008. ....  | 51 |
| Figura 3. Tasa de producción total de hoteles, restaurantes, servicios y comercio externo 2008-2009. ....   | 51 |
| Figura 4. Distribución de la PEA. ....  | 52 |
| Figura 5. PIB anual con el que termino el año 2011. ....  | 53 |
| Figura 6. Comparación de las tasas de crecimiento anual del PIB entre el 2006 – 2011 en el Mundo, América Latina y Ecuador. ....  | 53 |
| Figura 7. Variaciones anuales del PIB en América Latina en el 2011. ....  | 54 |
| Figura 8. Tasa de variación anual del Valor Agregado Petrolero y No Petrolero y su contribución en el PIB. ....   | 54 |
| Figura 9. Inflación mensual del IPC tanto en el año 2011 y para el 2012 hasta el mes de Julio. ....   | 55 |
| Figura 10. Inflación del IPC por divisiones de consumo. ....  | 55 |
| Figura 11. Distribución en cuanto a número de miembros por hogar en el área urbana y rural y a la vez el número de hogares por área según el Censo poblacional y de vivienda realizado en el 2010. .... | 57 |
| Figura 12. Tasa de crecimiento anual por sexo, según su etnia. ....   | 58 |
| Figura 13. Estimación de viajes turísticos en feriados Turismo Interior en cifras desde el 2009 hasta semana Santa del 2012. ....   | 59 |
| Figura 14. Valores absolutos sobre el Acceso a Internet en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011. ....  | 62 |
| Figura 15. Valores absolutos sobre el Uso de Internet en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011. ....  | 62 |
| Figura 16. Valores absolutos sobre la Tenencia de Computadoras en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011. ....   | 63 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 17. Valores absolutos sobre el Uso de Computadora en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.....                         | 63  |
| Figura 18. Valores absolutos sobre la tenencia de televisores en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.....                    | 63  |
| Figura 19. Valores absolutos sobre la tenencia de Línea Telefónica en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.....               | 64  |
| Figura 20. Ubicación del Turismo año 2010 - 2011. Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal.....                   | 66  |
| Figura 21. Ubicación del Turismo en el Primer trimestre 2011- 2012. Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal..... | 66  |
| Figura 22. Balanza de Pagos. Divisas. Cuenta Viajes y Transporte de pasajeros (millones de dólares).....                                   | 67  |
| Figura 23. Evolución de los 10 principales mercados de entrada 2010-2012....   | 67  |
| Figura 24. Volcán de agua natural, poderoso desinflamante. ....  | 78  |
| Figura 25. Piscina Familiar de agua tibia que cuenta con minerales.....  | 79  |
| Figura 26. Actividad realizada por masajistas del complejo altamente capacitados en el cual se aplica el barro medicinal y sábila. ....    | 79  |
| Figura 27. Cráter Volcánico de fango conocido como “El Volcancito”.....  | 80  |
| Figura 28. Barro colocado en el cuerpo sacado desde “El Volcancito”, con fines curativos.....  | 80  |
| Figura 29. Logo del Área de alimentos y bebidas, "La Choza del Sabor".....   | 109 |
| Figura 30. Logo del Centro Artesanal Baños Termales.....   | 111 |
| Figura 31. Logo de Hospedaje Comunitario.....  | 115 |
| Figura 32. Logo de Guías Comunitarios.....   | 119 |
| Figura 33. Logo de Servicio de Transporte.....   | 120 |
| Figura 34. Logo del CTC Baños Termales San Vicente.....  | 122 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico 1. Miembros afiliados a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador en la Región Costa. .... | 29  |
| Gráfico 2. Tabla de estrategia general de Posicionamiento. ....   | 73  |
| Gráfico 3. Servicios según su tipo, ofertados en La Comuna Baños Termales de San Vicente. ....                          | 77  |
| Gráfico 4. Propiedades de las Aguas.....  | 81  |
| Gráfico 5. Minerales que se encuentran en las Aguas Termales.....   | 82  |
| Gráfico 6. Sexo de los turistas encuestados. ....   | 90  |
| Gráfico 7. Lugar de residencia de los turistas. ....  | 91  |
| Gráfico 8. Intervalo de edades de turistas que visitan el Complejo Termal Turístico. ....                               | 92  |
| Gráfico 9. Frecuencia con la que el turista visita el Complejo Termal Turístico. ....                                   | 92  |
| Gráfico 10. Permanencia del Turista en el Complejo Termal Turístico. ....   | 93  |
| Gráfico 11. Motivo de visita por parte del Turista hacia el Complejo Termal Turístico. ....                             | 94  |
| Gráfico 12. Tipo de servicios que le gustaría encontrar al turista en sus próximas visitas.....                         | 95  |
| Gráfico 13. Integrantes de las familias de la Comuna. ....  | 96  |
| Gráfico 14. Trabajo dentro de la Comuna.....  | 97  |
| Gráfico 15. Nivel de estudio de las personas que trabajan. ....   | 98  |
| Gráfico 16. Micronegocio con el que cuenta las Familias de la Comuna.....   | 99  |
| Gráfico 17. Gusto por emprender un micronegocio.....  | 100 |
| Gráfico 18. Tipo de micronegocio que les gustaría emprender a las familias de la comuna. ....                           | 101 |
| Gráfico 19. Conocimiento sobre Programas de Proyectos Turísticos.....   | 102 |
| Gráfico 20. Flujo del proceso de operación del hospedaje comunitario. ....  | 113 |

|  |     |
|--|-----|
| Gráfico 21. Flujo del proceso de venta y servicio al turista en el hospedaje comunitario. .... | 114 |
| Gráfico 22. Estructura Organizativa de la CTC. ....  | 123 |

## **ÍNDICE DE TABLAS**

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1. Detalle de Promoción Turística.....   | 107 |
| Tabla 2. Detalle de obras físicas del Área de alimentos y bebidas. ....                      | 110 |
| Tabla 3. Detalle de obras físicas Locales de Artesanías. ....                                | 112 |
| Tabla 4. Detalle de obras físicas en Hospedaje Comunitario.....                              | 118 |
| Tabla 5. Detalle de Muebles para Habitación de Hospedaje Comunitario. ....                   | 118 |
| Tabla 6. Detalle de las obras físicas e instalaciones de la Estación de Transporte.<br>..... | 121 |
| Tabla 7. Detalle de compra de Tricitomos. ....   | 121 |

## **ABREVIATURAS**

**BCE** – Banco Central del Ecuador

**BNF** – Banco Nacional de Fomento.

**COOTAD** - Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

**CTC** – Centro de Turismo Comunitario.

**EMUTURISMO** – Empresa Municipal de Turismo de la Provincia de Santa Elena.

**FEPTCE** - Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

**INEC** – Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del Ecuador.

**IPC** – Índice de precios al consumidor.

**MAGAP** – Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

**MINTUR** - Ministerio de Turismo del Ecuador.

**OMT** – Organización Mundial de Turismo.

**OG** – Organizaciones Gubernamentales.

**ONG** – Organizaciones no gubernamentales.

**PLANDETUR** – Plan de Desarrollo Turístico.

**PIB** – Producto Interno Bruto.

**PEA** – Población Económicamente Activa.

**WWF** – World Wildlife Fund. (Fondo Mundial para la Naturaleza).  
Organización conservacionista independiente internacional.

## **RESUMEN**

En vista de que en la actualidad el turismo es una parte fundamental dentro del Ecuador para el desarrollo social y económico para sus comunidades, se ve la necesidad de desarrollar propuestas que ayuden en estos 3 aspectos. La Comuna Baños Termales de San Vicente es un lugar turístico que ha existido por más de 20 años que cuenta con un atractivo favorable como lo es el Complejo Termal Turístico Baños de San Vicente “Telésforo Villacrés”, un lugar con un atractivo de gran importancia y que recibe miles de turistas. Por consiguiente, surge el interés por parte de la autora para el desarrollo de una propuesta para la creación de micronegocios de turismo comunitario integrando a la comunidad como un mecanismo que ayude a elevar la condición socioeconómica de sus habitantes y a la vez el turismo dentro de la comunidad, atrayendo más turistas. Las metodologías exploratoria y descriptiva ayudaron a recolectar todo tipo de datos que ayudaron a descubrir el interés de los habitantes para el desarrollo de micronegocios y el interés de los turistas para determinar los servicios que quisieran encontrar en próximas visitas, obteniendo como resultado de ambas partes, la oportunidad de realizar algunos emprendimientos que beneficie a toda la comunidad.

### **Palabras Claves:**

Turismo Comunitario, Micronegocios, Turismo, Servicios.

## **ABSTRACT**

Since Nowadays, tourism has become important for Ecuador due to its social and economic development in different communities. Therefore, there is a great need in developing new proposals to help these areas. The Commune “Baños Termales de San Vicente” has been a tourist place for more than 20 years, and has the Resort of Thermal waters of San Vicente called “Telésforo Villacrés” by its side, which is an attractive tourist place with an inviting attraction that asks thousands of tourists to come every year. Consequently, these is the interest from the author to develop a proposal in order to create the micro-enterprises in community tourism, which may involve the members of the community, and so help in raising the socio-economic status of the residents in the commune, and at the same time to increase the number of visitors. The Exploratory and Descriptive methodologies helped collect all the data and so discover the interest of the people in the community about the development of micro-enterprises and then to determine the type of services tourist would like to find during their future visits. As a result of both parties involvement, an opportunity to start new projects in benefit to the whole community is possible.

### **Keys words:**

Community Tourism, Micro-enterprises, Tourism, Services.



## **1. INTRODUCCIÓN**

La Comuna Baños Termales de San Vicente del Cantón Santa Elena de la Provincia del mismo nombre, se encuentra ubicada en el km. 119 de la vía Guayaquil – Santa Elena en cual se toma un desvío a la derecha de 8 km.

La Comuna cuenta con un atractivo principal que es El Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez” Baños Termal San Vicente, un complejo que tiene una antigua tradición histórica debido a que sus aguas y lodos termales brotan del suelo y estos cuentan con bondades terapéuticas que son consideradas medicina natural. Este boom turístico de las piscinas termales inició a principios de la década de los 70, y son recomendadas para personas que padecen de dolencias articulares, problemas circulatorios, también son utilizados como tratamiento rejuvenecedor de la piel, des estresante y calmante, entre otros beneficios.

Este complejo se encuentra dentro de la Ruta del Spondylus una de las Rutas más visitadas tanto por turistas nacionales e internacionales en el Ecuador. El complejo recibe alrededor de unos 10.000 turistas nacionales y de 500 a 600 turistas internacionales al mes, y se encuentra administrado por EMUTURISMO, Empresa Municipal de Turismo de la Prov. De Santa Elena.

Es por eso que este proyecto tiene como objetivo dar a conocer sobre la Comuna Baños Termales San Vicente y su atractivo principal el Complejo Turístico Baños Termal San Vicente, el cual sería el eje principal para fortalecer e implementar un turismo comunitario y desarrollo económico a través de la creación de micronegocios y así invitar a los turistas a que conozcan más sobre su cultura y recursos naturales.

Es importante resaltar que para el desarrollo de este proyecto, se cuenta con el respaldo de programas del Ministerio de Turismo como el “Desarrollo y Fortalecimiento Comunitario y Patrimonio Cultural para el Turismo del Ecuador”, a través del cual se podrá establecer propuestas para el desarrollo de los micronegocios comunitarios.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Comuna Baños Termales de San Vicente que cuenta con su principal atractivo, el Complejo Turístico Baños Termal San Vicente, siendo un lugar que recibe alrededor de 126.000 turistas al año gracias al potencial curativo que poseen sus recursos naturales, en la actualidad acarrea varios problemas que afectan a la comunidad.

De acuerdo a un estudio exploratorio que se realizó de manera preliminar y mediante un sondeo entre autoridades, comuneros y visitantes del lugar se detectaron varios problemas como las quejas por parte de los visitantes del complejo por encontrarse en mal estado y no satisfacer sus expectativas. Es importante resaltar que el deterioro de las instalaciones es notable por cuanto éstas no han sido atendidas, por descuido a nivel administrativo y la falta de gestión para inversión en infraestructura para mejorar dicho lugar, también la falta de interés de las entidades públicas encargadas para mejorar y adecuar la infraestructura y señalización vial hacia la comuna.

Por otro lado, la no inclusión de la Comuna en proyectos de desarrollo dentro del Complejo, también ha dificultado la gestión de Entidades como el Municipio de Santa Elena para ejecutar sus proyectos. Uno de ellos llamado “Remodelación de Complejo Baños de San Vicente”, que fue presentado y rechazado por los comuneros ya que no se habían realizado unos trabajos necesarios en el suelo, para ver si era posible la creación de otras áreas recreativas y a la vez porque dicho proyecto no incorporaba un beneficio para ellos.

A partir de este diagnóstico surgió la idea de atender este sector turístico con el fin de restablecer su posicionamiento para encontrar vías alternativas para el desarrollo tanto del Complejo ya existente como apoyar a la Comuna en el desarrollo de micronegocios. Debido a que existe entre los habitantes de la Comuna la necesidad de buscar alternativas de inclusión en las actividades turísticas del Complejo, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué micronegocios de turismo comunitario se podrían desarrollar en la Comuna Baños Termales de San Vicente, con la participación activa de sus

habitantes y que podrían aportar al desarrollo turístico, económico y social de la población?

### **3. JUSTIFICACIÓN**

La actividad turística es considerada como una fuente de ingresos y de beneficios para las comunidades donde se desarrollan. En la actualidad el turismo en el Ecuador se encuentra en el tercer puesto como generador de ingresos, sin embargo el Ministerio de Turismo, de acuerdo a su informe del PLANDETUR 2020, plantea como meta convertirla en la primera fuente de ingresos económicos para el país, por tal razón, el MINTUR tiene como objetivo impulsar y fortalecer esta actividad para ayudar en el desarrollo económico y social de los pueblos que se dedican a esta actividad.

El MINTUR se encuentra realizando financiamientos para proyectos turísticos que ayuden a lograr su objetivo. Uno de estos y el que va de la mano con este proyecto es el programa de “Consolida Turismo Comunitario” que pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo del Ministerio de Turismo a las comunidades que desarrollan esta actividad.

Con tales antecedentes surge la oportunidad de proponer la creación de micronegocios de turismo comunitario dentro de La Comuna Baños Termales de San Vicente del Cantón Santa Elena, para aportar en el desarrollo turístico, económico y social de esta población. Los miembros de la comunidad mejorarán sus ingresos por los diferentes servicios que se ofrezcan, a la vez las ganancias que generen podrán reinvertirlas en proyectos para la comunidad que beneficien a la población y a la vez se conviertan en proyectos generadores de empleo.

A través de este proyecto se quiere contribuir con la sociedad y lograr el crecimiento socioeconómico y turístico de la comunidad de Baños Termales de San Vicente dentro de la Prov. De Santa Elena.

## **4. OBJETIVOS**

### **1.1 Objetivo general**

Diseñar una propuesta para el desarrollo de micronegocios de turismo comunitario en la Comuna Baños Termales de San Vicente y en el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez” Baños termal San Vicente del cantón Santa Elena como una opción para incorporar a los habitantes de la comuna.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Realizar un Análisis del Macro y Micro entorno del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para describir las condiciones socioeconómicas de los habitantes de la comunidad Baños Termales de San Vicente y su opinión con relación a la creación de micronegocios turísticos.
- Realizar un estudio de mercado para conocer la opinión de los turistas para definir los tipos de servicios a implementarse en el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez y sus alrededores.
- Determinar los micronegocios de turismo comunitario como propuesta para desarrollarse dentro de la Comuna Baños Termales de San Vicente y el Complejo Turístico.

#### ***1.2.1 Objetivo específico 1***

- Realizar un Análisis del Macro y Micro entorno del proyecto.

##### ***1.2.1.1 Meta***

- En un mes conocer las condiciones generales de la Comuna y analizar las condiciones socioeconómicas con las que cuentan los habitantes de la comunidad.

#### *1.2.1.2 Actividades*

- Coordinar con el presidente de la comuna una reunión para obtener datos del censo poblacional.
- Realizar encuestas a las familias de la comunidad.
- Obtener información de fuente secundaria.

#### **1.2.2      *Objetivo específico 2***

- Realizar un estudio de mercado para describir las condiciones socioeconómicas de los habitantes de la comunidad Baños Termales de San Vicente y su opinión con relación a la creación de micronegocios turísticos.

##### *1.2.2.1 Meta*

- Conocer en un mes si los comuneros están interesados en abrir micronegocios.

##### *1.2.2.2 Actividades*

- Realizar una reunión con los comuneros para conocer sus opiniones respecto a sus intereses para la creación de micronegocios.
- Realizar encuestas a las familias de la comunidad.

#### **1.2.3 *Objetivo específico 3***

- Realizar un estudio de mercado para conocer la opinión de los turistas para definir los tipos de servicios a implementarse en el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez y sus alrededores.

##### *1.2.3.1 Meta*

- Determinar que nuevas actividades turísticas o servicios desearía encontrar el turista en sus próximas visitas a la comuna y el complejo.

#### *1.2.3.2 Actividades*

- Realizar encuestas a los visitantes que lleguen al complejo turístico.
- Analizar los datos obtenidos en las encuestas.

#### ***1.2.4 Objetivo específico 4***

- Determinar los micronegocios de turismo comunitario como propuesta para desarrollarse dentro de la Comuna Baños Termales de San Vicente y el Complejo Turístico.

##### *1.2.4.1 Meta*

- Al finalizar el estudio de mercado, dar a conocer a la comunidad sobre los posible micronegocios que podrán realizar dentro de la comunidad y realizar la propuesta para su implementación.

##### *1.2.4.2 Actividades*

- Explicación sobre cada tipo de micronegocios.
- Diseñar la infraestructura que pueden tener.
- Dar a conocer a la comunidad los diferentes programas de financiamiento de proyectos turísticos que se encuentran prestando el Ministerio de Turismo.
- Dar a conocer los requisitos establecidos para la solicitud y obtención del financiamiento para la creación de micronegocios turísticos.

## **5. MARCO REFERENCIAL**

A nivel nacional se han llevado a cabo varios estudios de la Comuna Baños Termales de San Vicente en donde se han procedido a realizar proyectos basados al desarrollo turístico, talleres de planes estratégicos, análisis y plan de marketing. Al realizarse la investigación se encontraron los siguientes estudios:

Según Román y Reyes (2004): En su tesis de grado “Desarrollo Turístico de San Vicente” dan a conocer sobre un atractivo turístico dentro de la Prov. De Santa Elena, que en dicha época era parte de la Provincia del Guayas. Dentro de este trabajo se encuentran datos generales del Complejo, las propiedades de sus aguas y un inventario de atractivos. En tal sentido, dicha investigación tiene relación con la investigación a realizarse, ya que dicha información complementa la investigación exploratoria para conocer más sobre la comuna y sus generalidades.

El “Taller de Plan Estratégico participativo de Baños de San Vicente” (ESPOL, 2010) plantea como objetivo principal dar a conocer a los habitantes de la Comuna San Vicente, en esa época Junta Pro-mejora, los principales problemas con los que cuenta la comuna y cuáles son sus causas y efectos. Realizaron un análisis FODA, para identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Una vez determinado el FODA procedieron a realizar el planteamiento de actividades estratégicas a realizar. Entre los problemas que analizaron estuvieron: Falta de agua potable, falta de un sub centro de salud, falta de imagen turística, falta de capacitación en diversas áreas, educación, transporte. Este documento sirve de base referencial para conocer sobre los problemas existentes hace diez años dentro de la comuna y así poder hacer las observaciones e investigaciones necesarias para saber si se han solucionado ciertos problemas o si aún cuentan con estos. Así también servirán como referente para proponer un nuevo análisis FODA para la Comuna, de tal manera que reorienten sus esfuerzos y actividades estratégicas a la mejora y desarrollo socioeconómico que busca la Comunidad.

Según Carrera y Lainez (2002), en su investigación “Análisis y plan de marketing para redefinir el manejo del Complejo Termal Turístico Telésforo Villacrés L. – Baños termales San Vicente” trató de crear una imagen turística

sustentable del complejo para así lograr atraer mayor número de visitas al complejo, y sustentó que al ser explotado adecuadamente sería fuente generadora de ingresos tanto para la población como para el país y así ayudar en el desarrollo económico y social. A través de este estudio se puede obtener diversos datos necesarios para la investigación pero a la vez se necesita de otras investigaciones para actualizarlos. Este trabajo tiene relación con el presente proyecto ya que se trata de desarrollar a la comuna tanto turística, económica y socialmente a través de la creación de micronegocios que les darán el beneficio a miembros de la comuna de convertirse en autoempleados de sus propios proyectos y a futuro generarían empleos que beneficiarían a la Comuna.

## 6. MARCO TEÓRICO

Para llevar a cabo esta investigación que tiene como principal objetivo trabajar en elevar el desarrollo turístico, económico y social de la Comuna Baños Termales de San Vicente a través de la creación de micronegocios de turismo comunitario que beneficien principalmente a los habitantes de ésta, es necesario mencionar varios conceptos relacionados al tema.

Primeramente se debe hacer mención al concepto de Turismo que según el español Oscar De la Torre (1980), citado por Daniel Ramírez (2008), sostiene que:

*El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.*

Entre las características del turismo que establece este documento de la OMT (2012), “El Turismo y la Atenuación de la Pobreza”, varias de estas características que llaman la atención y ayudan a las comunidades que no cuentan con un buen nivel socioeconómico, pero que sí cuentan con infraestructura base y a la vez va mucho de la mano con el proyecto. Entre ellas:

- **Toma como punto de partida activos particulares.** Esto quiere decir que para realizar el turismo, no es necesario ser un lugar desarrollado,



sino que es necesario contar con varios aspectos que son tomados en cuenta por turistas como son el clima, cultura, paisajes, o contar con por lo menos un atractivo turístico, tal es el caso del Complejo Baños Termales de San Vicente que cuenta con la infraestructura básica y atractivos como son sus aguas termales por las cuales se realiza turismo en dicho lugar.

- **Es accesible a las personas desfavorecidas.** Se dice que es accesible ya que se puede implementar turismo a través algo muy sencillo que no implique mucho gasto para el turista pero que tampoco represente una inversión alta para la población que ofrece turismo y estos son micronegocios, que los pueden realizar los mismos habitantes del lugar.
- **Tiene muchas ramificaciones.** El turismo no solo se centra en un producto o servicio, sino que se compone de un conjunto de productos y servicios complementarios, que son disfrutados por el turista. Para llevar un turista a conocer un lugar es necesario que se cuente con negocios que ofrezcan los diferentes servicios demandados, de tal manera que el gasto de turista se quede en dicho lugar. Por ende, la creación de varios negocios que presten esos servicios beneficia al comercio dentro del lugar turístico y su comunidad.
- **Conecta a los consumidores con los productores.** El turismo, es una actividad que crea la interacción turistas y los habitantes de una comunidad. Esta interacción ayuda, ya que se presta para que se generen beneficios para la comunidad a través de la inversión local en infraestructura y estos los ayudara a desarrollarse socialmente.

Dentro de lo que corresponde a esta investigación, el enfoque principal fue buscar un mecanismo que ayude en el desarrollo económico de una comuna, es por eso que la propuesta de desarrollo de micronegocios será enfocada en el turismo comunitario.

El Turismo comunitario según la WWF (2006) *“La comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.”* (Pág.2)

Para la FEPTCE (2012) el turismo comunitario significa lo siguiente:

*Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.*

Para conocer dentro de qué tipo de turismo encaja el turismo comunitario es necesario resaltar algunos de los Tipos de Turismo relevantes y que según Hernández, Jovel, Ramírez y Rodríguez (2006) estos se clasifican en:

- a) **Turismo de masas, turismo masivo o turismo tradicional:** este tipo de turismo se refiere a los grandes resorts turísticos que existen alrededor del mundo; En este tipo de turismo por lo general los turistas pasan todo el día en el hotel realizando los servicios que se ofrecen en este y no hay interacción con las comunidades locales, ya que los turistas no se interesan por visitar los alrededores.
- b) **Turismo alternativo:** en este tipo de turismo hay la interacción entre las comunidades receptoras, los turistas y el medio ambiente. El turismo alternativo incluye los micronegocios creados por familias de una comunidad. Este turismo por lo general existe el respeto hacia los recursos naturales.
- c) **Turismo de aventura:** este tipo de turismo está constituido por actividades que involucran desafíos y expediciones que implican riesgos. El turismo de aventura por lo general se practican en ambientes naturales de una región, en los cuales se pueden realizar actividades como: recorridos en ríos rápidos en botes inflables, escalar o descender montañas, etc.
- d) **Turismo cultural o científico:** este tipo de turismo tiene como objetivo el auto educarse y enriquecerse con las costumbres de un pueblo o región y aprender más sobre su cultura.
- e) **Turismo de salud o bienestar:** este tipo de turismo es uno de los se centra en actividades que sirvan para mejorar las condiciones físicas del turista. Un ejemplo de estos son los Spas.

- f) **Turismo de estudio:** este tipo de turismo a través de actividades dedicadas al aprendizaje y prácticas expande los conocimientos del turista. Este tipo de turismo está centrado para estudiantes y profesores que estén interesados en ampliar sus conocimientos.
- g) **Turismo deportivo:** es el tipo de turismo que tiene como actividad principal incluir un deporte. Este está dirigido para personas aficionadas o profesionales que les guste explorar habilidades físicas.
- h) **Turismo profesional:** Está formado por paquetes que permiten que las personas profesionales viajen a un destino con el motivo de ampliar sus conocimientos con respecto a su profesión y este se puede obtener a través del intercambio entre otros conocedores de la materia.
- i) **Turismo de negocios:** Este turismo es netamente con el objetivo de llegar a acuerdos entre empresas. Este tipo de turismo no involucra diversión solo trabajo; Por lo general, se utilizan para conocer sobre alguna empresa con la que quieran hacer negocios o cerrar contratos entre empresas. Este se practica en países industrializados.
- j) **Turismo de vacación, descanso y esparcimiento:** este proporciona a los turistas actividades a que los ayuden a relajarse, y ayudan a librarse del estrés. Este tipo de turismo es el más utilizado al momento de vacacionar. Este ayuda al turista recuperar sus fuerzas físicas y mentales.

Aclarados estos conceptos cabe resaltar que el Turismo comunitario que se realizará dentro de la comuna San Vicente corresponde al Turismo alternativo.

## 6.1 Antecedentes del Turismo Comunitario en Ecuador

La FEPTCE en el documento *“Memorias e historia del Turismo Comunitario en El Ecuador”* da a conocer, que este tipo de turismo ha sido parte de la historia desde siglos atrás basados en 3 conceptos fundamentales: Concepto de samana, riksina y wakichina.

Samana era considerada como una práctica de gran importancia para las comunidades ya que estas decían que un espacio de descanso y tranquilidad era bueno para mantener la armonía, el equilibrio de las personas y a la vez

al de la madre tierra, a la vez pensaban que era necesario que la tierra tenga un descanso para que se continúe con la producción de la misma. El rikisina para las comunidades es el concepto de conocer, ellos consideraron este concepto como un principio de necesidad para desarrollar y sostener la vida. Y el último concepto wakichina que es el respeto hacia el ambiente, la naturaleza y el universo, en si el respeto a la “Madre Tierra”.

Se dice que este tipo de turismo nació gracias a Los Mindala que eran grupo de personas que se dedicaban al comercio y viajaban hacia otros pueblos, que al viajar se veían en la necesidad de ser acogidos en la casa de las personas que adquirirían sus productos, es así como se dice que posiblemente inicio el turismo familiar dentro de las comunidades.

Se dice que para los pueblos esto nació desde otra dimensión bajo el sentido de compartir y de reciprocidad, es decir que manejaban un sistema social de beneficio colectivo, no eran de aprovechamiento individual, ya que nuestros antepasados se organizaban socialmente bajo un mismo territorio que los unía e identificaba.

En nuestro país las primeras experiencias de turismo comunitario nacen más o menos en la década de los 80 en donde el turismo convencional o privado era el que lideraba, esto dio lugar a que las autoridades sancionen este tipo de iniciativas ya que decían que los realizadores de dichos proyectos no cumplían con los requisitos establecidos por la ley y el reglamento de turismo; a parte porque pasaban a ser la competencia del turismo convencional.

A medida que el turismo se globaliza y en otros países valoran la diversidad que nos ofrece la naturaleza como es la diversidad étnica, el Ecuador comienza a valorar y a explotar los recursos paisajísticos, naturales y étnicos que poseen las distintas comunidades de nuestro país, pero sin embargo fue visto desde un punto para ingreso y beneficio de la empresa privada y no desde el punto de vista beneficio para las poblaciones que cuentan con estos recursos.

Es así como se generan nuevos retos para las comunidades al querer desarrollar actividades turísticas manejadas por ellos para beneficiarse y a la vez proteger sus espacios tradicionales.

## 6.2 Turismo Comunitario en la actualidad

El Turismo Comunitario es uno de los servicios turísticos actuales que ofrece el Ecuador y que en los últimos años a tenido una evolución y crecimiento rápido, la FEPTCE es una organización sin fines de lucro que agrupa a las comunidades y pueblos del Ecuador que se desarrollan en el país, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida y obtener un buen vivir, a la vez se encarga de avalar a las comunidades que deseen realizar este tipo de turismo. Esta institución fue reconocida mediante acuerdo ministerial No. 0.59 expendida por el Ministerio de Turismo un 11 de Septiembre del 2002.

En lo que es la Costa encontramos 18 comunidades afiliadas a la FEPTCE como lo muestra el cuadro No. 1 que nos deja ver todas aquellas comunidades afiliadas y a qué provincia pertenecen. Cabe recalcar que la Comuna Baños Termales de San Vicente a la fecha no se encuentra afiliada.

| <b>PROVINCIA</b> | <b>COMUNIDAD</b> |
|------------------|------------------|
| El Oro           | La Puntilla      |
| El Oro           | Isla Costa Rica  |
| Esmeraldas       | Florida          |
| Esmeraldas       | Bellavista       |
| Esmeraldas       | Bilsa            |
| Esmeraldas       | Las Manchas      |
| Esmeraldas       | Mompiche         |

|             |   |
|-------------|---|
| Esmeraldas  | Playa de Oro Rio Santiago                               |
| Esmeraldas  | San Miguel  |
| Manabí      | Agua Blanca   |
| Manabí      | Portovelo – Isla Corazón                                |
| Manabí      | Las Tunas   |
| Manabí      | Salango   |
| Guayas      | Alta Asociación de Trabajadores 5 de Septiembre - Bucay |
| Santa Elena | Dos Mangas  |
| Santa Elena | Libertador Bolívar                                      |
| Santa Elena | Manglar Alto  |
| Santa Elena | Olón  |

**Gráfico 1.** Miembros afiliados a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador en la Región Costa.

**Fuente:** FEPTCE.

**Elaborado por:** Autor

Para la FEPTCE el turismo comunitario se centra en cuatro ejes que son:

1. Fortalecimiento Organizativo. Este se basa en una organización grupal con los miembros de la comuna para hacer valer sus derechos. Esto quiere decir que toman decisiones con visión de grupo.
2. Revitalización Cultural. Ellos como Habitantes de la comuna tienen como objetivo conservar su cultura.

3. Gestión del Territorio. Ellos como únicos dueños de su suelo, tienen el derecho a defenderlo y hacer respetar el lugar donde viven. Defienden y plantean formas para el manejo del territorio evitando su desequilibrio.

4. Economía Solidaria. Generan beneficios económicos, tanto para el país como para la comunidad, a través del turismo comunitario. Los principales beneficiarios serán ellos como comunidad y utilizar para proyectos dentro de la comuna.

Una vez conocido los conceptos relacionados a Turismo, Turismo Comunitario tenemos que recordar que la investigación tiene otro objetivo, el desarrollo de micronegocios, por eso es necesario tener claro el concepto de Empresa, Microempresa y Micronegocios.

Una empresa según Joaquín Rodríguez (s. f.) tiene varios enfoques entre los cuales está el enfoque económico que nos dice que es una entidad económica destinada a producir un bien o servicio, venderlo, satisfacer un mercado y obtener un beneficio. El enfoque jurídico, que está sujeto a derechos y obligaciones y por último el social que son el conjunto de actividades humanas organizadas con el fin de producir un bien o servicio y beneficiarse.

Las Microempresas según Rodríguez nos dice que es un ente que genera riqueza, son consideradas empresas que tienen como factor mental el desarrollo económico. Estas por lo tanto:

- a) Corresponden a la demanda de consumidores.
- b) Crean nuevos productos o servicios.
- c) Generan empleos.
- d) Contribuyen en el crecimiento económico.

Un mejor concepto nos dice que son empresas industriales, comerciales o de servicio que tienen un mínimo y un máximo de empleados, tal como lo muestra la fig. 1 en la cual se establecen los criterios de estratificación por tipo de actividad y tamaño de negocio.

| Tamaño          | Giro              |                  |                  |
|-----------------|-------------------|------------------|------------------|
|                 | Industria         | Comercial        | De servicios     |
| Micro empresa   | 1-30 empleados    | 1-5 empleados    | 1-20 empleados   |
| Pequeña empresa | 31-100 empleados  | 6-20 empleados   | 21-50 empleados  |
| Mediana empresa | 101-500 empleados | 21-100 empleados | 51-100 empleados |
| Grande empresa  | 501-o más         | 101 o más        | 101 o más        |

**Figura 1.** Criterios de estratificación según tamaño y giro de empresa.

**Fuente:** Libro Administración I por Joaquín Rodríguez.

Para concluir se puede decir que una microempresa es una organización:

- a) Con propietarios y administradores independientes
- b) No se domina muy bien el sector en que opera
- c) Estructura organizacional sencilla
- d) Tiene un máximo de empleados
- e) Sus ventas anuales no son de gran cantidad.

Aunque no sea necesario que el micro empresario tenga un mayor conocimiento sobre el negocio que va a emprender, si este quiere que su microempresa sea eficiente deberá capacitarse en el aspecto administrativo.

Dentro de lo que son las microempresas encontramos los micronegocios que según Alma Espino (s. f.) son establecimientos de 1 a 4 trabajadores, según el giro de ésta. Es importante aclarar que tanto los micronegocios como las microempresas pueden tener de 1 a 4 trabajadores pero estos se diferencian debido a que las microempresas contratan trabajadores asalariados y estos tienen a un jefe a cargo, mientras que los micronegocios generan autoempleo, trabajadores por cuenta propia, pero estos pueden incluir trabajadores familiares no remunerados, en pocas palabras se trabaja con la familia.



## **7. MARCO LEGAL**

Según el Ministerio de Turismo en la Ley de Turismo del Ecuador N° 2002-97 nos da a conocer en sus artículos, las leyes que rigen para el desarrollo y regulación del sector turístico dentro del tipo de turismo que se quiere ejercer en la comuna San Vicente. A continuación se mencionan los más relevantes.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

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

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

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

Estas no son las únicas leyes que rigen para el desarrollo y regulación del sector turístico, sino que en los últimos años se han elaborado otras leyes y

reglamentos según el tipo de turismo. En el Anexo 1 encontraremos los Reglamentos para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios y en el Anexo 2, el instructivo para la determinación de la calidad comunitaria de la iniciativa de una comuna.

En lo que respecta al Anexo 1, este reglamento da a conocer el concepto de la actividad turística comunitaria, los requisitos y documentos que se necesitan para que una comunidad que se dedica a actividades turísticas se pueda registrar como CTC, a la vez informa que una vez formada la CTC EL Ministerio de Turismo llevara un control en cuanto al funcionamiento.

En cuanto al Anexo 2, da a conocer los Procedimientos internos manejados por la secretaria de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana para determinar la calidad comunitaria, para llevar a cabo la realización de cualquier actividad que ellos quieran emprender para este caso el de Turismo.

## **8. METODOLOGÍA**

### **8.1 Justificación de la elección del método**

Tomando en cuenta que esta investigación tiene como fin estudiar la problemática que existe en la Comunidad Baños Termales de San Vicente, para así poder determinar las alternativas necesarias de creación de micro negocios turísticos dentro de la comunidad y poderlos ayudar en el desarrollo económico y social, se puede decir que esta investigación se centrará en los tipos de investigación Exploratoria y Descriptiva, con un enfoque mixto ya que se utilizarán técnicas desde el enfoque de investigación cualitativa y cuantitativa para la recolección de datos.

#### ***8.1.1 Tipo de Investigación Exploratoria***

Según el Econ. Servio Correa (2012) la investigación exploratoria tiene como objetivo buscar toda aquella información necesaria que nos lleve a comprender mejor el problema que se quiere analizar y del cual no tenemos mucho conocimiento; estos pueden ser suficientes para cubrir las necesidades de información o a la vez estos nos pueden servir de base para investigaciones a realizarse posteriormente.

Se busca información confiable que sirva para analizar varios aspectos sobre el entorno en que se va a trabajar. Para ello el estudio se basará en información secundaria y primaria.

#### ***8.1.1.2 Información Secundaria***

Documentos y Bibliografía: Según Arias son todos aquellos materiales impresos o materiales existentes que contienen información o datos de importancia que aportan para realizar la investigación. Por consiguiente para obtener cierta información para los objetivos es importante realizar consultas bibliográficas obteniendo información de los diferentes archivos existentes.

Toda la información ya existente que soporte la investigación exploratoria, se obtendrá mediante internet, libros, periódicos, revistas, documentos otorgados por representantes tanto de la comuna, como del

ministerio de turismo y administrador del complejo, a la vez se obtendrá de tesis existentes; todos estos deben ser relacionados con la actividad que se va a realizar que es la creación de micronegocios turísticos.

#### *8.1.1.3 Información Primaria*

Para desarrollar la investigación exploratoria se realizará un estudio de campo mediante la observación e indagación inicial. Por un lado la observación permitirá conocer las condiciones de la infraestructura turística que se dispone en la Comuna, así como observar y analizar el comportamiento tanto de los pobladores, como de los turistas. Por otro lado la indagación inicial permitirá conocer a mayor profundidad el problema a investigar y sus posibles soluciones. Para ello, se realizarán reuniones con autoridades y comuneros para determinar problemas con los que cuenta la comuna.

### **8.1.2 Tipo de Investigación Descriptiva**

En la investigación descriptiva, el Econ. Correa nos indica que se requiere saber muy bien del problema y debe haber sido planteado de una forma adecuada; el objetivo de la investigación descriptiva es saber quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo del problema a investigar.

Para esto se realizará un estudio descriptivo de tipo transversal, ya que se recogerán los datos en un único momento en el tiempo. Su propósito es describir variables, analizar o indagar la incidencia y valores que se manifiestan en las variables. El objetivo de esta es describir la condición socioeconómica de cada familia y la técnica de recogida de información que se aplicará será las encuestas, para realizar un estudio de mercado a una población determinada que servirán para obtener los datos necesarios para dar respuesta y solución al problema. Para realizar estas encuestas se ha determinado que la población a investigar serán turistas que visitan el Complejo Turístico y los habitantes de la comuna.

Con este tipo de investigación se busca obtener todos los datos necesarios para conocer más a fondo sobre el tema a investigarse, a la vez

conocer y determinar las condiciones socioeconómicas de la población y establecer los diferentes lugares donde se pueden realizar los micronegocios.

## **CAPITULO 1**

### **1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

#### **1.1 Actores involucrados**

Los actores involucrados para el desarrollo de la presente propuesta en La Comuna Baños Termales de San Vicente los habitantes de la comuna, la Empresa Municipal de Turismo del cantón Santa Elena, la Prefectura de la Provincia de Santa Elena, el Ministerio de Turismo se verán beneficiados siempre y cuando haya una buena participación en conjunto.

El proyecto tiene como finalidad desarrollar turismo comunitario a través de micronegocios, con el objetivo de que los habitantes se beneficien principalmente de esta actividad y logren el desarrollo económico y social a la vez, como lo han logrado otras comunidades.

Al involucrarse a la comunidad en este tipo de proyectos se lleva a cabo el beneficio para el lugar, ya que se presta para hacer crecer la oferta turística y mayor plazas de trabajos, esto quiere decir que se generará dinero que podrá ser utilizado para reinvertir en obras dentro del área de la Comuna.

Este tipo de proyectos no solo benefician a la comunidad, sino que si tiene apoyo y se trabaja en conjunto con ayuda de organizaciones gubernamentales todas se verán beneficiadas en algún momento. A continuación mencionaremos como participarían las Organizaciones Gubernamentales (OG) y como se beneficiarían:

El Municipio del Cantón es uno de los actores involucrados que, a través de la empresa Emuturismo, actualmente se encarga de la administración del complejo de la Comuna. Su aporte como actor involucrado es que puede desarrollar proyectos para mejorar los servicios básicos como son alcantarillado y tuberías de agua potable.

La Prefectura de la provincia es otra OG que ayudaría mucho en el desarrollo del lugar, ya que podría contribuir con la regeneración de la vía de ingreso a la comuna con un asfaltado nuevo, ya que la carretera actualmente no está en muy buen estado.

El Ministerio de Turismo actualmente se encuentran realizando programas que ayudan en el desarrollo turístico en las áreas rurales y así ayudar en la disminución de la pobreza. Este es un actor involucrado muy importante ya que este a través del programa “Consolida Turismo Comunitario” ayudará a salir adelante a la comuna a través de capacitaciones, financiamientos, etc. Y porque no ayudar a que otras OG se interesen a invertir en proyectos.

Todas estas organizaciones gubernamentales se verán beneficiadas, ya que aumentarán su listado de obras realizadas que han ayudado a elevar el desarrollo turístico tanto del Cantón, como la Provincia y el País, tendrán un lugar más por que el Ecuador sea reconocido, esto a la vez los ayudaría ya que si ellos pretenden seguir al mandato, obtendrán apoyo por parte de los habitantes.



## **1.2 Antecedentes y situación actual de la “Comuna Baños Termales de San Vicente” y la Provincia de Santa Elena**

### ***1.2.1 Antecedentes***

Estas vertientes al parecer eran epicentro de poblados indígenas, área donde predominaron las culturas preincaicas y pre coloniales entre ellas la Chorrera, Guangala y Valdivia. Las comunidades hacían uso de las aguas termales con fines curativos, al enterarse el conquistador español Francisco Pizarro al desembarcar en las costas de la península, por parte de los indígenas de las propiedades medicinales de las aguas, el conquistador lleva a sus huéspedes a las aguas termales para curar todas aquellas enfermedades adquiridas por las largas travesías en barco, en si baños era una parada obligatoria.

En la época del Presidente Eloy Alfaro asistían personas, ya que era ahí donde quedaba la estación del tren, en donde actualmente se encuentra la casa de Jubilados. El tren hacia una parada para llenar sus calderas de agua.

A partir de 1924 se empieza a ver el fenómeno de las fuentes termales de San Vicente, y esto inicia a partir de investigaciones petroleras que realizaron los ingleses, es ahí donde se realizan las primeras investigaciones químicas de las aguas, ellos utilizaban las aguas como piscinas privadas.

En 1922 el Fundador del Pueblo Don Telésforo Villacrés Lainez, fue la primera persona que comenzó hacer de este un lugar turístico ya que construye una vivienda para dar alojamiento y comida a los viajeros que llegaban a loma de mula hace unos 60 años atrás, luego de este acontecimiento el empieza a cobrar entradas, a explotar las cualidades curativas de las aguas medicinales.

Para 1945 empiezan aparecer la creación de los primeros servicios estables como el de hoteles y restaurantes acompañados del mejoramiento de las vías de acceso. En esta época también se asienta el poblado de San Vicente en donde sus habitantes vivían en viviendas de caña y bijao, alumbradas por medio del gas metano que prevenía de las aguas termales y

el sustento económico dado por la actividad yesera que fue iniciada y en la actualidad mantenida por la Familia Villacrés Medina.

Es en 1979 en el gobierno del Dr. Jaime Roldós Aguilera que se manda a construir el Complejo con el motivo de aprovechar los recursos de hidro y fango terapia. El complejo tiene el nombre de su fundador y el que hizo de este un atractivo turístico, el Sr. Telésforo Villacrés Lainez.

### ***1.2.2 Situación actual de la Comuna***

La Comuna Baños termales de San Vicente se caracteriza por ser una población de nivel socio económico bajo, con su gente amable y gentil, sus habitantes trabajan para el complejo, fabrica yesera y restaurantes de la zona, mientras otros habitantes se dedican a la agricultura o laboran en poblaciones aledañas que cuentan con un mayor desarrollo económico. A través de la información secundaria otorgada por el Cabildo de la Comuna (2012) se pudo obtener la siguiente información:

La Comuna Baños Termales de San Vicente, está ubicado a 2 grados 15 minutos y 13 segundos de latitud sur; y, 80 grados 42 minutos de longitud Oeste, en el kilómetro 119 vía Guayaquil Salinas a 8 km. Latitud norte.

La Comuna se encuentra a 16km de Santa Elena, 27km de Salinas, 127km de Guayaquil y por ultimo a 522km de la Capital Quito. En donde limita al:

Norte: Comuna Morillo

Sur y Este: Comuna Juan Montalvo

Oeste: Comuna San Vicente

La situación política actual de Baños Termales de San Vicente es que es una Comuna del Cantón Santa Elena, lleva dicho nombre en referencia al Santo Patrono “San Vicente Ferrer”.

Desde el 14 de mayo del 2001, se encuentra representada por la Junta de Mejoras y Desarrollo, que está encargada de coordinar, organizar y ejecutar acciones para lograr el bienestar y desarrollo de la comunidad, con acuerdo Ministerial N° 4616, otorgado por el Ministerio de Bienestar Social, en la

actualidad Ministerio de Inclusión Económica y Social; pero a partir del 24 de Septiembre del 2009 ante la difícil situación económica, social y turística por la que está pasando la población, con el cambio de leyes, reglamentos de las instituciones, además el poco aporte de las entidades Gubernamentales y ONG. Se convocó a una Asamblea Pública General Extraordinaria y se decidió construir la Comuna Baños Termales de San Vicente, esta fue aceptada y respaldada por los habitantes del sector y con el aval de la Federación de Comunas de Santa Elena se forma un Cabildo Provisional.

Este cabildo gestiona la Personería Jurídica ante el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, en la Dirección Provincial de Santa Elena. Así es como el 15 de Abril del 2011 emite el Acuerdo Ministerial N° 156, donde se declara la Constitución de La Comuna Baños Termales de San Vicente. Su cabildo actual está formado por:

**Presidente:** Sr. Gervacio Agustín Figueroa Orrala

**Vice-Presidenta:** Sra. Emilia Esperanza Orvieto Gálvez

**Secretario:** Sr. Manuel de Jesús Orrala Orrala

**Síndico:** Sr. Víctor Cristóbal Figueroa Ramírez

**Tesorera:** Dra. Leticia Elizabeth Villón González

La comuna cuenta con 98 familias que forman una población de 300 habitantes que viven en la comunidad, a la vez cuenta con 40 habitantes flotantes que habitan solo en época de temporada.

Baños termales de San Vicente aunque no tiene un desarrollo turístico de magnitud, este cuenta con cierta oferta turística, que serán mencionados en capítulos posteriores.

En la actualidad la Comuna Baños Termales de San Vicente está atravesando por una crisis total referente a obras de infraestructura y servicios básicos, situación que se ha ido agravando por la desatención por parte de las Instituciones públicas y por parte del Municipio de Santa Elena que ha administrado el complejo Turístico a lo largo de 9 décadas. Luego de que a la Comuna el MAGAP le otorgue la Personería Jurídica, se pretende

emprender planes y proyectos para lograr el mejoramiento turístico y a la vez conseguir la calidad de vida de sus habitantes.

El Cabildo de la Comuna está tratando de recuperar su patrimonio, que es el Complejo Termal, el mismo que ha sido administrado alrededor de 90 años por el Municipio de Santa Elena años en donde no se ha realizado ningún plan de salud ni social. La comuna se encuentra en el proceso de legitimación de tierras ante la subsecretaria de tierras con el objetivo de obtener el Título de dichas tierras en donde ellos tendrán el mandato absoluto de administraras y distribuiras de forma equitativa entre los comuneros.

El cabildo y los comuneros están interesados en la evolución de su comuna y para esto se llevan a cabo el desarrollo de varias capacitaciones, proyectos, planes de desarrollo para lograr el cambio. Entre las capacitaciones que han realizado en la comuna están: el de hospitalidad, el de nutrición, servicio al cliente e inglés, seminario teórico – práctico de excelencia humana y liderazgo social. En el anexo encontraran los listados de personas que participaron en dichas capacitaciones y algunos diplomas de las capacitaciones dictadas en la comuna, estos no han sido los únicos cabe recalcar.

### ***1.2.3 Datos Generales de la Provincia de Santa Elena***

El cantón Santa Elena que es la cabecera cantonal de la provincia, esta tiene una extensión de territorio de 3.668.9 km<sup>2</sup>, con una población de 109.404 habitantes entre ellos 56.013 son hombre y 53.391 mujeres. En lo que respecta al área urbana cuenta con 26.586 personas y rural 82.818 personas.

A 15 km vía Santa Elena - Guayaquil, se encuentra uno de los lugares típicos del cantón, reconocido aproximadamente hace 100 años, los Baños Termales de San Vicente que es visitado por turistas nacionales y extranjeros a lo largo del año. La construcción del Complejo Teléforo Villacrés se dio en el Gobierno de Jaime Roldós Aguilera, pero este fue conocido desde mucho antes por nuestros antepasados.

### *1.2.3.1 Clima*

Dentro del cantón Santa Elena y la Comuna Baños Termales de San Vicente cuenta con un clima igual al de la costa que tiene dos estaciones el de lluvia que abarca los meses de Enero a Mayo y el de estío de Junio a Diciembre. La temperatura máxima que se registra dentro de esta es de 39,5° c entre los meses de febrero - Marzo y la mínima es de 15° c en el mes de Agosto.

### *1.2.3.2 Atractivos turísticos*

La provincia de Santa Elena es reconocida por sus balnearios, partiendo de su cabecera cantonal Santa Elena, a 5 minutos llegamos a Ballenita que es uno de los balnearios, después de este inicia el largo recorrido por una de las rutas más visitadas en el Ecuador denominada “La Ruta del Spondylus” donde encontramos un sin número de atractivos, balnearios, culturas, etc.

Refiriéndose a uno de los lugares del cantón que recibe turistas como es la Comuna Baños Termales de San Vicente este cuenta con su atractivos turísticos principal que es el Complejo Turístico Telesforo Villacrés, pero a la vez este cuenta con otros atractivos que podrían ser explotados en un futuro para beneficio de la comunidad como son: El cerro, lugar donde pasaba el ferrocarril, el cementerio de los indios, albarradas, etc.

### *1.2.3.3 Actividades Económicas*

El cantón se beneficia económicamente de las actividades productivas que desarrollan como son la agricultura, artesanías, pesca y turismo playa aunque en la actualidad hay otros tipos de turismo. Una de las actividades que más se desarrolla es la de la pesca artesanal que es significativa para el consumo doméstico como para la industria peninsular; a la vez esta a logrado un gran desarrollo comercial gracias a que dentro de ella cruzan las carreteras hacia los diferentes pueblos de la costa.

En cuanto a la Comuna Baños de San Vicente se beneficia económicamente mayormente gracias a la movilización de turistas hacia el

complejo, tanto en los meses de enero – abril periodo vacacional de la costa y en los meses de Julio – Septiembre periodo vacacional de la sierra, mientras que los meses restantes reciben demanda extranjera que por lo general provienen de Colombia y Perú, sin descartar otros países.

A la vez se desarrollan otras actividades económicas como son la ganadera y la industrial pero son desarrolladas a una pequeña escala. La ganadera es desarrollada por 22 ganaderos de la comuna que se dedican a la cría de animales, mientras que la industrial se da lugar gracias a la fábrica de yeso.

#### *1.2.3.4 Viabilidad, Infraestructura Básicos*

Para llegar a las afueras de la comuna se lo hace a través de la vía Guayaquil – Santa Elena la cual es una vía de 4 vías desarrollada por el gobierno el cual esta en un muy buen estado, desde la entrada hasta llegar a la comuna son 8km de carretera asfaltada, pero que no cuenta con una muy buena carretera, aunque han sido bacheados los huecos que existían hace unos meses en la carretera.

En lo que se refiere a transportación se puede hacer en transporte terrestre ya sea en bus hasta la entrada de la Comuna que queda al pie de la vía Guayaquil – Santa Elena donde de ahí pueden contratar el servicio de transporte hacia la comuna ofrecida por comuneros o en vehículo privado hasta la comuna.

En cuanto a la infraestructura básica el agua llega a través de tanqueros, la energía eléctrica es un sistema interconectado y alcantarillado en un pozo séptico. En la actualidad el cabildo ya está trabajando en proyectos para mejorar esta situación.

#### *1.2.3.5 Identidad Cultural*

La identidad cultural de la provincia es la peninsular, cultura de pescadores de ascendencia indo mestiza.

Para el cantón Santa Elena es muy importante su cultural ancestral ya que tiene una antigüedad de 10.000 años, a la vez esto es reconocido por

muchos arqueólogos del mundo debido a que conocen de la importancia que tiene esta región en la historia gracias a sus ricas tradiciones e historias. Debido a la llegada de la corona española a estas tierras años atrás es donde se da la influencia en la arquitectura, divisiones territoriales y tradiciones como la del Baño de la cruz.

La Comuna Baños Termales de San Vicente lleva este nombre gracias a que el fundador de la comuna el Sr. Telésforo Villacrés Lainez que era devoto del Santo San Vicente Ferrer es así como le pone el nombre a la comuna. Es por esto que se celebra la fiesta religiosa de San Vicente Ferrer en donde se combina la liturgia religiosa y la recreación popular.

## **1.3 Análisis del entorno**

### **1.3.1 Macro Entorno desde el punto de vista del Análisis PEST**

#### *1.3.1.1 Análisis Político – Legal*

La Republica del Ecuador en la actualidad lo que es función ejecutiva se encuentra liderado por el Economista Rafael Correa Delgado que es el actual Jefe de Estado electo hasta el año 2013. El Vicepresidente el Sr. Lenin Moreno y los Ministros de los 29 diferentes Ministerios que existen actualmente en el Ecuador. A lo que se refiere a función legislativa se encuentra la Asamblea Nacional integrada por los asambleístas elegidos por los habitantes del país durante 4 años, estos tienen la función de crear leyes y fiscalización del país. La Función Judicial se encarga de la administración justicia y es llevada en la Corte Nacional de justicia. A parte de estas también encontramos la función de transparencia y control social y la función electoral. La primera se encarga de impulsar el control hacia las entidades y organismos de sector público y a la vez el de las personas naturales y jurídicas del sector privado que desarrollen actividades de interés público, mientras que la segunda se encarga de que se lleve a cabo el ejercicio de los derechos políticos a través de sufragio. En estos momentos el Ecuador se encuentra en campañas para elegir al mandatario que manejará al Ecuador en los años 2013-2017.

En lo que se refiere a organización territorial la República del Ecuador está organizado territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. El Ecuador cuenta con 4 regiones, Región Costa, Región Sierra, Región Oriente y Región Insular

#### Las Provincias

Cada Provincia hay un Gobernador que representa al Presidente de la Republica.



## Los Cantones

Estos están representados por un consejo cantonal que está integrado por el Alcalde y los concejales.

El Ecuador en el ámbito turístico es manejado por el Ministerio de Turismo en la actualidad el Ministro de Turismo es el Sr. Freddy Ehlers. El ministerio de turismo es el encargado de llevar un control de todas aquellas actividades turísticas que se realizan a lo largo del País. La Misión del MINTUR es fomentar la competitividad en la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando al turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador. Su Visión es que nuestro país sea reconocido como líder en el desarrollo turístico sostenible en la región y consolidar el éxito de la actividad turística en el Ecuador mediante un modelo de gestión pública descentralizado, efectivo y eficiente.

Desde el 2001 el Ministerio de turismo inicio con el programa de Descentralización de la actividad turística, mediante la cual para logra el desarrollo turístico se pasó la competencia de turismo a los municipios y consejos provinciales de cada ciudad, con el motivo de elevar el turismo.

Para lograr el desarrollo turístico en el Ecuador el MINTUR se basa en el PLANDETUR 2020, que es una herramienta de Planificación Estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación, para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos.

En lo que respecta al Marco legal actual, la Constitución vigente del 2008 nos informa en su Art. 1. El Ecuador es un Estado Constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de Republica y se gobierna de manera descentralizada.

El COOTAD vigente desde el 2010 en el Art. 135. Afirma que el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.

Es por esto que ante los desafíos actuales de la descentralización se establece la matriz de competencia de turismo por niveles de Gobierno que abarca atribuciones:

#### Políticas

Son todas aquellas normas que realizara la entidad encargada de turismo de una Ciudad para lograr que se lleve con responsabilidad la actividad turística.

#### Planificación

Elaboración de Planes, Programas y Proyectos Turísticos que ayudaran en el desarrollo Turístico.

#### Coordinación

Esto ayudara a la coordinación de productos turísticos en la respectiva jurisdicción con motivo de elevar el turismo.

#### Regulación, Registro, Licencia y Control

Ayuda en el manejo de las actividades turísticas, las normas que se deben seguir según la normativa internacional, permite el registro de los establecimientos turísticos, controla y vigila la calidad de las actividades y establecimientos de carácter turístico, permite elaborar el catastro turístico.

#### Protección al consumidor de servicios turístico

Permite establecer mecanismos de protección al turista, vela por el tratamiento al turista nacional y extranjero sin discrimen alguno, permite la creación de oficinas que ayuden al turista con información, imponer sanciones y multas aquellos establecimientos que no cumplan con la ley.

#### Sistema de información Turística

Elaborar información y datos estadísticos relacionados a las actividades turísticas, elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos manejados en su jurisdicción.

## Promoción Turística

Desarrollar y ejecutar planes de promoción turística de su jurisdicción, elaborar material informativo turístico de su jurisdicción, difundir el material de promoción, hacer campañas de concienciación para mejorar la acogida del turista.

## Fomento y Desarrollo de Sector Turístico

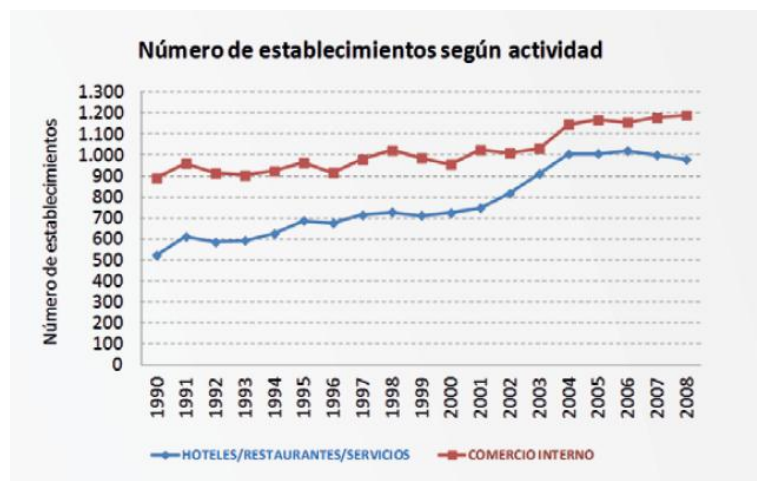
Fomentar e incentivar las inversiones públicas, privadas y comunitarias nacionales y extranjeras a la vez apoyar la protección y supervisión del patrimonio histórico, cultural ambiental y turística de su jurisdicción.

## Capacitación y Asistencia Técnica

Promover la capacitación técnica y profesional a todos aquellos quienes ejercen alguna actividad turística legalmente.

### *1.3.1.2 Análisis Económico*

En lo que respecta a las actividades de servicios y comercio interno ha tenido un creciente y se ha sostenido los últimos 20 años en Ecuador. A lo que se refiere en Hoteles, restaurantes y servicios a crecido un 5.5% entre el año 2008 y 2009, mientras que el número de establecimientos que se dedican al comercio interno entre el 2007 y 2008 aumento de 1.178 a 1.190 según el anuario estadístico del INEC. A continuación la fig. 2 nos muestra el número de establecimientos.



**Figura 2.** Número de establecimientos de las actividades de servicio y comercio interno hasta el 2008.

**Fuente:** INEC.

Mientras que la tasa de producción de estas actividades industriales y comerciales tuvieron variaciones en donde Hoteles, restaurantes y servicios entre el año 2001 y 2009 tuvo en su promedio de variación anual un 18.5% y el comercio interno a su vez tuvo entre los años 2001 y 2008 un 17.6% así como lo muestra la fig. 3.



**Figura 3.** Tasa de producción total de hoteles, restaurantes, servicios y comercio externo 2008-2009.

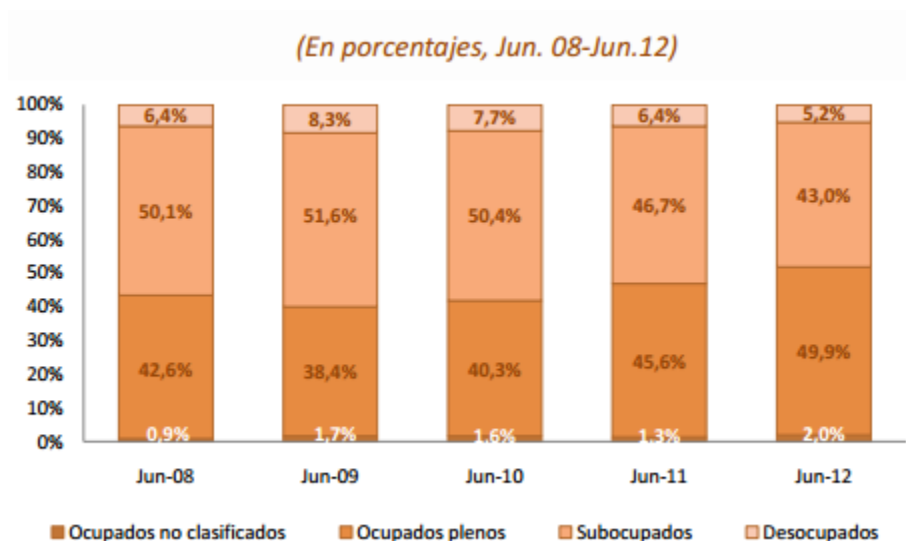
**Fuente:** INEC.

## PEA

Según el reporte trimestral de mercado laboral del Banco Central del Ecuador la distribución del PEA se presenta de la siguiente manera:

Como muestra la Fig. 4 para Junio del 2012 ocupando el primer lugar tenemos a los ocupados plenos con un porcentaje de 49.9% en donde este

año se ocupa el mayor porcentaje, mientras que la tasa de porcentaje de desocupados ha disminuido a un 5.2% en comparación a los años anteriores.

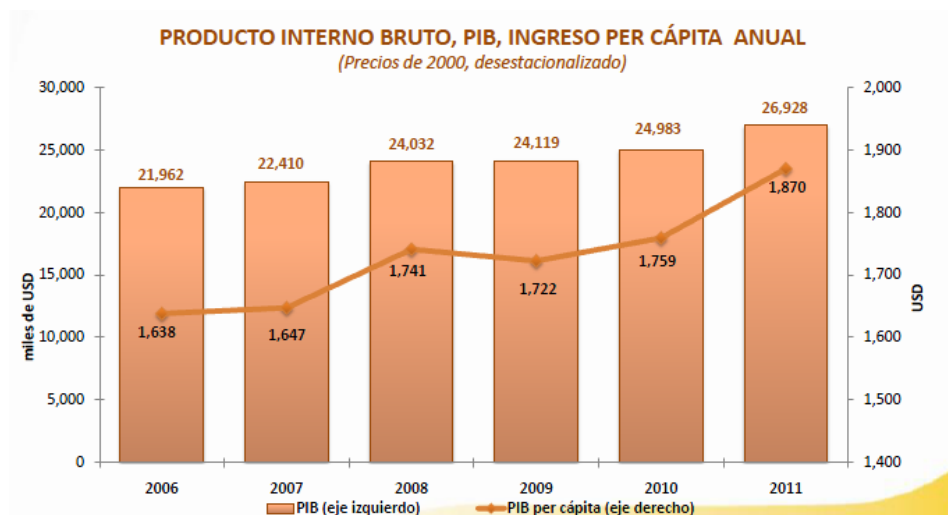


**Figura 4.** Distribución de la PEA.

**Fuente:** BCE.

## PIB

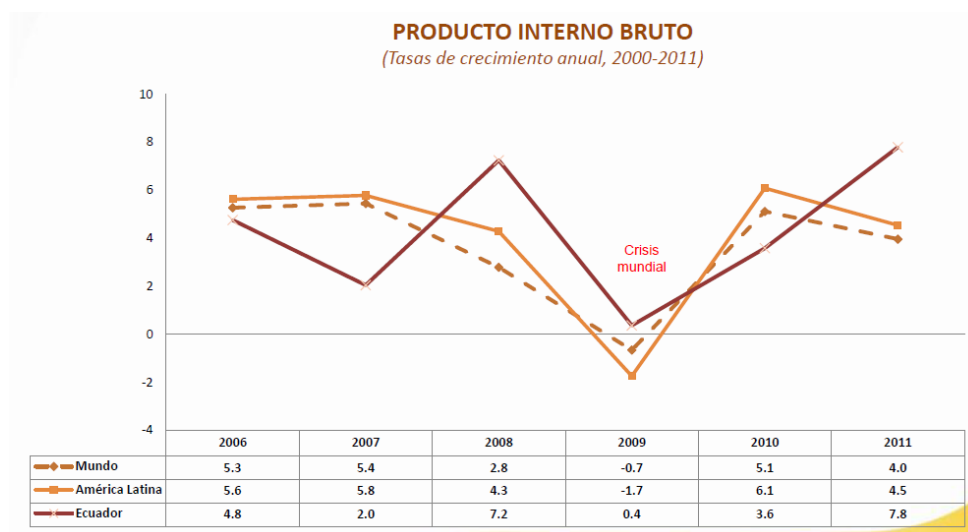
El PIB per cápita del año 2011 según el Banco Central del Ecuador como se muestra en la fig. 5, este tuvo un incremento del 6.3% (al estar en el 2010 en USD 1,759 al estar en el 2011 en 1,870) esto quiere decir que el Ecuador tuvo un dinamismo en la economía ese año. El PIB anual de ese años fue de 7.8%.



**Figura 5.** PIB anual con el que termino el año 2011.

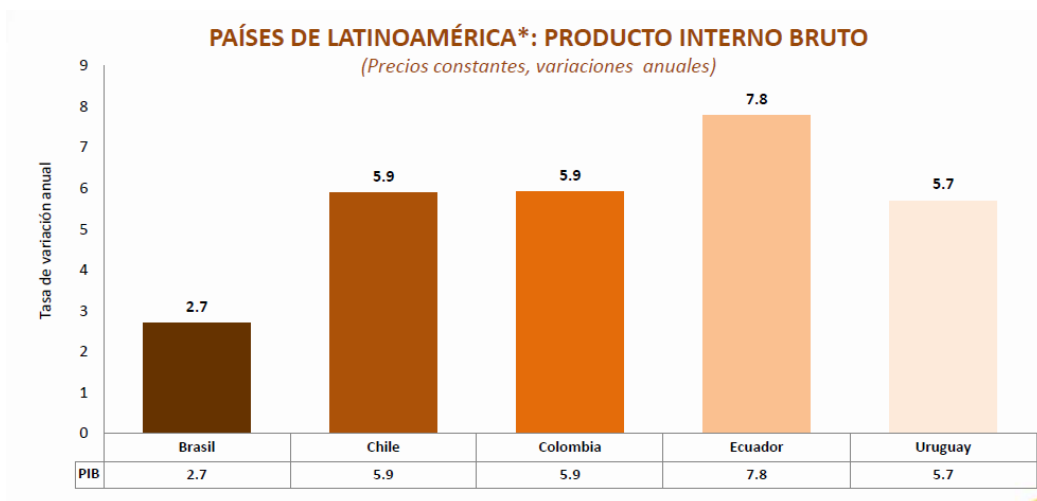
**Fuente:** BCE.

El año 2011 fue un año muy bueno económicamente para Ecuador, el país depende del comercio internacional y de la evolución de la economía mundial y como lo muestras las figuras 6 y 7 Ecuador tuvo el mayor crecimiento del PIB a nivel de Latinoamérica y a nivel mundial.



**Figura 6.** Comparación de las tasas de crecimiento anual del PIB entre el 2006 – 2011 en el Mundo, América Latina y Ecuador.

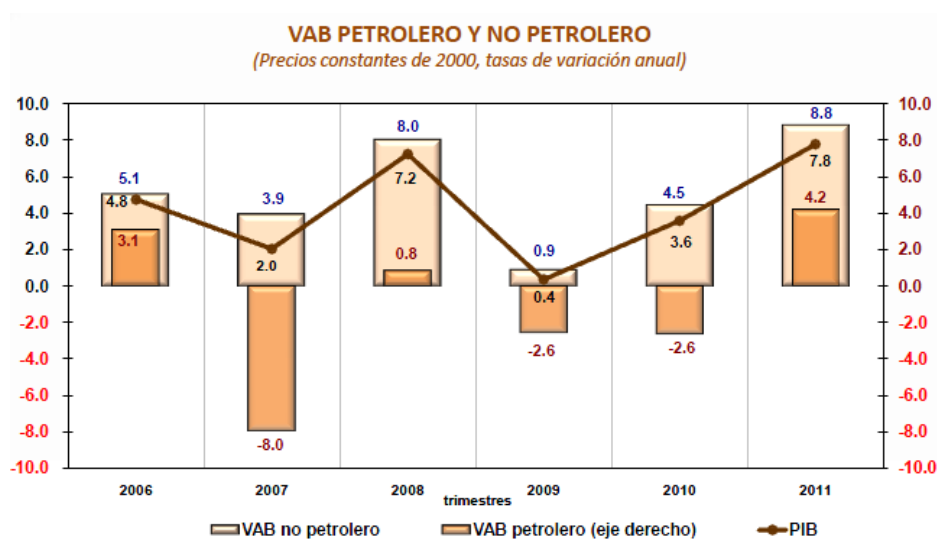
**Fuente:** BCE.



**Figura 7.** Variaciones anuales del PIB en América Latina en el 2011.

**Fuente:** BCE.

Por último así como lo muestra la Fig. 8 en el año 2011 el Valor agregado de Petróleo fue de 4.2% y el Valor Agregado de No Petróleo fue de un 8.8%. Siendo el sector no petróleo que contribuyó con un 88.2% en el crecimiento anual del PIB, el petróleo contribuyó con un 7.8% y otros elementos con un 4.9%.

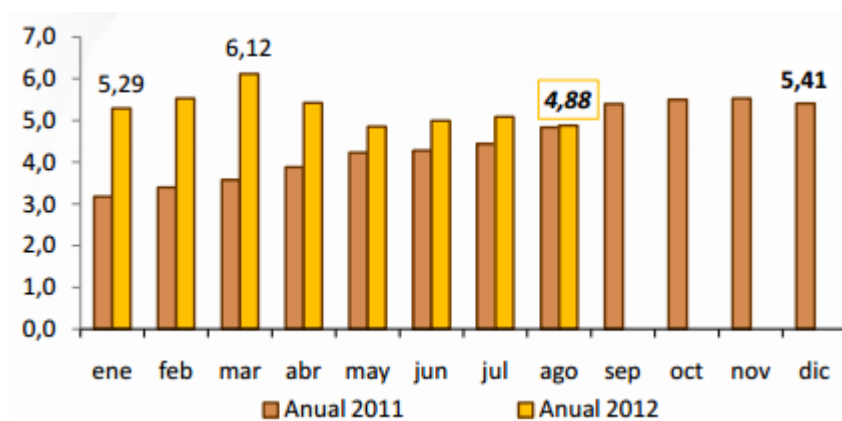


**Figura 8.** Tasa de variación anual del Valor Agregado Petrolero y No Petrolero y su contribución en el PIB.

**Fuente:** BCE.

## Inflación

Según el Banco Central del Ecuador en el último Reporte Mensual de inflación de Agosto del 2012 nos muestra en la fig. 9 que la inflación anual del IPC (Índices de precios al consumidor) en el 2011 fue de 5.41%. En Agosto del 2012 la inflación registro un 4.88%. A la vez la fig. 10 nos muestra la inflación por divisiones de consumo siendo el de mayor crecimiento el de Bebidas alcohólicas, Tabaco y estupefacientes con el de 29.99%.



**Figura 9.** Inflación mensual del IPC tanto en el año 2011 y para el 2012 hasta el mes de Julio.

**Fuente:** BCE.



**Figura 10.** Inflación del IPC por divisiones de consumo.

**Fuente:** BCE.



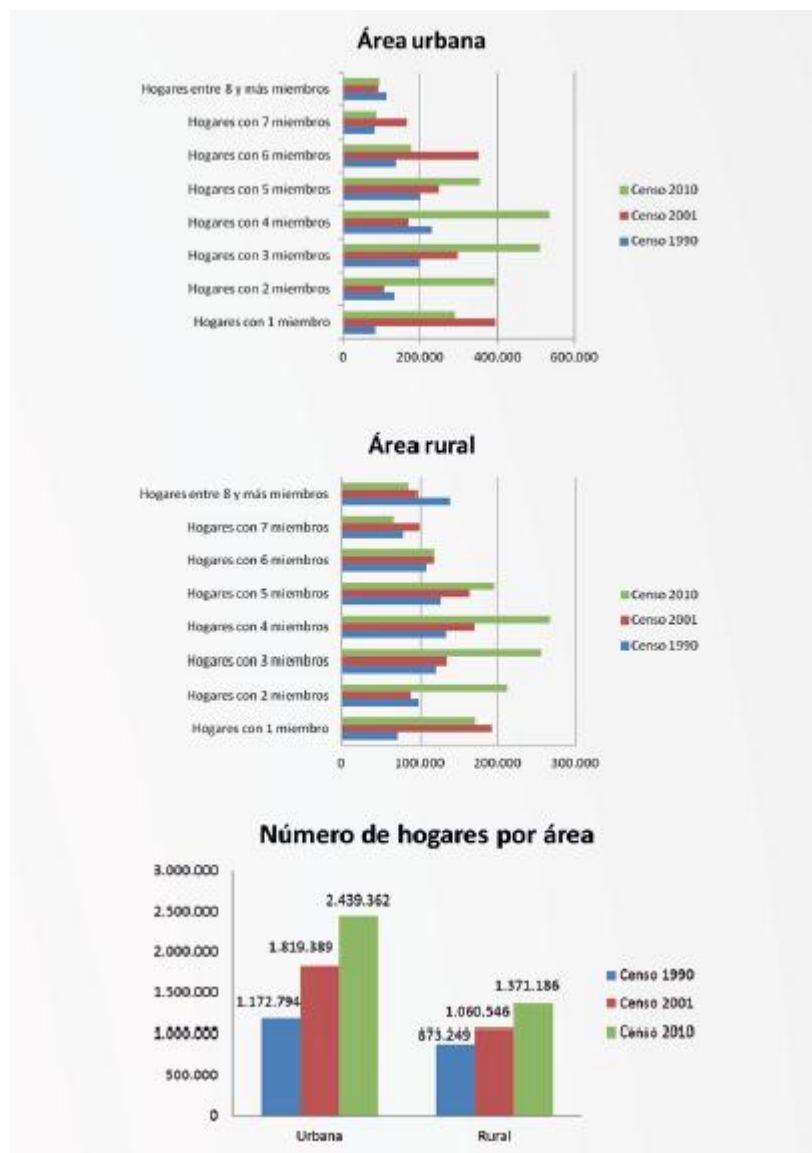
### 1.3.1.3 Análisis Socio- Cultural

#### Población

Según el último Censo de población y vivienda realizado en el 2010, El Ecuador tiene 14'483.499 habitantes y 4'654.054 viviendas.

#### Número de Miembros por hogar

Según el último Censo poblacional realizada el 2010 como lo muestra la fig. 11, se pudo obtener de que el número de miembros por familia a tenido variaciones tanto en el área urbana como rural en donde la categoría de hogares de 3 a 4 miembros a tenido un crecimiento a lo largo de los años. A la vez el número de hogares por área los hogares en el área urbana ha habido un crecimiento rápido.

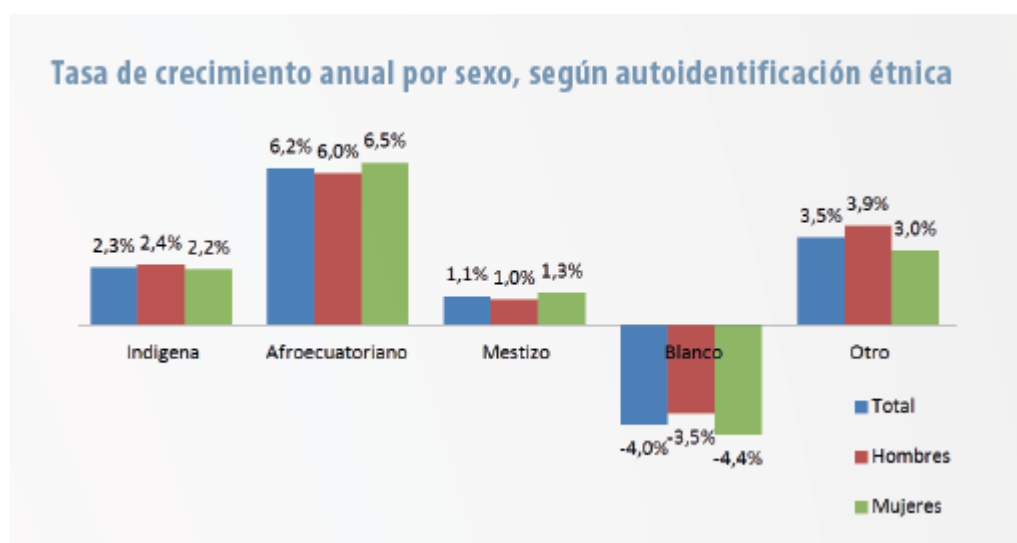


**Figura 11.** Distribución en cuanto a número de miembros por hogar en el área urbana y rural y a la vez el número de hogares por área según el Censo poblacional y de vivienda realizado en el 2010.

**Fuente:** INEC.

### Auto identificación

Debido a que el Ecuador es un país plurinacional que cuenta con población indígena, afro ecuatoriana y montubia; a continuación la fig. 12 nos muestra la tasa de crecimiento anual según el tipo de etnia. En este grafico no se muestra la población montubia pero esta representa al 7.4% de la población total, que en números 1.070.728, dando así el 46.7% hombres y el 53.3% mujeres



**Figura 12.** Tasa de crecimiento anual por sexo, según su etnia.

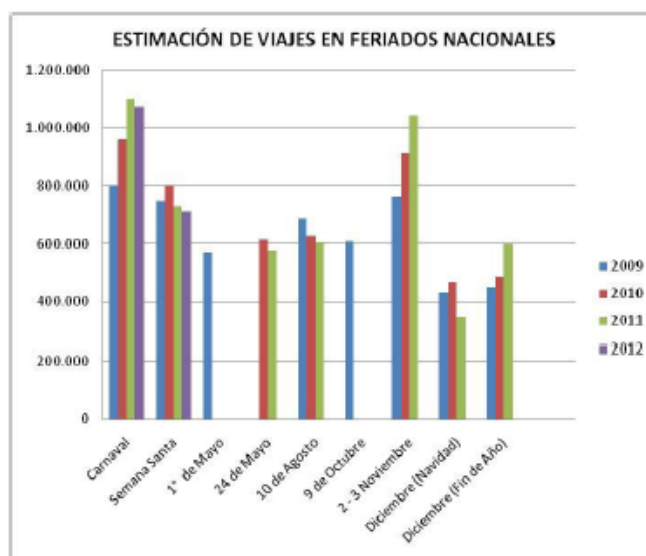
**Fuente:** INEC.

Debido a que la Comuna Baños Termales de San Vicente pertenece a la provincia de Santa Elena el Censo de población del INEC informa que esta provincia cuenta con un total de 308.693 habitantes en donde 151.831 son mujeres y 156.862 son hombres. La Comuna cuenta con 98 familias.

#### Celebraciones y Folklore del Ecuador

A lo largo del año, el Ecuador cuenta con 12 feriados y fiestas que representan la cultura ecuatoriana a nivel nacional entre la cual podemos mencionar carnaval, Semana Santa, 1° de Mayo, 24 de Mayo, 10 de Agosto, 9 de Octubre, 2-3 de Noviembre, Navidad y Fin de año, entre otras. Cabe recalcar que estos feriados y fiestas permiten que se realice el turismo interior y las cifras se las muestra en la Fig. 13 información obtenida de la página del Ministerio de Turismo. E necesario mencionar que a lo largo de estos feriados en los diferentes sitios del Ecuador se los celebra de una forma distinta según la cultura, debido a que nuestro país es diverso culturalmente, pero todos tienen el mismo significado.

|                        | 2009      | 2010      | 2011      | 2012      |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Carnaval               | 803.022   | 961.141   | 1.103.003 | 1.073.022 |
| Semana Santa           | 745.483   | 804.065   | 730.466   | 710.811   |
| 1° de Mayo             | 569.556   |           |           |           |
| 24 de Mayo             |           | 612.950   | 577.437   |           |
| 10 de Agosto           | 685.041   | 627.095   | 604.252   |           |
| 9 de Octubre           | 607.803   |           |           |           |
| 2 - 3 Noviembre        | 763.535   | 914.907   | 1.044.016 |           |
| Diciembre (Navidad)    | 432.177   | 466.751   | 347.563   |           |
| Diciembre (Fin de Año) | 449.610   | 485.706   | 596.904   |           |
|                        | 5.056.227 | 4.872.615 | 5.003.641 |           |



**Figura 13.** Estimación de viajes turísticos en feriados Turismo Interior en cifras desde el 2009 hasta semana Santa del 2012.

**Fuente:** Ministerio de Turismo.

El Ecuador es un país que ofrece a lo largo del año alegres festivales, en la cual muchas de las ciudades tienen celebraciones únicas, según sus creencias que en nuestro país es la mezcla de la creencia española con la indígena y es la que forma la cultura ecuatoriana. En estas festividades se puede apreciar de fuegos artificiales, trajes y bailes tradicionales, bandas de pueblo, etc. estos factores hacen de nuestra cultura sea divertida y llamativas hacia otros países. A continuación el Ministerio de turismo muestra en una página web en orden cronológico las fechas y lugares donde se celebran estas:

- **Día de la Región Amazónica (12 de febrero)** – Este día se celebra en toda la región amazónica del Ecuador en honor al descubrimiento del río Amazonas, se realizan bailes y se bebe la bebida tradicional de dicha región la chicha muchos la mezclan con alcohol.
- **Carnaval (fin de semana antes de la Cuaresma)** – Es celebrado a nivel nacional. Su festejo es distinto en cada lugar del país, pero generalmente es celebrado con comparsas, juegos con agua, espuma o harina, y mucha diversión.
- **Festival de las Frutas y las Flores (fin de semana antes de la Cuaresma)** - Los regalos de frutas deliciosas y bellas flores, es celebrado en Ambato a lo largo de un mes antes de la fiesta principal, en donde se aprecia de desfiles con carros alegóricos, espectáculos, fuegos artificiales y un desfile de belleza.
- **Inti Raymi (Fiesta del Sol) (21 y 22 de junio)** – Es una celebración en honor al padre sol (Inti en quechua). Son festejadas en los meses de junio y julio, en donde su evento principal es el solsticio de verano. Esta ceremonia religiosa andina es celebrada en las provincias de Imbabura con concentración en la ciudad de Otavalo. Los grupos indígenas vestidos a la usanza se toman la plaza noche y día, en donde se paraliza un poco la vida cotidiana con celebraciones.
- **Corpus Christi (un jueves de junio)** - Esta una fiesta de la Iglesia católica para celebrar la Eucaristía, que es celebrada 60 días después del Domingo de Resurrección, mezcla las tradiciones católicas e indígenas. Es celebrada en muchas partes del país con fuegos artificiales, baile y disfraces, pero más en Cuenca donde las festividades duran 7 días.
- **Paseo del Chagra (20 de julio)** – Es un espectáculo criollo originario de Machachi, estas son celebradas con el inicio de una misa al aire libre y a continuación de esta se realiza una procesión en donde van vaqueros, caballos y toros de pueblo.
- **Festival de la Cosecha de Maíz (16 de agosto)** – Se celebra en Tarqui, cerca de Cuenca. Las fiestas incluyen la elección de la Sara Ñusta (Reina del maíz), danzas, y bandas locales.

- **Yamor (septiembre 1-8)** - Celebrada en Otavalo, es un festival realizado por los pueblos indígenas, para dar gracias a la madre tierra por sus dones, especialmente por el maíz. Su principal atracción es una bebida especial que se hace de siete tipos de maíz. También, un desfile encabezado por una figura conocida disfrazado como coraza y finalmente se elige a la Reina del Yamor.
- **La Mama Negra (23 y 24 de septiembre y el 11 de noviembre)** – Se celebra en la ciudad de Latacunga se lleva a cabo un desfile que culmina con la aparición de la Mama Negra que es un hombre disfrazado de mujer, pintado de negro y llevando muñecos, para representar a sus hijos.
- **Rodeo montubio / Día de la Raza (12 de octubre)** – Es celebrada en conmemoración al descubrimiento de América. La celebración es se lleva a cabo en ciertos lugares de la provincia del Guayas y Los Ríos, donde el rodeo, presenta a hombres y mujeres, demostrando sus habilidades a caballo.
- **Día de los Muertos (2 de noviembre)** – Es celebrado a nivel nacional. Los familiares visitan las tumbas de sus seres queridos que ya no se encuentran con ellos y les llevan flores, en muchos lugares del país los familiares se reúnen y comparten una comida. Es tradicional preparar la famosa colada morada, una bebida espesa hecha con zarzamora y otras frutas, y van acompañadas con las guaguas de pan, que es un pan con forma de niñas y en muchos casos van decorados y rellenos de alguna mermelada.
- **El Pase del Niño (24 de diciembre)** – Esta es realizada en la ciudad de Cuenca. Es un desfile que se realiza con el motivo de rendir homenaje al Niño Jesús en donde los niños van disfrazados de personajes bíblicos o trajes tradicionales.

### 1.3.1.4 Análisis Tecnológico

Según la última encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo realizada por el INEC en lo que respecta a Ciencia y Tecnología en la Región Costa en el área rural se analizó varios aspectos en la cual se encuentra en cifras, el acceso a internet (Fig.14), uso de internet (Fig.15), tenencia de computadoras (Fig. 16), el uso de computadoras (Fig. 17), tenencia de televisores (Fig. 18), tenencia de línea telefónica (Fig. 19), a continuación se mostrara varios cuadros que muestra en valores absolutos todos estos aspectos.

| CIENCIA Y TECNOLOGÍA ACCESO A INTERNET |   |
|--|---|
| Indicador                              | ACCESO A INTERNET Ámbito: Región Costa (En valores absolutos) |
| NO TIENE 2008                          | 432.317,00  |
| SI TIENE 2008                          | 804,85  |
| NO TIENE 2009                          | 437.543,00  |
| SI TIENE 2009                          | 648   |
| NO TIENE 2010                          | 457.822,00  |
| SI TIENE 2010                          | 1.505,00  |
| NO TIENE 2011                          | 471.598,58  |
| SI TIENE 2011                          | 11.561,14   |

**Figura 14.** Valores absolutos sobre el Acceso a Internet en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.

**Fuente:** INEC

| CIENCIA Y TECNOLOGÍA USO DE INTERNET |   |
|--------------------------------------|---|
| Indicador                            | USO DE INTERNET Ámbito: Región Costa (En valores absolutos) |
| NO USÓ 2008                          | 1.597.432,00  |
| SI USÓ 2008                          | 69.104,00   |
| NO USÓ 2009                          | 1.627.341,00  |
| SI USÓ 2009                          | 72.413,00   |
| NO USÓ 2010                          | 1.611.775,00  |
| SI USÓ 2010                          | 119.707,00  |
| NO USÓ 2011                          | 1.571.619,48  |
| SI USÓ 2011                          | 179.625,56  |

**Figura 15.** Valores absolutos sobre el Uso de Internet en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.

**Fuente:** INEC.

| CIENCIA Y TECNOLOGÍA TENENCIA DE COMPUTADORAS |  |
|---|--|
| Indicador                                     | TENENCIA DE COMPUTADORAS Ámbito: Región Costa (En valores absolutos) |
| NO TIENE 2006                                 | 384.719,00   |
| SI TIENE 2006                                 | 5.780,00   |
| NO TIENE 2007                                 | 409.040,00   |
| SI TIENE 2007                                 | 7.086,00   |
| SI TIENE 2008                                 | 7.570,00   |
| NO TIENE 2008                                 | 425.551,00   |
| NO TIENE 2009                                 | 427.708,00   |
| SI TIENE 2009                                 | 10.484,00  |
| SI TIENE 2010                                 | 13.784,00  |
| NO TIENE 2010                                 | 445.543,00   |
| SI TIENE 2011                                 | 18.186,68  |
| NO TIENE 2011                                 | 464.973,04   |

**Figura 16.** Valores absolutos sobre la Tenencia de Computadoras en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.

**Fuente:** INEC.

| CIENCIA Y TECNOLOGÍA USO DE COMPUTADORA |  |
|---|--|
| Indicador                               | USO DE COMPUTADORA Ámbito: Región Costa (En valores absolutos) |
| NO USÓ 2008                             | 1.441.393,00   |
| SI USÓ 2008                             | 225.144,00   |
| NO USÓ 2009                             | 1.521.579,00   |
| SI USÓ 2009                             | 178.176,00   |
| NO USÓ 2010                             | 1.496.631,00   |
| SI USÓ 2010                             | 234.850,00   |
| SI USÓ 2011                             | 255.114,48   |
| NO USÓ 2011                             | 1.496.130,56   |

**Figura 17.** Valores absolutos sobre el Uso de Computadora en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.

**Fuente:** INEC.

| CIENCIA Y TECNOLOGÍA TENENCIA DE TELEVISORES |   |
|--|---|
| Indicador                                    | TENENCIA DE TELEVISORES Ámbito: Región Costa (En valores absolutos) |
| SI TIENE 2006                                | 218.696,00  |
| NO TIENE 2006                                | 171.803,00  |
| NO TIENE 2007                                | 159.705,00  |
| SI TIENE 2007                                | 256.421,00  |
| NO TIENE 2008                                | 146.756,00  |
| SI TIENE 2008                                | 286.365,00  |
| SI TIENE 2009                                | 288.990,00  |
| NO TIENE 2009                                | 149.201,00  |
| NO TIENE 2010                                | 132.865,00  |
| SI TIENE 2010                                | 326.462,00  |
| NO TIENE 2011                                | 106.812,23  |
| SI TIENE 2011                                | 376.347,49  |

**Figura 18.** Valores absolutos sobre la tenencia de televisores en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.

**Fuente:** INEC.



| CIENCIA Y TECNOLOGÍA TENENCIA DE LÍNEA TELEFÓNICA |   |
|---|---|
| Indicador   | TENENCIA DE LÍNEA TELEFÓNICA Ámbito: Región Costa<br>(En valores absolutos) |
| SI TIENE 2006                                     | 5.561,00  |
| NO TIENE 2006                                     | 384.939,00  |
| SI TIENE 2007                                     | 8.676,00  |
| NO TIENE 2007                                     | 407.450,00  |
| SI TIENE 2008                                     | 10.252,00   |
| NO TIENE 2008                                     | 422.869,00  |
| SI TIENE 2009                                     | 9.966,00  |
| NO TIENE 2009                                     | 428.226,00  |
| SI TIENE 2010                                     | 12.800,00   |
| NO TIENE 2010                                     | 446.527,00  |
| SI TIENE 2011                                     | 15.381,85   |
| NO TIENE 2011                                     | 467.777,87  |

**Figura 19.** Valores absolutos sobre la tenencia de Línea Telefónica en la Región Costa Rural desde el 2008 hasta el 2011.

**Fuente:** INEC.

Como vemos en los cuadros anteriores el INEC nos muestra la evolución del uso y de la tenencia de tecnologías de información y de comunicación. Se puede observar que a lo que se refiere en uso y acceso a herramientas tecnológicas a aumentando en gran cantidad año tras año, unos más que otros. Pero sin embargo en lo que se refiere a que no tuvo uso o acceso en algunos años aumenta y otros disminuye.

La Comuna Baños Termales de San Vicente no cuenta con las mayores fuentes tecnológicas, pero en la actualidad el cabildo jurídico está trabajando para mejorar dicha situación. En lo que se refiere a computadoras en la Escuela de la comuna se encuentran de 1 a 2 equipos, y en cuanto al internet, este medio no llega a dicho lugar. En cuanto a línea telefónica el único medio de comunicación es el celular con los que cuenta ciertos habitantes, pero la señal es muy baja y dificulta la entrada de llamadas. En lo que respecta a electricidad, si cuentan con los servicios de televisión y radio.

### **1.3.2 Análisis del Micro Entorno**

#### *1.3.2.1 Análisis Turístico*

País que ocupa el 8vo puesto entre los países más grandes de Sudamérica que cuenta con una mega diversidad turística dentro de sus cuatro mundos es así como se podría describir al Ecuador. Un país, en donde con sus 283.561 kilómetros cuadrados se encuentra la fusión de culturas, pueblos y paisajes de América Latina.

Ecuador se encuentra ubicado al noroeste de América del Sur, sobre la línea equinoccial. Esta limitado al norte con Colombia y Perú, al este y sur con Perú, y al oeste, con el océano Pacífico. Este mega diverso país cuenta con cuatro regiones: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos.

Estos cuatro mundos que hacen de nuestro país rico en mega diversidad, iniciando desde la cálida Costa que esta bañada por el Pacífico; poco a poco se eleva hacia los altos nevados y valles templados de la cordillera de los Andes para introducirnos en la verde alfombra amazónica de biodiversidad. A la vez encontramos un hermoso tesoro las islas Galápagos.

Ecuador gracias a sus cuatro mundos en donde encontramos paisajes, pueblos y culturas ocupa un lugar muy importante en la economía del país tal como lo muestra la Fig. 20 en el cuadro de ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal del 2011.

| AÑOS/TRIM | * TURISMO | PETROLEO | BANANO Y PLATANO 2) | CAMARON | DERIVADOS PETROLEO 3) | OTROS ELAB. PROD. MAR | MANUFACT. DE METALES 4) | FLORES NATURALES | TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados) |
|-----------|-----------|----------|---------------------|---------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|------------------|--|
| 2010      | 786,5     | 8.951,9  | 2.032,8             | 849,7   | 721,3                 | 622,5                 | 707,6                   | 607,8            | 17.489,9   |
| UBICACION | 4         | 1        | 2                   | 3       | 5                     | 7                     | 6                       | 8                |  |
| 2011      | 849,7     | 11.800,0 | 2.246,5             | 1.178,4 | 1.144,9               | 895,0                 | 695,6                   | 675,7            | 22.322,4   |
| UBICACION | 6         | 1        | 2                   | 3       | 4                     | 5                     | 7                       | 8                |  |

(1) Cifras provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.  
(2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador.  
(3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.  
(4) Incluye exportaciones de vehículos.  
(\*) Según Balanza de Pagos del Ecuador ( Ctas Viajes y Transporte de Pasajeros)

**Figura 20.** Ubicación del Turismo año 2010 - 2011. Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal.

**Fuente:** MINTUR.

Aunque hubo un incremento de puesto del 2010 al 2011, en la actualidad hasta el primer trimestre del 2012 la ubicación del turismo disminuyó un puesto, tal como lo muestra la Fig. 21. En comparación al primer trimestre del año 2011.

| AÑOS/TRIM | * TURISMO | PETROLEO CRUDO | BANANO Y PLATANO 2) | CAMARON | DERIVADOS PETROLEO 3) | OTROS ELAB. PROD. MAR | MANUFACT. DE METALES 4) | FLORES NATURALES | TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados) |
|-----------|-----------|----------------|---------------------|---------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|------------------|--|
| 2011      | 200,8     | 2.851,0        | 627,9               | 265,0   | 253,0                 | 173,8                 | 130,7                   | 202,7            | 5.344,0  |
| UBICACION | 6         | 1              | 2                   | 3       | 4                     | 7                     | 8                       | 5                |  |
| 2012      | 250,3     | 3.529,9        | 579,1               | 300,4   | 272,3                 | 247,5                 | 147,8                   | 225,9            | 6.195,7  |
| UBICACION | 5         | 1              | 2                   | 3       | 4                     | 6                     | 8                       | 7                |  |

(1) Cifras provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.  
(2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador.  
(3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.  
(4) Incluye exportaciones de vehículos.  
(\*) Según Balanza de Pagos del Ecuador ( Ctas Viajes y Transporte de Pasajeros)

**Figura 21.** Ubicación del Turismo en el Primer trimestre 2011- 2012. Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal.

**Fuente:** MINTUR.

Debido a que el turismo contribuye en la economía del país es necesario mostrar la fig. 22 que nos informa sobre los ingresos, egresos y saldo la cual genera esta actividad. En comparación al primer trimestre del 2011, en el del 2012 podemos ver que las divisas han sido positivas.

| TRIMESTRES    | 2011         |            |                                  |             |            |                                 |                   | INGRESOS | EGRESOS |
|---------------|--------------|------------|----------------------------------|-------------|------------|---------------------------------|-------------------|----------|---------|
|               | INGRESOS (a) |            | TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a) | EGRESOS (b) |            | TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b) | SALDO c = (a - b) |          |         |
|               | VIAJES       | TRANSPORTE |                                  | VIAJES      | TRANSPORTE |                                 |                   |          |         |
| I TRIMESTRE   | 199,2        | 1,6        | 200,8                            | 145,8       | 76,2       | 222,0                           |                   |          |         |
| II TRIMESTRE  | 197,8        | 1,5        | 199,3                            | 149,7       | 83,7       | 233,4                           |                   |          |         |
| III TRIMESTRE | 214,0        | 1,6        | 215,6                            | 148,3       | 84,1       | 232,4                           |                   |          |         |
| IV TRIMESTRE  | 232,4        | 1,6        | 234,0                            | 149,8       | 78,8       | 228,6                           |                   |          |         |
| TOTAL         | 843,4        | 6,3        | 849,7                            | 593,7       | 322,9      | 916,6                           |                   |          |         |

| TRIMESTRES  | 2012         |            |                                  |             |            |                                 |                   | INGRESOS | EGRESOS |                |
|-------------|--------------|------------|----------------------------------|-------------|------------|---------------------------------|-------------------|----------|---------|----------------|
|             | INGRESOS (a) |            | TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a) | EGRESOS (b) |            | TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b) | SALDO c = (a - b) |          |         | VAR% 2012/2011 |
|             | VIAJES       | TRANSPORTE |                                  | VIAJES      | TRANSPORTE |                                 |                   |          |         |                |
| I TRIMESTRE | 248,6        | 1,7        | 250,3                            | 149,1       | 82,6       | 231,7                           | 18,6              | 24,7     | 4,4     |                |
| SUB-TOTAL   | 248,6        | 1,7        | 250,3                            | 149,1       | 82,6       | 231,7                           | 18,6              | 24,7     | 4,4     |                |

**Figura 22.** Balanza de Pagos. Divisas. Cuenta Viajes y Transporte de pasajeros (millones de dólares).

**Fuente:** MINTUR.

Los 10 principales mercados que contribuyen en esta actividad económica son los que se muestran en la fig. 23. Esta nos muestra la cantidad de turistas que entran al Ecuador al año.

| ENERO -AGOSTO / 2011 - 2012   |         |         |                |
|-------------------------------|---------|---------|----------------|
| PRINCIPALES MERCADOS EMISORES | 2011    | 2012    | Var% 2012/2011 |
| Colombia                      | 174.465 | 238.436 | 36,67          |
| Estados Unidos                | 175.174 | 177.888 | 1,55           |
| Perú                          | 99.965  | 90.569  | -9,40          |
| Argentina                     | 25.407  | 34.426  | 35,50          |
| España                        | 41.165  | 44.363  | 7,77           |
| Chile                         | 24.045  | 28.975  | 20,50          |
| Venezuela                     | 21.132  | 24.360  | 15,28          |
| Alemania                      | 17.424  | 19.992  | 14,74          |
| Canadá                        | 17.279  | 18.396  | 6,46           |
| Gran Bretaña                  | 15.935  | 14.503  | -8,99          |

Fuente : Dirección Nacional de Migración

Elaboración : Dirección de Investigación - Ministerio de Turismo

sep-12

**Figura 23.** Evolución de los 10 principales mercados de entrada 2010-2012.

**Fuente:** MINTUR.

## CAPITULO 2

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 Objetivo de estudio de mercado

##### *2.1.1 Objetivo General*

Determinar la preferencia tanto de los turistas como de los habitantes de la comunidad, para ampliar la oferta turística dentro de la comuna y a la vez satisfacer las necesidades de los visitantes potenciales.

##### *2.1.2 Objetivos específicos*

- Determinar cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a través de un análisis FODA.
- Identificar el mercado potencial.
- Identificar que los motiva a los turistas a visitar el lugar.
- Determinar la procedencia de los visitantes.
- Determinar el interés por parte de los habitantes de la comuna con respecto a la creación de micronegocios de turismo comunitario.

#### 2.2 Análisis FODA

##### **Fortalezas**

- Cuenta con un recurso natural que son las Aguas termales que son beneficiosos para la salud de las personas y son conocidas por turistas.
- Valor Histórico Nacional, que cuenta como se descubrieron las Aguas y los hallazgos de huesos de animales gigantes.
- Cuenta con una certificación otorgada por el Ministerio de Turismo como las mejores aguas termales en todo el Ecuador.

- Cuentan con el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez” Baños Termal San Vicente, que es el atractivo principal del lugar, que recibe a los turistas y se benefician de las aguas.
- Centro de Bienestar Social de Jubilado del IESS.
- La Tranquilidad del lugar invitan a la relajación y reposo.
- Existe infraestructura hotelera.
- Existencia de restaurantes alrededor del Complejo.
- Unión y Decisión por parte de los habitantes de la Comuna para desarrollarse tanto económica, social y turísticamente.
- Se encuentra dentro de una de las Provincias y a la vez cuenta con la Ruta del Spondylus, una de las Rutas más visitas dentro del Ecuador.
- No existe una temporada alta ni baja dentro del lugar ya que en todo el año recibe a muchos turistas en el Complejo.
- Cuentan con el apoyo de la Empresa Municipal de Turismo por medio de su actual Administrador para dar a conocer más sobre este recurso natural que posee la Comuna y así incrementar la demanda turística.

### **Oportunidades**

- Único lugar de Aguas termales naturales dentro de la Provincia de Santa Elena.
- Cuenta con otros lugares que pueden ser explotados turísticamente y pueden luego ser explotados a través de una Ruta.
- Proyecto para la Remodelación del Complejo Baños Termales de San Vicente, en donde se ampliaran áreas de recreación y esparcimiento.
- Proyecto para la creación de un Sub Centro de Salud.
- Apoyo por parte del MINTUR con programas que ayudan en el desarrollo turístico a las Comunidades.
- Proyectos de propuestas para ayudar en el desarrollo de la Comuna Baños Termales de San Vicente.

### **Debilidades**

- En la actualidad el complejo no cuenta con una infraestructura adecuada, debido al deterioro de las instalaciones por falta de adecuado mantenimiento.
- Falta imagen turística dentro del sector, que llamaría la atención del turista para pasar más tiempo en el lugar.
- Falta de servicios básicos, como es el agua potable y alcantarillado.
- Falta de oferta Turística, que ampliarían el interés de los turistas para visitar más seguido el lugar.
- Falta de información turística dentro del Complejo, que informarían al turista sobre qué beneficios tienen las aguas sobre al cuerpo.
- Falta de transporte para trasladar al turista a la Comuna desde los diferentes puntos turísticos que existen alrededor de la Provincia.
- Falta de promoción Turística a nivel internacional.
- Pocas áreas verdes alrededor de la Comuna.
- Falta de una mejor carretera del desvió que va a la Comuna Baños Termales de San Vicente.

### **Amenazas**

- Queja por parte de los visitantes que visitan el Complejo al ver el deterioro de las instalaciones.
- Falta de prioridad por parte de las entidades públicas para desarrollar proyectos que ayuden en el desarrollo turístico de la Comuna Baños Termales de San Vicente.
- Posibles inundaciones causadas por fenómenos naturales.
- Falta de proyección hacia el Mercado internacional.

## **2.3 Análisis de la demanda**

### ***2.3.1 Mercado potencial***

#### ***Segmentación de Mercado Potencial***

La comuna Baños termales de San Vicente es conocida por sus aguas termales que ayudan en varios aspectos en cuanto a salud y a la vez conocido como un lugar de relajación para entrar en calma y llegar al des estrés. Para esto es necesario llegar a determinar una segmentación de mercado de consumo en donde se debe tomar en cuenta todas las variables posibles.

#### ***Segmentación Geográfica***

Debido a que los turistas que visitan el lugar provienen mayormente de la Región Costa, Región Sierra y del exterior es necesario centrarse en clientes que se encuentren dentro de esta área o por lo menos visiten el lugar. El lugar seleccionado será la Provincia de Santa Elena, se selecciona este lugar debido a que a este lugar llegan miles de turistas de todas partes del país, especialmente turistas de Guayaquil y Quito que fueron las ciudades que tuvieron un mayor porcentaje de visitantes que asisten a Baños de San Vicente y a la vez de otras partes del mundo. A la vez este lugar queda cerca del lugar de destino.

#### ***Segmentación demográfica***

En la actualidad Baños termales de San Vicente cuenta con proyectos turísticos para elevar la demanda de turistas dentro del Complejo Turístico en donde se quiere captar la atención de grupos de familias y que a la vez todos puedan disfrutar de los beneficios de sus aguas.

Baños Termales de San Vicente es visitado mayormente por personas entre 25 a 64 años de edad ya sea hombre o mujer, que son personas dependientes, por lo general las personas no viajan solas sino que en familia.



Cabe mencionar que Baños Termales de San Vicente en los servicios que ofrecen no tiene un costo elevado, por lo que se determina que las personas a visitar el lugar deben ser personas de nivel económico medio – bajo.

### ***Segmentación Psicográfica***

El posible consumidor de este tipo de servicios debe ser una personas que no le guste estar rodeado de bulla, sino que busque un ambiente sano de relajación y para desconectarse del constante estrés de la vida cotidiana de la ciudad, buscando un ambiente sano con un tipo de servicio diferente a lo que se encuentra generalmente.

### ***Segmentación Conductual***

En este tipo de segmentación se busca a un cliente por ocasión y beneficio. Por ocasión debido a que dentro de lo que es la Provincia de Santa Elena se manejan dos temporadas en donde se puede motivar al turista a visitar el lugar y optar por consumir los servicios ofrecidos. Las temporadas son las siguientes; temporada de los turistas de la Costa que es de enero a abril y temporada de los turistas de la Sierra que son de Julio a Septiembre, pero a la vez a lo largo del año la provincia recibe turistas provenientes del exterior.

Otro motivo por el que turista prefiera consumir los servicios puede ser por beneficio, en la actualidad el turista por el constante estrés al que está expuesto dentro de la ciudad, busca lugares tranquilos en donde se puedan realizar varias actividades diferentes a las que se realiza habitualmente.

### ***2.3.2 Mercado Meta***

Debido a los proyectos que se encuentran en proceso de desarrollo dentro del lugar, el mercado meta se centrará en grupo de familias ya sean provenientes de la Costa, Sierra o Exterior y por lo menos visiten una vez al año la provincia de Santa Elena por cualquier motivo que este sea. Debe llamarle la atención el turismo alternativo en donde se buscar actividades turísticas salidas de lo común, originales y que llaman a la relajación.

### 2.3.3 Posicionamiento

El posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor. Actualmente se puede decir que Baños Termales de San Vicente tiene un posicionamiento medio ya que aunque recibe muchas visitas al año no es totalmente conocido a nivel nacional e internacional; generalmente las personas conocen o han escuchado sobre el mismo, pero no llama la atención del turista para ser visitado y conocer de las bondades de sus aguas por la escasa información que posee.

Debido a que Baños Termales de San Vicente tiene como objetivo aumentar el número de visitas tanto nacionales como extranjeras, mas extranjeras debido a que no recibe una gran demanda de estos, es necesario crear opciones de micronegocios que motive al turista a visitar el lugar y quedarse consumiendo dentro del lugar, los posibles servicios a ofrecerse. Para esto se necesita de una estrategia general de posicionamiento que se muestra a continuación:

|           |          | PRECIO         |                     |                       |
|-----------|----------|----------------|---------------------|-----------------------|
|           |          | MAS            | LO MISMO            | MENOS                 |
| BENEFICIO | MAS      | Más x Más      | Más x lo Mismo      | Más x menos           |
|           | LO MISMO | Lo mismo x Más | Lo Mismo x Lo Mismo | Lo mismo x Menos      |
|           | MENOS    | Menos x Más    | Menos x lo Mismo    | Menos por mucho menos |

Gráfico 2. Tabla de estrategia general de Posicionamiento.

Elaborado por: Autor.

Lo que se indica en color **verde** son propuestas estratégicas que llegan a ser ventajosas lo que le daría a la oferta un valor competitivo, lo que está de color **celeste** son propuestas estratégicas que pueden generar una desventaja y la de color naranja es una propuesta marginal. El cuadro de color **amarillo** es el posicionamiento que se ha elegido para lograr que la oferta turística se adecúe a lo que se le quiere ofrecer al mercado meta.

Baños termales de San Vicente es un lugar que ha contado con el Complejo Turístico hace muchos años, pero no se ha realizado nada para elevar su posicionamiento turístico por lo tanto se encuentra en el posicionamiento marginal en donde se ofrece **lo mismo por lo mismo**, esto quiere decir que no ha buscado alternativas para ofrecerle más opciones a los turistas y esto tiende aburrir.

Por lo tanto, el nivel de posicionamiento que se espera lograr a partir de la implementación de las diferentes propuesta es **más por lo mismo**, esto quiere decir que se ofrecerá más servicios por el mismo costo que se ha manejado a lo largo de los años dentro del lugar.

## 2.4 Análisis de la oferta turística

| 1. SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS  |                              |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|
| SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO    |                              |                                    |
| <i>1.1 Restaurantes y Comedores</i> | <i>Propietario</i>           | <i>No. De personas que laboran</i> |
| Comedor “Manabita”                  | Richard Velázquez Moreira    | 3                                  |
| Comedor “Glenda”                    | Zacarías Figueroa Tomalá     | 7                                  |
| Restaurant “El Edén”                | Miguel Ángel Figueroa Orrala | 5                                  |
| Comedor “Oyola”                     | Adelina Vergara              | 2                                  |

|                         |                            |              |
|-------------------------|----------------------------|--------------|
| Comedor “El Mirador”    | Francisca Orrala Suarez    | 5            |
| Comedor “Aquí me quedo” | Margarita Orrala Domínguez | 2            |
| Comedor “Rocío”         | Sotero Orrala Borbor       | 4            |
| Comedor “Mariela”       | Quijano Figueroa Tomalá    | 2            |
| <b>TOTAL</b>            |                            | <b>TOTAL</b> |
| <b>8</b>                |                            | <b>30</b>    |

### *2.2 Locales de Comidas Rápidas y Tiendas*

| <i>Propietario</i>      | <i>No. De personas que laboran</i> |
|-------------------------|------------------------------------|
| Johnny Figueroa Orrala  | 2                                  |
| Alejandro Orrala Orrala | 2                                  |
| Carmen Orrala Orrala    | 2                                  |
| Freddy Orrala Orrala    | 3                                  |
| Yinson L. Orrala Reyes  | 2                                  |
| Freddy Figueroa Orrala  | 2                                  |
| Mercy Villón Borbor     | 4                                  |
| Alicia Domínguez Orrala | 2                                  |
| Juana Reyes Suarez      | 2                                  |
| <b>TOTAL</b>            | <b>TOTAL</b>                       |
| <b>9</b>                | <b>21</b>                          |

#### **Descripción:**

Estos locales corresponden a los que venden bebidas, snacks, cocos, maduro con queso, chuzos, entre otros productos.

| <b>2. <u>SERVICIOS DE ALOJAMIENTO</u></b> |                      |                                    |
|---|----------------------|------------------------------------|
| <i>Nombre del Hotel</i>                   | <i>Representante</i> | <i>No. De personas que laboran</i> |
| Hotel “El Descanso”                       | Greco Gavilánez      | 2                                  |
| Hotel “Florida”                           | Rafael Morales       | 3                                  |
| Hotel “Casa Blanca”                       | Julio Pesantes       | 3                                  |
| <b>TOTAL</b>                              |                      | <b>TOTAL</b>                       |
| <b>3</b>                                  |                      | <b>8</b>                           |

| <b>3. <u>SERVICIOS TURÍSTICOS</u></b>          |                       |                                    |
|--|-----------------------|------------------------------------|
| <i>Nombre del Complejo</i>                     | <i>Representante</i>  | <i>No. De personas que laboran</i> |
| Complejo “Las Pirámides”                       | Enrique Orrala Orrala | 10                                 |
| Complejo de Jubilados IESS                     | Carmen Álvarez        | 7                                  |
| Complejo Turístico<br>“Telésforo Villacrés L.” | Lic. Antonio Gonzabay | 30                                 |
| <b>TOTAL</b>                                   |                       | <b>TOTAL</b>                       |
| <b>3</b>                                       |                       | <b>47</b>                          |

| <b>4. <u>SERVICIOS DE TRANSPORTE</u></b> |                          |                         |
|--|--------------------------|-------------------------|
| <i>Tipo de Vehículo</i>                  | <i>Propietario</i>       | <i>No. De Vehículos</i> |
| Buseta                                   | Rafael Zambrano          | 1                       |
| Taxi                                     | Hipólito Figueroa Orrala | 1                       |
| Taxi                                     | Johnny Figueroa Orrala   | 1                       |
| Taxi                                     | Juan Villón              | 1                       |
| Taxi                                     | Walter Domínguez         | 1                       |
| Taxi                                     | Félix Figueroa Merejildo | 1                       |
| Taxi                                     | Geovanny Villón González | 1                       |
| Camioneta                                | Jaime Orrala Figueroa    | 1                       |
| Camioneta                                | Pedro Reina              | 1                       |
| Camioneta                                | Quijano Figueroa Tomalá  | 1                       |
| Camioneta                                | Leticia Villón González  | 1                       |
| Camioneta                                | Juan Villón              | 1                       |
| <b>TOTAL</b>                             |                          | <b>12</b>               |

**Gráfico 3.** Servicios según su tipo, ofertados en La Comuna Baños Termales de San Vicente.

**Fuente:** Cabildo de la Comuna Baños Termales de San Vicente.

**Elaborado por:** Autor.

## **5. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO PRINCIPAL DE LA COMUNA BAÑOS TERMALES DE SAN VICENTE**

### **“Complejo Termal Turístico Baños de San Vicente “Telésforo Villacrés Lainez”**

#### Turismo en la Comuna Baños Termales de San Vicente

Baños termales de San Vicente es un lugar privilegiado por la naturaleza, gracias a las bondades de sus aguas termales medicinales que son conocidas en todo el país por sus propiedades curativas tanto para dolencias musculares y regeneradoras del organismo.

Dentro del Complejo encontramos el primer bloque donde contamos con un volcán de agua natural, tal como lo muestra la Fig. 24, cuenta con una temperatura de 42° C siendo la piscina de mayor temperatura dentro del complejo, su contenido mineral la hace poderosamente desinflamante.



**Figura 24.** Volcán de agua natural, poderoso desinflamante.

**Fuente:** EMUTURISMO.

Dentro del Primer bloque tal como muestra la Fig. 25, encontramos dos cúpulas cada una con grandes piscinas de agua natural tibia con diámetro de 10 m cada una y una profundidad de 1.6 m.



**Figura 25.** Piscina Familiar de agua tibia que cuenta con minerales.

**Fuente:** EMUTURISMO.

En el segundo bloque encontramos un lugar donde se ofrecen varios servicios como el de sauna alternativa para todos aquellos visitantes que quieran relajarse a través de hierbas medicinales a alta temperatura, se ofrece a la vez el servicio de masajes con barro y sábila como muestra la fig. 26. Esto hace del lugar un spa natural este servicio es de gran demanda entre los visitantes, debido a que el barro desinflama y purifica la piel, mientras que la sábila hidrata y humecta.



**Figura 26.** Actividad realizada por masajistas del complejo altamente capacitados en el cual se aplica el barro medicinal y sábila.

**Fuente:** EMUTURISMO.



Por último encontramos un cráter volcánico de fango que lleva el nombre de “Volcancito” como se observa en la fig. 27. Este contiene alrededor de 20 minerales de alto beneficio terapéutico alguno de estos: zinc potasio, magnesio, azufre, hierro, yodo, entre otros. Una vez que es colocado el lodo en el cuerpo es necesario dejar reposar en el exterior o en la cámara de infrarrojo de 20 a 30 minutos el para que se activen los componentes de baro tal como lo muestra la Fig. 28.



**Figura 27.** Cráter Volcánico de fango conocido como “El Volcancito”.

**Fuente:** EMUTURISMO.



**Figura 28.** Barro colocado en el cuerpo sacado desde “El Volcancito”, con fines curativos.

**Fuente:** EMUTURISMO.

| <b>Propiedades de las aguas</b>            |   |
|--|---|
| <b>Aguas considerada para dolencia de:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Espalda.</li> <li>- Cintura</li> <li>- Articulaciones musculares.</li> </ul>   |
| <b>Aguas consideradas para la cura de:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artritis.</li> <li>- Reumatismo.</li> <li>- Próstata.</li> <li>- Ulcera de la piel.</li> <li>- Columna vertebral.</li> <li>- Dolores articulares y musculares.</li> <li>- Des inflamatorio.</li> <li>- Elimina Arrugas del dorso.</li> <li>- Rejuvenecedor del organismo.</li> </ul> |

**Gráfico 4.** Propiedades de las Aguas.

**Fuente:** Administración del Complejo

**Elaborado por:** Autor.

**Minerales que se encuentran en las aguas termales:**

| <b>Minerales</b> | <b>Gramos</b> | <b>Minerales</b>   | <b>Gramos</b> |
|------------------|---------------|--------------------|---------------|
| Yodo             | 0,074         | Silia              | 0,008         |
| Bromo            | 0,256         | Bromuro de Calcio  | 0,320         |
| Cloro            | 7.952         | Cloruro de Calcio  | 6.445         |
| Calcio           | 2.400         | Cloruro de Sodio   | 5.873         |
| Sodio            | 2.399         | Cloruro de Potasio | 0,543         |

|  |       |                     |       |
|--|-------|---------------------|-------|
| Aluminio                               | 0,004 | Yoduro de Calcio    | 0,085 |
| Cloruro de Aluminio                    | 0,018 | Carbono de Magnesio | 0,006 |
| Carbono de Calcio                      | 0,045 | Oxido de Magnesio   | 0,001 |
| Potasio                                | 0,280 |                     |       |
| Total de 10.35 gramos de sales por mil |       |                     |       |

**Gráfico 5.** Minerales que se encuentran en las Aguas Termales.

**Fuente:** Administración del Complejo de Baños de San Vicente.

**Elaborado por:** Autor.

## **2.5 Diseño de la investigación de mercado**

### ***2.5.1 Introducción***

El diseño de la investigación consta en el desarrollo de la metodología que son de carácter exploratorio y descriptivo. Según Arias (1.999) “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular ni controlar variable alguna”.

A partir del desarrollo de dichas metodologías, se obtendrán los datos o información primaria a recolectarse dentro de la Comuna Baños Termales de San Vicente y el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez” Baños Termales San Vicente, para tener un referente sobre lo que opinan los habitantes de la Comuna y los Turistas que visitan el Complejo Turístico, con relación a las necesidades y preferencias para la determinación de los micronegocios turísticos que podrían crearse dentro de la Comunidad Baños termales de San Vicente con la participación activa de sus habitantes y que en capítulos posteriores se detallan.

Los sujetos que serán los referentes para la recolección de información primaria para el proyecto son los siguientes:

- ✓ El Presidente representante de la Comuna San Vicente.
- ✓ El administrador del Complejo Turístico.
- ✓ Habitantes de la Comuna San Vicente.
- ✓ Turistas que visitan el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez”.

### ***2.5.2 Población y Muestra***

Para obtener la información necesaria para la investigación, se debe considerar una población, la cual será objeto de estudio. Antes de esto se definirá el término población o universo que según Arias (1999) son todas las personas, instituciones o cosas que se las involucra en la investigación para la obtención de datos. Para este proyecto, los sujetos de estudio serán los habitantes de la comuna que según el Lic. Gervacio Figueroa, Presidente

de la Comuna (2012) existen 98 familias. Cabe recalcar que se realizarán 98 encuestas para obtener la información de todas las familias.

Los siguientes sujetos de estudio serán los Turistas que visitan el Complejo Turístico de San Vicente que según el Lic. Antonio Gonzabay (2012), el complejo turístico recibe al mes 10.000 turistas nacionales y 500 turistas internacionales aproximadamente.

Según Celorrio (2006) citado en Arias (1999):

*La muestra es un conjunto de individuos procedentes de una población, la cual proporciona datos con una aproximación del verdadero valor del peso medio de la población y que estadísticamente cumple las siguientes características:*

- 1. La muestra debe ser representativa de la población de estudio.*
- 2. El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficientes para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado.*
- 3. El conjunto de individuos de la muestra son los sujetos realmente estudiados.*

Para desarrollar la investigación a partir de una muestra, se tomará la población de los Turistas que visitan el Complejo Turístico. La fórmula para el cálculo de la muestra que se utilizará será con población finita dado que la población de turistas determinada en base a la información proporcionada por el administrador del Complejo es de 10.500 turistas al mes que es menor a la población de 500.000 determinada en los criterios de cálculos estadísticos.

Población Finita

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Grado de confianza que adoptan los siguientes valores de acuerdo a la tabla de distribución Z

| Nivel de confianza | Valor de Z |
|--------------------|------------|
| 95%                | 1.96       |

U: Universo

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso (1-P)

e: error (entre el 1% y 5%)

Se establece los valores para cada término de la fórmula:

Z: 1.96

U: 10.500

p: 0.5

q: 0.5

e: 0.05

Determinación de la muestra:

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 10.500 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2(10.500 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{10.084.2}{26.2475 + 0.9604}$$

$$n = \frac{10.084.2}{27.2079}$$

$$n = 371$$

El estudio de la investigación presenta las siguientes características:

**Población:** 10.500 turistas que visitan al mes el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez” Baños Termal de San Vicente.

**Muestra:** La muestra para la investigación será 371 turistas.

### **2.5.3 Tipo de muestreo**

La selección de los sujetos de la investigación se realizará mediante un muestreo por conveniencia y muestreo aleatorio simple. Según Ángel Fernández (s. f.), el Muestreo por conveniencia: *“consiste en seleccionar unidades muestrales más convenientes para el estudio. Por lo tanto, no existe composición de la muestra. Este es utilizado en estudios exploratorios.”* En otras palabras los seleccionados se encuentran en el lugar y momento adecuado, es decir, en el Complejo Turístico “Telésforo Villacrés Lainez” Baños termal de San Vicente y sus alrededores.

A la vez también será muestreo aleatorio simple que según Levine, Krehbiel y Berenson (s. f.) *“Todos los elementos dentro del marco tienen las mismas posibilidades de selección que cualquier otro. Además cada muestra de un tamaño fijo tiene las mismas posibilidades de selección que cualquier otra muestra del mismo tamaño.”* Es decir que todos los visitantes que se encuentren en el lugar tendrán la misma probabilidad de ser elegidos.

Debido a que las encuestas conducen a saber la opinión de los visitantes respecto a las condiciones actuales de los atractivos y negocios existentes en la Comuna Baños Termales de San Vicente y recoger sugerencias para el mejoramiento y desarrollo de las actividades turísticas del sector, es importante encuestar a todos aquellos turistas mayores de 18 años que asistan al Complejo Turístico, es importante saber su opinión ya que estos

son los que hacen uso de las instalaciones y serían los que disfrutarían de los servicios a ofrecerse en un futuro.

Por otro lado las encuestas que se aplicarán a las familias de la comuna conducen a saber a qué actividad se dedica cada miembro para saber sus condiciones socioeconómicas y determinar los micronegocios que se pueden emprender.

#### **2.5.4 Técnicas de recogida de datos**

##### *Información Primaria*

Estará compuesta por todo aquel estudio de campo que se realice dentro de la comuna, a través de observaciones y de encuestas, para la obtención de ciertos datos que servirán para tener una referencia sobre la creación de micronegocios.

Para obtener la información necesaria para la investigación, el investigador utilizara las técnicas siguientes:

- a. Estudio de campo (observación): En la guía práctica para el desarrollo de proyectos de investigación de Aguilar (s. f.) dice que a través de la observación se obtendrá detalles tanto internos como externos del tema de estudio. La observación también estudia las actividades que realizan el grupo de personas. Esto ayudará a determinar varias soluciones con relación al tema que se investiga. Esta técnica es muy útil para la investigación que se realiza, ya que a través de éste se puede determinar el problema, para esto el investigador utilizó el tipo de observación: Observar e interactuar con todas aquellas personas que tengan relación al tema a ser investigado.
- b. Encuestas: Una vez determinada la muestra de la población objeto de estudio, se procede a la aplicación de las encuestas, con el fin de conocer la opinión de los habitantes de la Comuna y los Turistas que visitan el Complejo Turístico sobre la creación de micronegocios dentro de la comuna. Para el efecto, se ha elaborado los cuestionarios



estructurados que son instrumentos que contienen preguntas relativas a la información que se quiere obtener. Estas son realizadas por el investigador de acuerdo a los objetivos planteados. En el tema que se investiga se tiene 2 tipos de cuestionario cada uno con su objetivo y servirán para obtener la opinión e información necesaria tanto de los habitantes de la comuna como de los turistas (Anexo 3 y Anexo 4).

- c. Estudio de mercado a la población de la comuna, por medio de encuestas personales que se realizará a las familias de la comuna para conocer su situación socioeconómica y a la vez si están interesados en crear micronegocios y de qué tipo. Una vez realizada esta encuesta se procedería con la tabulación de datos para poder realizar un informe detallado de los resultados obtenidos y determinar qué tipo de micronegocios se pueden realizar.
- d. Estudio de mercado a través de encuestas a los turistas que visitan el Complejo Turístico. El objetivo de éstas es tener conocimiento sobre que les gustaría encontrar en alguna futura visita al complejo, para así poder tener un referente base para elaborar la propuesta para los futuros proyectos de micronegocios de turismo comunitario para la Comunidad San Vicente.

Cabe recalcar que para las encuestas tanto a los habitantes como a los turistas se utilizarán cuestionarios mixtos donde se emplean preguntas cerradas, de opción múltiple y preguntas abiertas.

Las preguntas cerradas se utilizarán ya que se necesita determinar algo específico, las de opción múltiple y las preguntas abiertas servirán para recoger mayor información sobre las opiniones y puntos de vista del encuestado para tener un conocimiento más amplio de lo que opina el turista y también determinar datos generales sobre los habitantes de la comuna, condiciones socioeconómicas y qué micronegocios se pueden emprender.

### ***2.5.5 Técnicas y modelos de análisis de datos***

Según el Dr. Campo Aguilar (s. f.) las técnicas y modelos de análisis de datos son los medios o procedimientos que realizara el investigador para obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación. Esto da a entender que son todos aquellos medios que serán utilizados para procesar la información y obtener los resultados que sustenten la investigación.

Una vez realizadas las encuestas se procederá con la organización y revisión de los mismos para verificar que hayan sido contestados de manera adecuada, seguidamente la tabulación de datos.

Para presentar todos los datos recolectados se realizarán:

**Cuadros:** Estos serán elaborados en una forma ordenada, en donde se colocará toda aquella información recolectada a través de las encuestas.

**Gráficos:** Estos llevarán cierta información de los cuadros que ayudarán a visualizar y comprender la información para llevar a cabo el análisis.

**Escritos:** Estos ayudan a que la información obtenida a través de los cuadros y gráficos sean mejor comprendidos para el momento de hacer la propuesta.

Para realizar la base de datos se utilizará el programa de Microsoft Excel. A la vez se usarán herramientas de análisis estadísticos de enfoque cuantitativo descriptivo que según Webster (2001), son aquellos que ayudarán a recopilar, organizar, presentar, analizar e interpretar datos, como:

**Medición nominal:** Esta servirá para determinar cuántos hombres, mujeres y niños hay en la comuna, si están o no interesados en la creación de micronegocios y que actividad económica realizan. A la vez cuantos hombres y mujeres visitan el Complejo Turístico.

**Medición ordinal:** nos ayudará a ordenar valores en base a criterios, será necesario utilizarlo para determinar el nivel de estudio de los habitantes. También sirve para determinar si el turista visita con frecuencia

el lugar, cuantas horas permanece en el lugar, cual es el motivo de visita y que le gustaría encontrar en su próxima visita.

**Medición de intervalos:** Este permitirá determinar el nivel socioeconómico de las familias para medir niveles de ingresos y las edades de los encuestados.

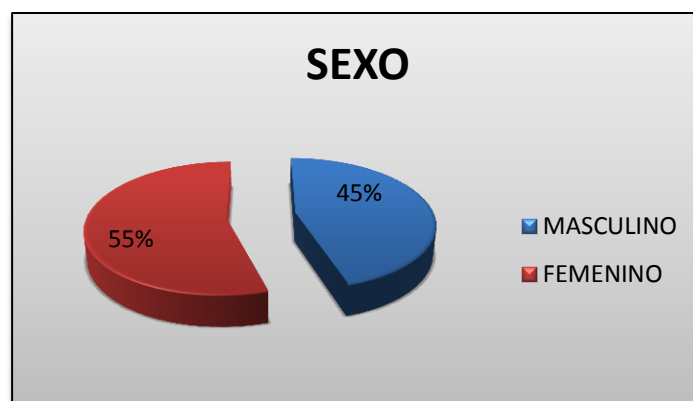
**Media o Promedio:** Nos ayudará para ver el promedio de ingresos de las personas interesadas en la creación de micronegocios.

**Moda:** Se utilizará para ver cuál es el nivel de estudio más recurrente y a la vez para determinar cuál de los micronegocios fueron más seleccionados.

### ***2.5.6 Presentación, análisis de resultados y conclusiones de la investigación de mercados***

#### *Encuesta realizada a turistas que visitan el Complejo*

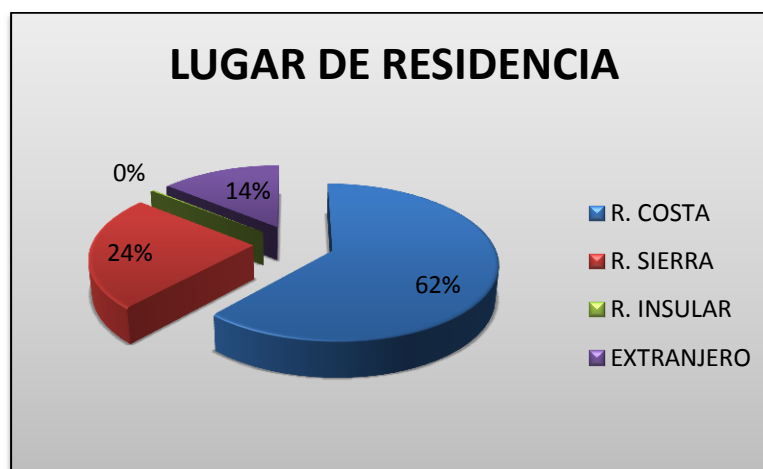
Las encuestas fueron realizadas a 371 visitantes tanto nacionales como extranjeros con el motivo de determinar su procedencia, frecuencia con la que asisten, edad e interés hacia la oferta turística que quisiera encontrar en futuras visitas. Obteniendo como resultado lo siguiente:



**Gráfico 6.** Sexo de los turistas encuestados.

**Elaborador por:** Autor.

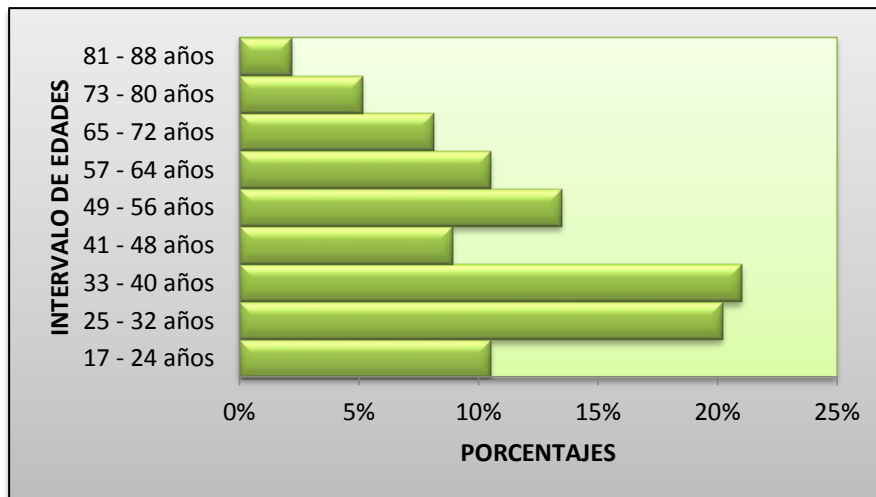
Según los datos obtenidos de las preguntas formuladas en las encuestas el 55% son de sexo femenino que representan más de la mitad de visitantes y el 45% son de sexo masculino.



**Gráfico 7.** Lugar de residencia de los turistas.

**Elaborador por:** Autor.

Los datos obtenidos en las encuestas el mayor número de visitantes corresponden a la región Costa con un 62%, en donde entre varias ciudades el de mayor número de visitantes provienen de la ciudad de Guayaquil, la segunda Región con mayor porcentaje de visitantes corresponde a la Sierra con un 24% en donde el mayor número de visitantes provienen de Quito y finalmente del exterior sus visitantes representan el 14% y mayormente provienen de Colombia.

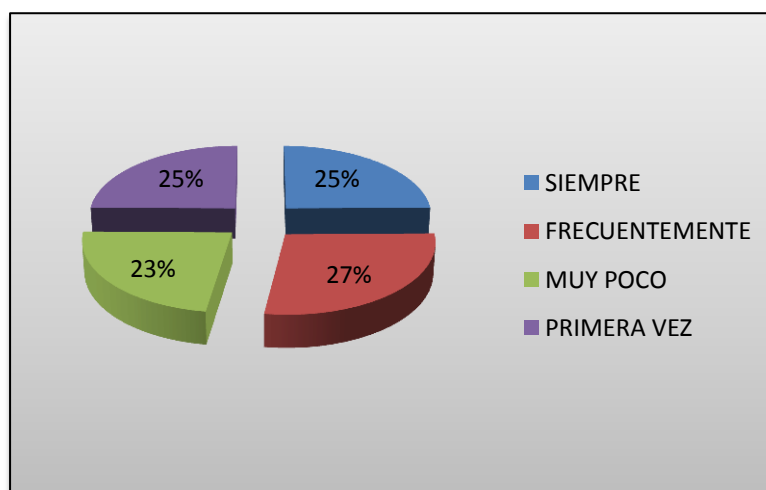


**Gráfico 8.** Intervalo de edades de turistas que visitan el Complejo Termal Turístico.

**Elaborador por:** Autor.

Los resultados obtenidos dentro de las encuestas los tres rangos de edades con mayor cantidad de visitantes son de 33 a 40 años con el 21%, seguido por el rango de 25 a 32 años con el 20% y finalmente el de 49 a 56 años con un 13%.

**1. ¿Con que frecuencia visita usted el complejo turístico de Baños Termales de San Vicente?**

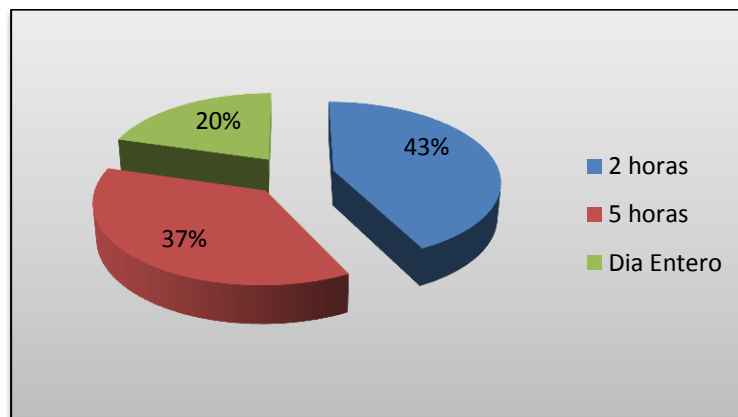


**Gráfico 9.** Frecuencia con la que el turista visita el Complejo Termal Turístico.

**Elaborador por:** Autor.

Aquí se observa que el porcentaje es muy parejo, en donde los visitantes asisten frecuentemente con un 27%, seguido por turistas que visitan siempre y por primera vez el complejo con un 25% y por ultimo con un 23% que turistas visitan muy poco el complejo.

**2. ¿Cuántas horas aproximadas permanece dentro del complejo?**

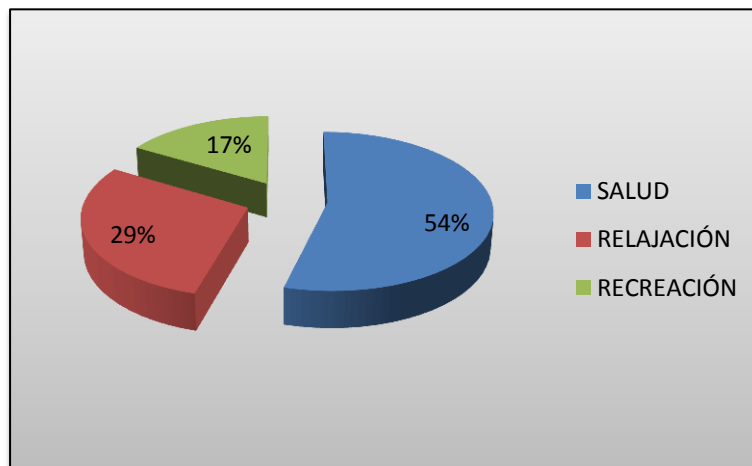


**Gráfico 10.** Permanencia del Turista en el Complejo Termal Turístico.

**Elaborador por:** Autor.

Los datos dieron como resultado que los turistas que visitan el complejo permanecen dentro del complejo con un 43% de 2 horas, seguido por el 37% de turistas que solo permanecen 5 horas dentro del complejo y finalmente el 20% que permanece el día entero.

3. **¿Cuál fue su motivo de visita al complejo turístico?**

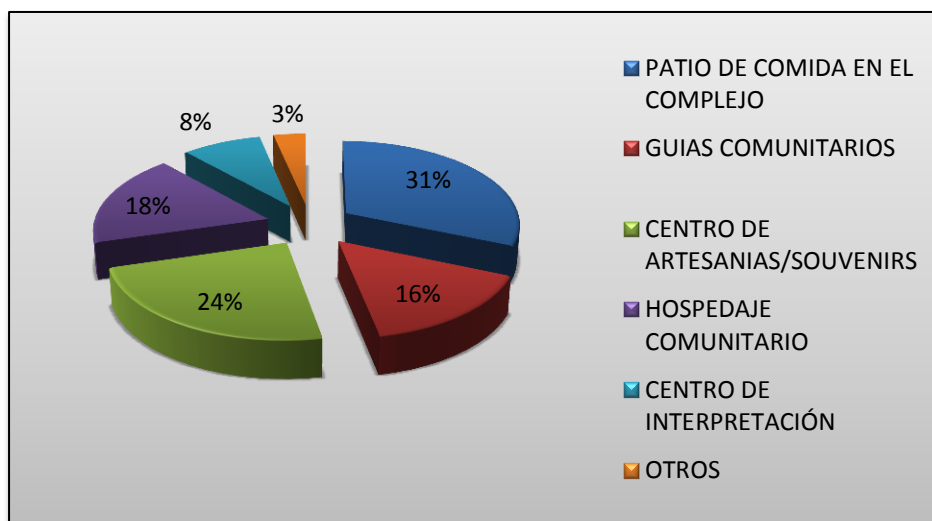


**Gráfico 11.** Motivo de visita por parte del Turista hacia el Complejo Termal Turístico.

**Elaborador por:** Autor.

El motivo de visita por el que los turistas visitan el complejo representa con un mayor porcentaje del 54% aquellos turistas que asisten por salud, seguido con un 29% aquellos turistas que asisten por relajación y con un 17% que asisten por recreación.

4. A parte del atractivo principal " El Complejo Turístico Baños Termal San Vicente", que se encuentra en la comuna de Baños Termales de San Vicente, ¿qué otro tipo de servicios le gustaría encontrar?



**Gráfico 12.** Tipo de servicios que le gustaría encontrar al turista en sus próximas visitas.

**Elaborador por:** Autor.

Los cuatro servicios que mayor porcentaje obtuvieron por parte de los visitantes el de mayor interés es el Area de alimentos y bebidas con un 31%, seguido por el centro de souvenirs o artesanías con un 24%, luego de este con un 18% está el de hospedaje comunitario y por ultimo con un 16% guías comunitarios.

#### 5. Comentarios respecto a los recursos, instalaciones, etc.

Entre los comentarios obtenidos en las encuestas, los turistas expresaron que sería necesario remodelar las instalaciones del complejo ya que se encuentran descuidadas, a la vez que deberían existir guías dentro del complejo para que expliquen el procedimiento que se debe seguir en cuanto al usos de las aguas y servicios extras ofrecidos dentro del lugar y no solo eso sino que a la vez expliquen sus bondades y beneficios, por último que se expanda la oferta turística tanto dentro del complejo como

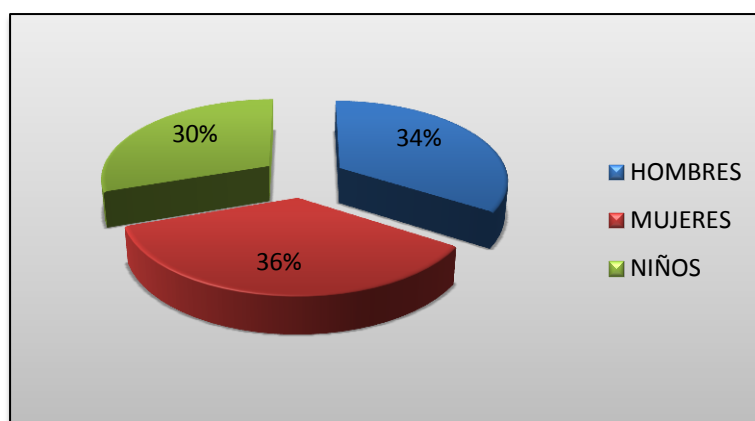


en sus alrededores, para hacer del lugar más llamativo y que se puedan quedar por más tiempo.

### **Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna**

Las encuestas fueron realizadas a las 98 familias de la comuna con el motivo de determinar su nivel socioeconómico y determinar los posibles micronegocios en la cual ellos están interesados en emprender. Obteniendo como resultado lo siguiente:

#### **1. Número de personas que integran la familia**



**Gráfico 13.** Integrantes de las familias de la Comuna.

**Elaborador por:** Autor.

Los datos obtenidos de la encuesta realizada a las familias de la comunidad dieron como resultado que la mayor parte de la población son mujeres con un 36%, en segundo lugar lo conforman hombres con un 34% y el 30% son niños.

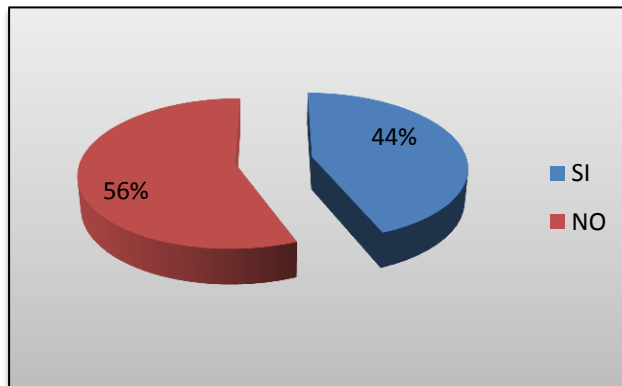
#### **2. ¿Cuántos miembros de la familia trabajan?**

De las 98 familias encuestadas por lo menos 2 miembros de la familia trabajan.

### 3. ¿Qué actividad económica realizan?

Entre las actividades económicas que realizan las personas mayormente se dedican a trabajos operativos en donde son empleados de alguna empresa privada o empresa pública.

### 4. ¿Trabajan en algún lugar específico dentro de la comuna?

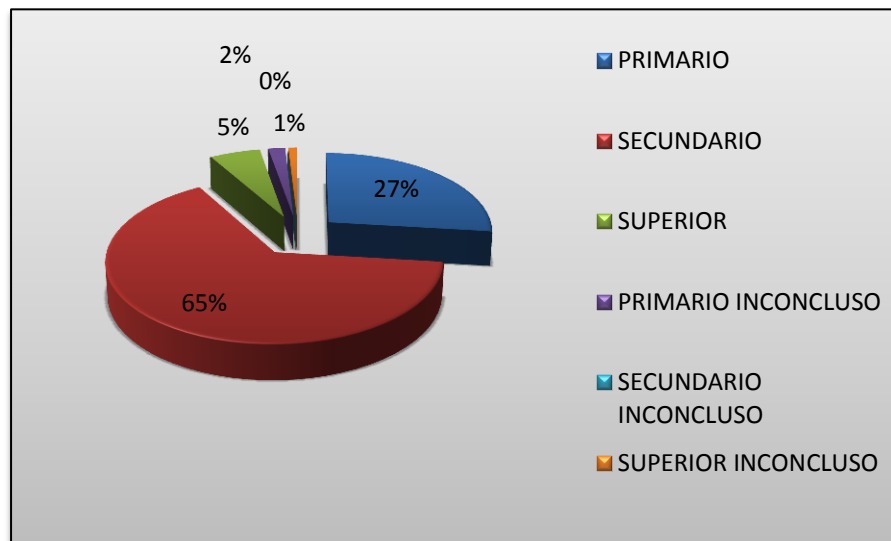


**Gráfico 14.** Trabajo dentro de la Comuna.

**Elaborador por:** Autor.

El 56% de los habitantes de la comuna no trabajan dentro de la comuna y el 44% de la comuna trabaja dentro de negocio generado en la comuna.

## 5. Nivel de Estudio (Personas que trabajan en la familia)



**Gráfico 15.** Nivel de estudio de las personas que trabajan.

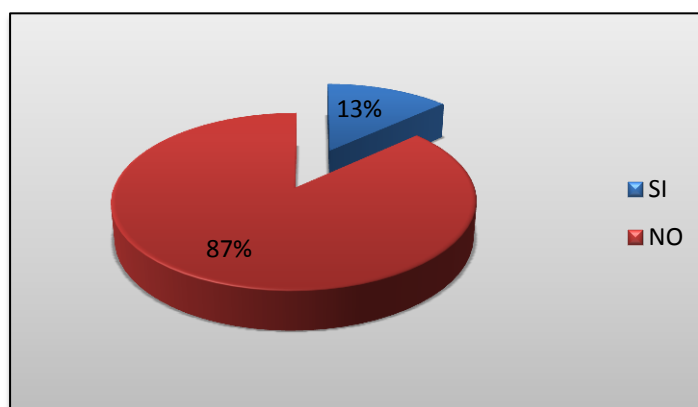
**Elaborador por:** Autor.

Los datos obtenidos en el nivel de estudio señala que por lo menos el miembro de la familia que trabaja tiene un nivel secundario de estudio con un 65%, seguido con un 27% que solo tiene estudio primario y por ultimo un 5% que tiene estudio superior.

## 6. ¿Cuál es el ingreso promedio familiar?

El ingreso promedio familiar que se repitió mayormente es el sueldo básico.

**7. ¿Cuenta la familia con algún tipo de micronegocio?**



**Gráfico 16.** Micronegocio con el que cuenta las Familias de la Comuna.

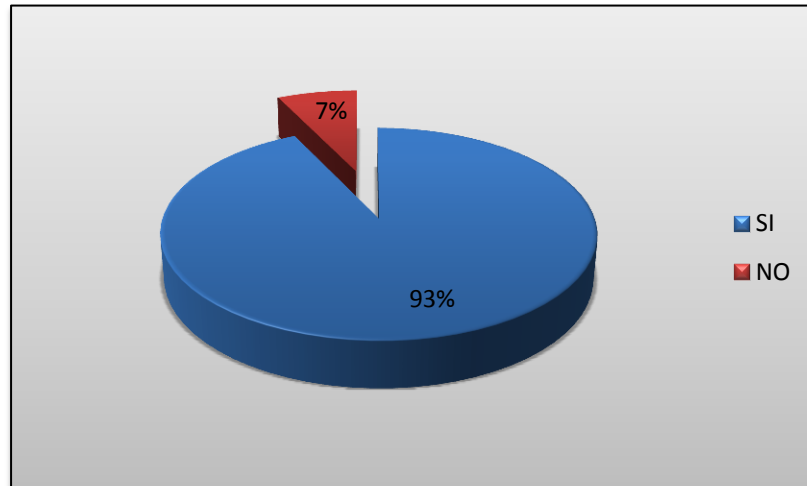
**Elaborador por:** Autor.

De las 98 familias encuestadas el 87% no cuenta con algún micronegocios, mientras que el 13% cuenta con un micronegocio dentro de la comuna.

**8. En el caso de contar con micronegocio ¿Cuál es?**

Entre los micronegocios con los que cuentan ciertas familias de la comuna, mencionaron que algunos cuentan con un puesto que se dedica a la preparación y venta de alimentos y bebidas, venta de snacks, cocos, etc., a la vez otras familias cuentan con panadería, venta de gas, tienda.

**9. ¿Le gustaría contar con un micronegocio turístico propio dentro de la comuna?**

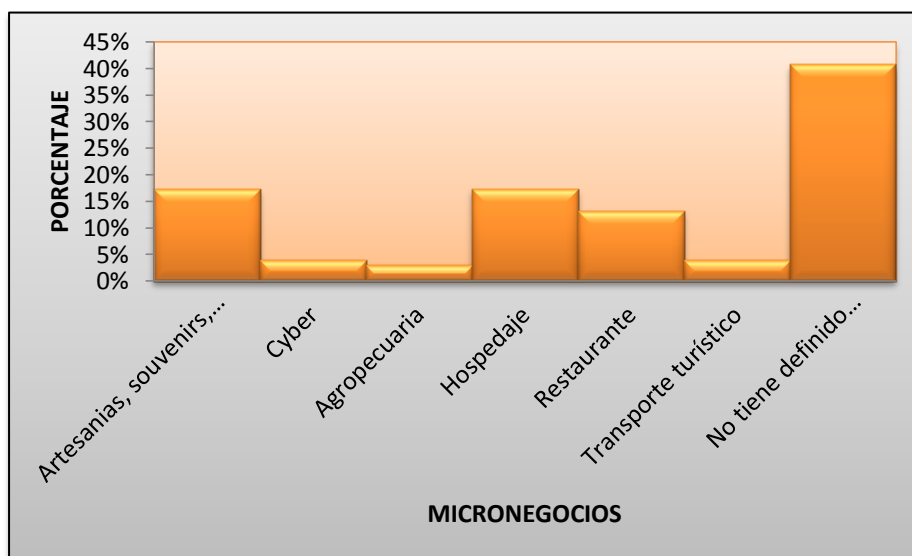


**Gráfico 17.** Gusto por emprender un micronegocio.

**Elaborador por:** Autor.

El 93% de las familias quisieran contar con un micronegocio turístico dentro de la comuna, mientras que tan solo un 7% menciono que no esta interesado en un micronegocio turístico.

**10. Si se le diera la oportunidad de crear un micronegocio turístico ¿Qué tipo de negocio le gustaría emprender?**

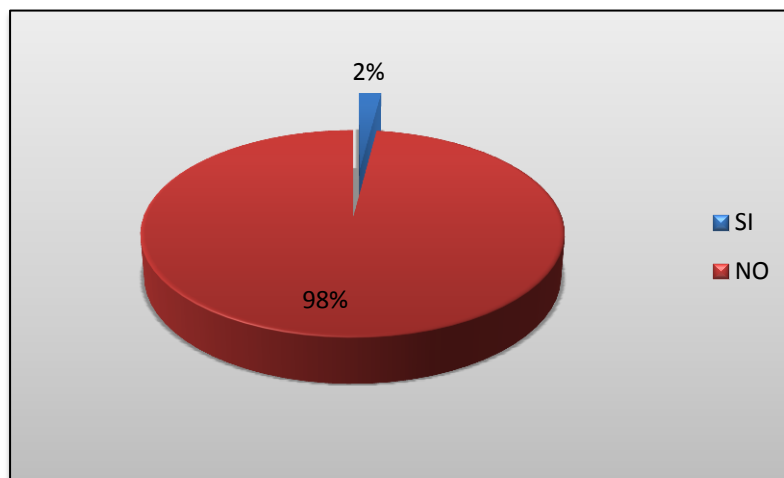


**Gráfico 18.** Tipo de micronegocio que les gustaría emprender a las familias de la comuna.

**Elaborador por:** Autor.

Si se les diera la oportunidad a los comuneros de crear micronegocios ellos desplegaron que les gustaría: el 41% no tiene definido el micronegocio pero si quieren emprender uno, el 18% quiere vender artesanías, souvenirs o mercadería, el 17% quisiera dedicarse al hospedaje comunitario y un 13% quisiera abrir un restaurante.

**11. ¿Tiene conocimiento sobre programas de proyectos turísticos que está otorgando el Ministerio de Turismo?**



**Gráfico 19.** Conocimiento sobre Programas de Proyectos Turísticos.

**Elaborador por:** Autor.

El 98% de las familias que habitan en la Comuna no tienen conocimiento de programas de financiamiento que se encuentra ofreciendo el Ministerio de Turismo, mientras que un 2% si tiene conocimiento de los programas ofrecidos por el Ministerio de turismo.

### *CONCLUSIÓN*

Mediante las preguntas formuladas tanto a los turistas como a los habitantes de la comuna, se puede llegar a la conclusión de que la creación de micronegocios es una buena alternativa tanto para mejorar la condición económica de la población como para satisfacer a los turistas en cuanto a lo que ellos quisieran encontrar dentro de la comuna y ser motivados a quedarse más tiempo dentro de esta para consumir y generar ingresos.

En cuanto al lugar de residencia de donde provienen la mayor cantidad de turistas hacia el Complejo turístico se determinó que son de la Costa, es por este motivo que se llega a la conclusión que nuestro mercado meta se encuentra dentro de esta región.

En el intervalo de edades que mayor cantidad de turista desplazó, encontramos personas que tienen entre 25 a 64 años. Estas personas tienden a ser personas independientes que se encargan de sus gastos, por lo tanto son directamente responsables de estos y pueden decidir por sí solos si quieren visitar el lugar y realizar consumos sin depender de nadie. Los proyectos podrán ser trabajados para ofrecer servicios a estos rangos de edades.

Las horas que permanece el turista dentro del complejo es en promedio de dos a cinco horas. Se puede analizar este tiempo de permanencia por un lado por el poco desarrollo y promoción que se le ha dado a la forma de uso de los beneficios de las aguas termales y por otro, por la falta de servicios a ofrecerse dentro del complejo y esto despliega la falta de servicio de alimentos y bebidas, lo que hace que el turista abandone rápido el lugar y prefiera consumir en otro lugar dentro de la provincia, cuando se podría crear este servicio y generar ingresos para las familias que quieran emprender un negocio de alimentos y a la vez motivaría al turista a pasar el día entero.

A través de los resultados recolectados se obtuvo que los turistas visitan el lugar más por salud y relajación, con esto se llega a la conclusión que los turistas quieren un lugar tranquilo, debido a esto se deben crear micronegocios que no alteren la paz y tranquilidad propia del lugar.

En cuanto a los micronegocios se llega a la conclusión de que tanto los turistas como los comuneros coinciden en ciertos micronegocios por lo tanto se ha considerado y analizado las opciones de micronegocios como la creación de un Área

de alimentos y bebidas dentro del complejo, Centro de artesanías y souvenirs, Hospedaje comunitario y servicio de transporte para aquellas personas que no cuentan con un vehículo propio para asistir al lugar.

En relación a la encuesta realizada a la población, para determinar su nivel socioeconómico, se concluye que los habitantes de la comuna, cuentan con un promedio de 4 miembros por familia y que por lo menos 2 trabajan recibiendo como ingreso promedio el sueldo básico, que en la



actualidad se encuentra en \$292.00; Por lo tanto, la mayor cantidad de familias pertenecen a un nivel socioeconómico bajo, algunos cuentan con su pequeño negocio propio, mientras que la mayoría trabajan para alguien. En cuanto al nivel de estudio la mayor cantidad de personas que trabajan solo tienen el nivel secundario de estudio y muy escasos tienen un nivel superior.

Las familias desean contar con un micronegocio turístico propio como una alternativa para generar más ingresos, y que si no lo han realizado, se pudo analizar razones como no contar con el dinero necesario para emprender, a la vez estos no tienen idea de los programas que se encuentran ofreciendo el Ministerio de Turismo para desarrollar este tipo de micronegocios y a la vez mejorar el nivel económico de las personas que lo necesitan; y también la falta de conocimiento, capacitación e impulso para emprender una actividad.

Es por estos resultados, que se concluye que la propuesta de desarrollo de micronegocios dentro de la Comuna, se convertirá en un medio de incentivo y estímulo para que la comunidad participe en la mejora de los servicios, ampliando la oferta turística y beneficiando a nivel socioeconómico a todos los habitantes de la misma.

## 2.6 Análisis de la mezcla de mercadotecnia

### PRECIO

- \* Debido a que se quiere llegar a formar un CTC (Centro de Turismo comunitario), y este tipo de turismo se basa en ser algo económico, ofreceremos precios de acuerdo a lo que se ofrecen en el mercado en este tipo de turismo.
- \* Los precios se establecen en base al análisis de costos y márgenes de ganancia esperados.
- \* Los precios oscilarían entre \$10 – \$15 para paquetes que incluyan hospedaje, desayuno y un ticket de entrada al complejo. (esto podría variar dependiendo de lo que quiera el huésped).
- \* El costo actual de la entrada con derecho al uso de todas las piscinas del Complejo; adultos \$2, niños y tercera edad \$1.
- \* El costo de los servicios adicionales son: Masajes \$4, Vapor \$3 e Hidromasajes \$4.

### PRODUCTO

Diversidad de productos turísticos tangibles:

- \* Hospedaje Comunitario con alguna familia que ofrezca este tipo de hospedaje.
- \* Hotel Comunitario, lugar un poco más elegante y con más cantidad de habitaciones donde pueden recibir a grupos de personas.
- \* Servicio alimentos y bebidas tanto dentro como fuera del Complejo Turístico.
- \* Servicio de transportación desde la vía de acceso hacia la comuna o si se encuentra en algún otro sector de la provincia

hacia la comuna.

- \* Guías Comunitarios que les podrán explicar la historia de las aguas, para que son buenas, el proceso de uso de las aguas, sus beneficios.

Diversidad de productos turísticos intangibles:

- \* Servicios ofrecidos de buena calidad.
- \* Lugar de salud, relajación y des estrés, acompañado de un ambiente tranquilo y seguro.
- \* Servicio ofrecido en un ambiente familiar a través de familias anfitrionas que se dedican al turismo comunitario.

## **PLAZA**

- \* Se usará como principal canal de distribución y venta a las operadoras turísticas.
- \* Convenios con Operadoras turísticas que incluyan en sus paquetes turísticos los servicios de la Comuna.
- \* Establecer contacto con Hoteles para que ayuden a ofrecer nuestros servicios.

## **PROMOCIÓN**

Actividades de promoción:

- \* Página Web en donde se podría hablar de Baños termales de San Vicente, que pueden hacer, que pueden visitar, oferta turística, servicios ofrecidos, etc.
- \* Trípticos y volantes detallando la oferta turística a encontrar en el lugar. Se determinaran puntos estratégicos dentro de la Provincia de Santa Elena para entregarlos.
- \* Cobertura a través de los medios de comunicación de la inauguración del CTC.
- \* Invitar a productores de TV para que realicen programas de

cobertura turística para promocionar el CTC y a los Baños Termales de San Vicente a través de sus programas de televisión.

- \* Publicidad en Prensa Escrita (Guía de turismo: Ecuador Costa Aventura travel and living Guide)
- \* Promoción en Redes Sociales (Facebook, Twitter).
- \* Espacio en la web del Ministerio de turismo dentro del catastro turístico.
- \* Publicidad a través de la web de la FEPTCE, donde se pueden ofrecer paquetes turísticos.

## 2.7 Presupuesto de marketing.

**Tabla 1.** Detalle de Promoción Turística.

| DETALLE DE PROMOCIÓN  |          |                         |                      |
|---|----------|-------------------------|----------------------|
| RUBRO   | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (USD \$) | COSTO TOTAL (USD \$) |
| Volantes full color en papel guche  | 1000     | \$ 0,22                 | \$ 220,00            |
| Tripticos full color en papel guche   | 1000     | \$ 1,50                 | \$ 300,00            |
| Pagina web (Ingles y Español)   | 1        | \$ 650,00               | \$ 650,00            |
| Publicidad prensa escrita ( Guía Turistica/ingles y español/2 publicaciones al año) | 2        | \$ 1.000,00             | \$ 2.000,00          |
| Diseño de logos, volantes y trpticos  | 7        | \$ 40,00                | \$ 280,00            |
| <b>INVERSIÓN TOTAL EN PROMOCIÓN</b>   |          |                         | <b>\$ 3.450,00</b>   |

**Elaborado por:** Autor.

Cabe recalcar que le correspondería a la Comuna Baños Termales de San Vicente realizar esta inversión en promoción.

## **CAPITULO 3**

### **3. DISEÑO DE LA PROPUESTA DE LOS MICRONEGOCIOS**

Debido al interés de los habitantes de la comuna para hacer que el lugar donde viven crezca tanto social, económica y turísticamente, nace la idea de proponer la creación de micronegocios bajo el concepto de turismo comunitario del cual podemos tomar como ejemplos varias comunidades que, trabajando en conjunto y bajo este tipo de turismo alternativo, han podido lograr un desarrollo bajo estos 3 aspectos. El turismo Comunitario como su misma palabra lo dice, todos los beneficios e ingresos que se generen por la actividad turística a través de los diferentes micronegocios es compartida de manera equitativa.

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas, los 5 micronegocios posibles a emprender son los siguientes: Área de alimentos y bebidas, Centro de Artesanías y Souvenirs dentro del Complejo Turístico, Hospedaje Comunitario, Guías Comunitarios y Servicio de transporte Turístico.

#### **3.1 Descripción de los micronegocios a emprender.**

##### **3.1.1 Área de alimentos y bebidas dentro del Complejo Turístico termal “Telésforo Villacrés”.**

Para la construcción del Área de Alimentos y Bebidas se cuenta con un espacio dentro del Complejo que será determinado en su debido momento entre la comunidad y el administrador del complejo. Se da la necesidad de crear este micronegocio debido a que ambas partes que fueron encuestadas quieren contar con este servicio, en donde la actividad económica esta relacionada con la producción y venta de productos de alimentos y bebidas.

La idea es que se venda comida tradicional del Ecuador, especialmente de la Costa, tratando de buscar comida alternativa y diferente a la que se vende en los puestos de comida que se encuentran fuera del complejo para ofrecer variedad.

*Logo*



**Figura 29.** Logo del Área de alimentos y bebidas, "La Choza del Sabor".

**Elaborado por:** Autor.

Para el logo se ha utilizado los colores amarillo, anaranjado y marrón estos colores en publicidad tienen un significado:

**Amarillo:** Representa la alegría, calidez y simpatía

**Anaranjado:** Estimula emociones y apetito.

**Marrón:** Representa tranquilidad, madera, simplicidad y naturalidad.

*Diseño de la infraestructura del área de Alimentos y Bebidas.*

El área de alimentos y bebidas contará con 10 locales, en el centro el área del comedor se ubicará las mesas, alrededor de esta se puede colocar áreas verdes. También contará con el área de baños uno para mujeres y otro para hombres. En la parte exterior, se puede agregar más áreas verdes para que el visitante se sienta en un ambiente tranquilo, fresco y relajante compartiendo y disfrutando con el medio ambiente. Cabe recalcar que será la estructura de madera y la cubierta para que haya ventilación natural.

Lo que respecta a cada local contará con una parte interna y externa; en la interna estará el área de la cocina con una puerta posterior a utilizar por los dueños del local, en esta área se llevará a cabo la manipulación y preparación de los alimentos, en la parte externa se contará con un mesón, los turistas podrán acercarse a realizar y pagar su pedido; también servirá para colocar los platos listos para ser servidos por los meseros.

Para identificar la ubicación física de los mismos se ha incluido un plano del Área de Alimentos y bebidas y el plano del local (Ver en anexo 6).

### *Empleos generados*

Para el área de alimentos y bebidas se generan empleos directos e indirectos; los directos serían para las 10 familias que ofrecerán el servicio de alimentos y bebidas, mientras que los indirectos serán: la mano de obra para construir la infraestructura, debido a que dentro de la comuna existen personas que son obreros se los podrá contratar, los proveedores de alimentos, dentro del lugar hay personas que se dedican a ganadería y agricultura de ellos se podrá obtener los alimentos para la elaboración de los platos a venderse.

### *Costo*

**Tabla 2.** Detalle de obras físicas del Área de alimentos y bebidas.

| DETALLE DE LAS OBRAS FÍSICAS EN ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS |                  |          |                         |                      |
|---|------------------|----------|-------------------------|----------------------|
| RUBRO   | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (USD \$) | COSTO TOTAL (USD \$) |
| Contrucción estructura                                      | m2               | 832      | \$ 100,00               | \$ 83.200,00         |
| Construcción de locales y comedor                           | m2               | 100      | \$ 100,00               | \$ 10.000,00         |
| <b>INVERSIÓN TOTAL EN OBRAS FÍSICAS</b>                     |                  |          |                         | <b>\$ 93.200,00</b>  |

**Elaborado por:** Autor.

Esta inversión deberá ser distribuida entre las diez personas que se dedicaran a este servicio, es decir \$9 320,00 por cada una.

### 3.1.2 Mostradores de artesanías y Souvenirs dentro del Complejo Turístico termal “Telésforo Villacrés”.

El centro Artesanal se encontrará al lado del Área de alimentos y bebidas; en este se podrá vender todo tipo de souvenirs, siempre y cuando se realicen con materiales sin afectar el medio ambiente y que sean representativos de la cultura de la zona; se podrán vender artesanías hechas con elementos reciclados, que serán elaborados por los habitantes de la comuna, a la vez se podrían vender camisetas estampadas o pintadas con los diferentes paisajes del entorno que representan el lugar, entre otras ideas.

*Logo*



**Figura 30.** Logo del Centro Artesanal Baños Termales.

**Elaborado por:** Autor.

Para el logo se ha utilizado los colores Verde, Anaranjado, Amarillo, Marrón, estos colores en publicidad tienen un significado:

**Verde:** Renovación

**Anaranjado:** Creatividad y Entusiasmo.

**Amarillo:** Representa la curiosidad.

**Marrón:** Simplicidad y naturalidad.



## *Diseño de los Mostradores de Artesanías y Souvenirs*

Los puestos de artesanías estará ubicado a un costado del Patio de comida compuesto por 5 locales (Ver en anexo 5), estos serán de un solo ambiente los que se dedicarán a vender las artesanías lo podrán adecuar de acuerdo a sus necesidades.

### *Costo*

**Tabla 3.** Detalle de obras físicas Locales de Artesanías.

| DETALLE DE LAS OBRAS FISICAS LOCALES DE ARTESANIAS |                  |          |                         |                      |
|--|------------------|----------|-------------------------|----------------------|
| RUBRO  | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (USD \$) | COSTO TOTAL (USD \$) |
| Contrucción estructura                             | m2               | 50       | \$ 150,00               | \$ 7.500,00          |
| <b>INVERSIÓN TOTAL EN OBRAS FISICAS</b>            |                  |          |                         | <b>\$ 7.500,00</b>   |

**Elaborado por:** Autor.

Esta inversión deberá ser distribuida entre las cinco personas que se dedicaran a este servicio, es decir \$1 500,00 por cada una.

### **3.1.3 Hospedaje Comunitario.**

Para el Hospedaje Comunitario contamos con las casas de las familias que se quieren dedicar a este micronegocio. El hospedaje comunitario consiste en que una familia anfitriona recibe al turista en su casa, con las comodidades debidas que deberá ofrecer cada familia, comparten tiempo junto, interactúan y cada uno conoce sobre la vida cotidiana y costumbres del otro, en un ambiente de respeto mutuo.

En las encuestas realizadas a los turistas del 100% un 18% dijo que quisieran encontrar en próximas visitas este tipo de alojamiento. Según la acogida que vaya teniendo, se puede ir aumentando la oferta.

Lo que respecta al hospedaje comunitario éste ofrecerá la venta de un servicio con sus respectivos costos en donde podemos citar los siguientes:

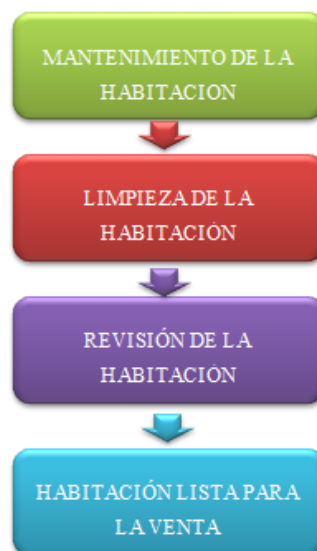
**Alojamiento.-** Habitación que se encontrará en la casa de la familia anfitriona, en un ambiente humilde con la mayor calidad de servicio, las camas disponibles varían dependiendo de la casa en que se vaya hospedar, estos pueden ser cuartos de 1 a 4 personas.

**Alimentos y Bebidas.-** Esto a la vez es operado por la misma familia anfitriona, el huésped deberá servirse lo que la familia prepare, para lo cual el servicio contará con las tres comidas diarias desayuno, almuerzo y merienda. La familia deberá determinar un horario para servir la comida.

**Lavandería.-** La familia anfitriona se hará cargo solo del servicio de mantener limpia todo lo que respecta a la lencería de la habitación a ofrecer al turista.

Como todo negocio debe tener un plan operativo a continuación se mostrará flujo del proceso de operación y el flujo del proceso de venta y servicio al turista en el hospedaje comunitario. Cabe recalcar que los hospedajes comunitarios son registrados por el Mintur y este supervisa y lleva un control en el cumplimiento de las condiciones de hospedaje.

**FLUJO DEL PROCESO DE OPERACIÓN DEL HOSPEDAJE  
COMUNITARIO**



**Gráfico 20.** Flujo del proceso de operación del hospedaje comunitario.

**Elaborado por:** Autor.

**FLUJO DEL PROCESO DE VENTA Y SERVICIO AL TURISTA EN EL  
HOSPEDAJE COMUNITARIO**



**Gráfico 21.** Flujo del proceso de venta y servicio al turista en el hospedaje comunitario.

**Elaborado por:** Autor.

- 1. Intensión del turista.** El turista se entera del lugar por los diferentes medios de promoción que se puso en marcha y decide visitar el lugar.
- 2. Reservación.** El turista decide dejar constancia de que va asistir al lugar y quedarse unos días. Este puede contactarse por medio de internet, llamada telefónica o ir directamente al lugar y hacer su reservación
- 3. Presentación del cliente.** El turista que esté interesado en quedarse unos días en la comuna se presenta ante cualquier miembro de la familia anfitriona de la casa, que se encarga de ofrecer el servicio de hospedaje comunitario el mismo día de su estancia (puede hacer reservación con anticipación).

4. **Registro del huésped.** Se registra al huésped, quien llena la tarjeta de registro correspondiente, con sus datos personales señalando los días de hospedaje, garantiza el pago con un abono en efectivo o bien liquidando completamente el cargo por la estancia.
5. **Ubicación del turista en la habitación.** Se lo lleva al turista a su habitación y se le entrega la llave de la habitación que ocupará durante su estancia. Puede haber 2 posibilidades el huésped tiene acceso independiente o dependiente.
6. **Estancia del turista.** Durante la estancia se atenderán los requerimientos que satisfagan al cliente y a la vez este podrá compartir tiempo con las familias anfitrionas para conocer más sobre sus costumbres o bien disfrutar de las otras ofertas turísticas que se pueden encontrar en la comuna.
7. **Salida del huésped.** El huésped firma un registro de salida que incluye fecha y hora.

*Logo*



**Figura 31.** Logo de Hospedaje Comunitario.

**Elaborado por:** Autor.

Para el logo se ha utilizado los colores Anaranjado, verde, blanco y marrón estos colores en publicidad tienen un significado:

**Anaranjado:** Representa la alegría, calidez y simpatía

**Verde:** Sensación calmante, vida, tranquilidad y relajación

**Blanco:** Representa a la limpieza y honestidad.

**Marrón:** Representa tranquilidad, madera, simplicidad y naturalidad.

### *Diseño de las casas que se dedicaran al hospedaje comunitario*

Para determinar cómo estarán estructuradas las casas que ofrecerán alojamiento comunitario se tomó en cuenta 2 modelos de casa del lugar, 1 casa de una planta y 1 casa de 2 plantas.

Las casas mantendrán su estructura física, se deberán pintar su fachada por lo menos la parte frontal, si es que esta la requiere y se colocara el logo que representara al servicio de alojamiento comunitario con un plus como es el nombre que le quiera dar la familia a su casa.

#### **Casas de planta única (Modelo 1)**

La casa contará con un hall de ingreso, al entrar a la casa el turista se encontrara con la sala y el comedor, frente a la entrada se encontrarán las 2 habitaciones que estarán disponibles para recibir al turista dentro de esta estarán equipadas con una cama, un velador y repisas para que el turista pueda colocar sus cosas. A lado derecho de la entrada se encontrara ubicada las habitaciones de las personas que viven en la casa, el baño y la cosa. En este caso el baño es compartido con los huéspedes. La entrada es dependiente. (Ver en anexo 7 el plano de la casa.)

#### **Casas de planta única (Modelo 2)**

En este caso la casa contara para el servicio de alojamiento con una habitación totalmente independiente, donde el huésped contara con su baño propio, cama, velador y un closet. El único momento en el que el huésped entrara a la casa será el momento en la hora del servicio de alimentación y a la vez si este tiene el interés por compartir con la familia anfitriona. En lo

que respecta al área de la familia esta podría mantener la infraestructura actual. (Ver en anexo 8 el plano de la casa).

### **Casas de dos plantas**

En el anexo 9 se ilustra el plano de la casa.

#### ***Planta Baja***

La casa en la planta baja contara con la sala, comedor, baño de visita, cocina y un pequeño patio, a todas estas áreas el huésped tendrá acceso.

#### ***Planta Alta***

En la planta alta el área cuenta con 3 dormitorios uno de los dormitorios es destinado para el alojamiento comunitario al igual que las anteriores cuenta con un closet, cama, velador, el baño que estará disponible para el turista será el de visitas que se encuentra en planta baja, debido a que estas habitaciones son un poco más amplias podrían ponerse una litera y así recibir a más de un turista.

#### ***Empleos generados***

Para el hospedaje comunitario generará empleos directos e indirectos; los directos serían las familias que ofrecerán el servicio de alojamiento, mientras que los indirectos serán: la mano de obra que se necesita para remodelar la casa, alguna persona que se dedique a la confección puede elaborar lo que respecta a lencería, los proveedores de alimentos, dentro del lugar hay personas que se dedican a ganadería y agricultura de ellos se podrá obtener los alimentos para la elaboración de los platos a ofrecérsele a los turistas durante su estancia, a la vez otra alternativa de ingreso y empleo, es que personas se pueden dedicar a la elaboración de jabón, shampoo, rinse, etc., en a base a la sábila y crear los amenities y distribuirlo en las casas que son de alojamiento.

## Costo

**Tabla 4.** Detalle de obras físicas en Hospedaje Comunitario.

| DETALLE DE LAS OBRAS FÍSICAS EN HOSPEDAJE COMUNITARIO |                  |          |                         |                      |
|---|------------------|----------|-------------------------|----------------------|
| RUBRO   | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (USD \$) | COSTO TOTAL (USD \$) |
| Construcción y Remodelación de habitaciones           | m2               | 6,67     | \$ 200,00               | \$ 1.334,00          |
| <b>INVERSIÓN TOTAL EN OBRAS FÍSICAS</b>               |                  |          |                         | <b>\$ 1.334,00</b>   |

**Elaborado por:** Autor.

**Tabla 5.** Detalle de Muebles para Habitación de Hospedaje Comunitario.

| DETALLE DE MUEBLES PARA HABITACIÓN DE HOSPEDAJE COMUNITARIO |          |                         |                      |
|---|----------|-------------------------|----------------------|
| RUBRO   | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (USD \$) | COSTO TOTAL (USD \$) |
| Cama de 1 plaza y media                                     | 1        | \$ 150,00               | \$ 150,00            |
| Velador de 2 cajones  | 1        | \$ 60,00                | \$ 60,00             |
| <b>INVERSIÓN TOTAL EN MOBILIARIOS</b>                       |          |                         | <b>\$ 210,00</b>     |

**Elaborado por:** Autor.

Esta inversión en obras y mobiliarios, corresponde a un estimado promedio de inversión por cada familia anfitriona, el mismo que podrá variar dependiendo de las condiciones actuales de las casas que participen en este tipo de hospedaje.

### 3.1.4 Guías Comunitarios.

Esta idea de micronegocio nació debido a que el 25% de los turistas encuestados y que asistían por primera vez, comentaron que deberían haber guías que informen y expliquen el procedimiento del uso de las instalaciones debido a que es un lugar de salud y para lograr que el turista se beneficie del uso de las instalaciones del Complejo, debe haber y seguirse un proceso. Para esto se tomará en cuenta a una parte de los habitantes de la comuna que no tenían definido qué tipo de actividad realizar, pero que han

vivido entorno al lugar y tienen el conocimiento de las aguas, sus beneficios y la historia del sitio.

A la vez los guías comunitarios pueden ser aquellas personas que promocionen el lugar a través de la entrega de folletería en lugares estratégicos que reciben gran cantidad de turistas dentro de la Provincia de Santa Elena y así animar al turista a visitar el lugar. En el caso de que el turista no tenga como trasladarse al lugar este puede contactarse con el servicio de transporte.

En el caso de las personas interesadas en ser Guías Comunitarios dentro de la comunidad deben acceder al Programa Nacional de Capacitación Turística de Guía Especializado / Nativo, ofrecida por el Ministerio de Turismo, con el objetivo de obtener la Licencia de Guía Comunitario.

*Logo*



**Figura 32.** Logo de Guías Comunitarios.

**Elaborado por:** Autor.

Para el logo se ha utilizado los colores Rojo, verde, azul y amarillo estos colores en publicidad tienen un significado:

**Anaranjado:** representa al entusiasmo.

**Verde:** Sensación de frescura en un ambiente natural, relacionado con la naturaleza.

**Azul:** Representa confianza, transparencia y seguridad



**Amarillo:** La simpatía y seguridad.

### 3.1.5 Servicio de transporte turístico.

En la actualidad hay once personas que se dedican a esta actividad dentro de la comunidad, pero se lo podría mejorar, para brindar comodidad a los turistas que no cuentan con vehículo propio y para brindar un servicio adecuado a los hoteles con los que se pretende realizar convenios para que promocionen la comuna y sus actividades turísticas. A la vez se propone que se pueden adquirir 5 tricimotos como una forma de transporte alternativo.

*Logo*



**Figura 33.** Logo de Servicio de Transporte.

**Elaborado por:** Autor.

Para el logo se ha utilizado los colores Anaranjado, Amarillo, Verde, y Gris estos colores en publicidad tienen un significado:

**Anaranjado:** Representa ligereza y simpatía.

**Amarillo:** Vinculado con el Sol y la alegría de la luz.

**Verde:** Sensación calmante y tranquilo.

**Gris:** Representa el respeto y seguridad.

## *Diseño de la Estación de Transporte a la entrada de la Comuna*

(Ver en anexo 10 el plano de la casa.)

La estación de transporte estará ubicada a la entrada de la comuna, que cuenta con un área donde está la valla publicitaria del Complejo termal turístico. En el centro del área se ubicará la caseta donde los turistas podrán realizar el pago del transporte que los llevara hacia la comuna, la caseta contará con un baño, la área de la oficina con una ventanilla donde el turista se acercará a pagar el servicio, al costado de la caseta se harán unos asientos con techado para que el turista en el caso que tenga que esperar el carro este cómodo. Para los carros se harán parqueaderos al costado de la carretera hacia la comuna.

### *Costo*

**Tabla 6.** Detalle de las obras físicas e instalaciones de la Estación de Transporte.

| DETALLE DE LAS OBRAS FÍSICAS E INSTALACIONES DE LA ESTACIÓN DE TRANSPORTE. |                  |          |                         |                      |
|--|------------------|----------|-------------------------|----------------------|
| RUBRO  | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (USD \$) | COSTO TOTAL (USD \$) |
| Construcción de Caseta de Recepción  | m2               | 10       | \$ 150,00               | \$ 1.500,00          |
| Parqueos   | m2               | 10       | \$ 100,00               | \$ 1.000,00          |
| <b>INVERSIÓN TOTAL EN OBRAS FÍSICAS</b>                                    |                  |          |                         | <b>\$ 2.500,00</b>   |

**Elaborado por:** Autor.

**Tabla 7.** Detalle de compra de Tricimotos.

| DETALLE COMPRA DE TRICIMOTOS         |          |                |                     |
|--------------------------------------|----------|----------------|---------------------|
| RUBRO                                | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL         |
| Tricimotos                           | 5        | \$ 2.614,00    | \$ 13.070,00        |
| <b>INVERSIÓN TOTAL EN TRICIMOTOS</b> |          |                | <b>\$ 13.070,00</b> |

**Elaborado por:** Autor.

### 3.2 Logo del Centro Turístico Comunitario Baños Termales San Vicente



**Figura 34.** Logo del CTC Baños Termales San Vicente.

**Elaborado por:** Autor.

Para el logo se ha utilizado los colores: azul y celeste, estos colores en publicidad tienen un significado:

**Azul y Celeste:** Representa confianza, transparencia y seguridad

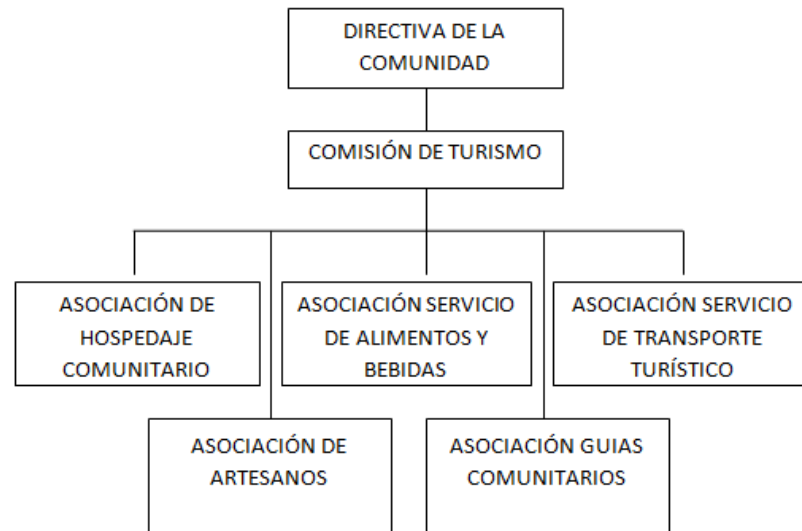
### 3.3 Infraestructura Turística

La infraestructura turística del área estará compuesta por infraestructura urbana o pública que son las carreteras y caminos, infraestructura comercial en lo que se refiere al área de restaurantes, área de venta de artesanías, parqueos, casetas y por último infraestructura para actividades turísticas como senderos, señalización, hospedaje, etc.

Para esto se toma en cuenta el área en donde se encuentra la comuna y su clima. Debido a que Baños de San Vicente se encuentra en la Costa los materiales que se utilizan en lugares rurales de este tipo son la madera, palmas se puede decir que se toma en cuenta materiales que se producen en la zona la madera que se encuentra alrededor de esta área es el algarrobo el cual puede servir para armar toda la infraestructura del área de alimentos y bebidas, centro de artesanía, casetas, etc. Mientras que el muyuyo puede ser utilizado para hacer muebles, artesanías, etc.

Se debe recordar que el turismo comunitario tiene respeto por el medio ambiente y la naturaleza por lo tanto si se extrae la madera se deberá hacer planes de reforestación para evitar degradación del suelo y extinción de dicho material en el lugar.

### 3.4 Estructura Organizativa de la CTC



**Gráfico 22.** Estructura Organizativa de la CTC.  
**Elaborado por:** Autor.

Para desarrollar los micronegocios y obtener el financiamiento respectivo es necesario que las personas prestadoras de estos servicios se agrupen en función de cada actividad para poder acceder a los créditos asociativos. Es por ello que dentro de la Estructura organizativa de la CTC se considera una comisión por cada una de estas actividades de tal manera que se establezca las respectivas directrices para su control.

### **3.5 Porcentaje de utilidad para la comuna**

Debido a que la CTC trabaja en conjunto y se busca el bienestar de la comunidad cada actividad deberá mensualmente contribuir con una utilidad para trabajos necesarios a realizar dentro de la comunidad, esta utilidad puede ser un 5%, esta utilidad cabe recalcar que debe ser determinada en una reunión comunal en donde todos estén de acuerdo.

### **3.6 Programas de financiamiento de proyectos turísticos con la ayuda del Ministerio de Turismo del Ecuador.**

Actualmente el Ministerio de Turismo cuenta con el Programa “Consolida Turismo Comunitario”; a continuación se detallará sus beneficios y requisitos para acceder al programa.

#### Objetivo

El programa pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo del Ministerio de Turismo a las comunidades que desarrollan actividades turísticas.

#### Componentes

- Capacitación a través del Programa de Capacitación Turística Nacional y sus componentes Turismo Comunitario y Negocios Turísticos Productivos.
- Asistencia Técnica Especializada en la generación de proyectos turísticos comunitarios sostenibles y competitivos, y en la formalización de los emprendimientos turísticos comunitarios.
- Acceso a crédito a través del Sistema Financiero Nacional (CFN – BNF)
- Promoción y difusión de las iniciativas de turismo comunitario sostenibles.

### ¿A quién se dirige?

El programa está dirigido a todas aquellas comunidades organizadas que desarrollan actividades turísticas.

### ¿Cuáles son sus beneficios?

- Acceso a líneas de crédito con la banca pública.
- Formación a los miembros de la comunidad dentro del Programa Nacional de Capacitación Turística.
- Generación de Planes de Negocios para las comunidades participantes del programa.
- Difusión y promoción de las iniciativas turísticas comunitarias.
- Dotación de camisetas y gorras a los miembros de la comunidad.

### Requisitos para acceder al Programa

- Comunidades legalmente reconocidas por la Secretaria de los Pueblos y Nacionalidades.
- Comunidades en Proceso de legalización como CTC ante el Mintur.

En el Anexo 11 se presenta la hoja del Programa “Consolida Turismo Comunitario” y a continuación de este se muestra como Anexo 12 La Solicitud de Registro de Centros Turísticos Comunitarios que la comuna deberá presentar para llevar a cabo la actividad, esta solicitud debe ser llenada por el Representante de la Comuna.

A la vez para ser registrados, la comuna será visitada por un Coordinador del Ministerio de turismo en donde este podrá observar y conocer las necesidades que el lugar tiene, ver si la comuna en realidad tiene la voluntad de trabajar en conjunto y de acuerdo a todas esas observaciones se llega a una conclusión y se los podrá ayudar con capacitaciones y asesorías técnicas para emprender los micronegocios turísticos.

### **3.7 Requisitos para la creación del Centro Turístico Comunitario (CTC)**

Una vez que se cuente los micronegocios emprendidos, la comunidad podrá proceder con los trámites para formar la CTC, la comuna deberá obtener los 2 requisitos:

1. Obtener el Registro de turismo como Centro de turismo Comunitario.

Para obtener el registro de turismo comunitario se deberá reunir los siguientes documentos:

- a) Solicitud de registro dirigida al Mintur en el que indicara el o los servicios turísticos a prestar. Este formato lo provee el Ministerio de Turismo el cual debe ser llenado por el interesado con información básica, luego de este podrá iniciar con el expediente en este caso se deberá pedir el Registro en las oficinas del Ministerio de Turismo de la provincia de Santa Elena.
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad. Documento que certifica que un grupo humano, esta organizad jurídicamente para asumir una responsabilidad social para la prestación de servicios turísticos, esta puede estar constituida como persona jurídica, organización barrial o comunitaria, sociedad o comerciantes matriculados, deben contar con personería jurídica, con acuerdos ministeriales del MIES y como uno de sus estatutos consta como asociación sin fines de lucro.
- c) Nombramiento que acredite la presentación del peticionante. Documento que muestre que los integrantes de la comunidad delegan a una persona o grupo de personas para que los represente este documento es el Registro de la Directiva.
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de turismo, con la firma de los miembros presentes. Acta que pide el Mintur en donde los socios/as deciden obtener dicho registro, debe ir la firma de la

mayoría de los socios, a la vez debe indicar quien tiene la facultad para realizar el trámite. En el acta debe constar lugar y fecha de sesión, autorización para Registrarse en el Ministerio de Turismo, Nombre y Apellido completo de la persona que realizara el trámite, firma de los miembros de la Organización.

- e) Documentos que demuestre que los responsables que realizan las diferentes actividades turísticas dentro del sector hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo. Se deben reunir todos los certificados de capacitación de todas las áreas que dispongan de quienes se dedican a la atención del turista estos certificados pueden proceder del Ministerio de turismo, Instituciones educativas acreditadas por el estado, instituciones públicas, instituciones sociales que promuevan formación profesional turística o profesionales académicos.
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo. El valor a pagar para registrar la CTC, tiene el costo de \$80, este pago se realizara cuando la carpeta con todos los documentos necesarios para el emprendimiento este ingresada en el Mintur.
- g) Copia certificada del registro único de contribuyentes (RUC), en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos.
- h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaria de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana o también puede ser otorgada por la FEPTCE.

Una vez que ya se cuenta con lo mencionado anteriormente el Ministerio de Turismo recepta la solicitud y la carpeta con los documentos mencionados anteriormente en la oficina correspondiente en este caso en las oficinas de la Provincia de Santa Elena, se designa la fecha y hora para que se lleve a cabo la inspección de la comunidad este



inspección se lleva a cabo con el motivo de verificar los datos, cuando se lleva a cabo la inspección se llena una hoja de planta turística, una vez terminada la inspección toda la información es ingresada en la base de datos del Mintur, se apertura un número de registro con un número de folio en donde se ingresa el expediente, por último se procede a la expedición del certificado de registro.

## 2. Obtener la Licencia Anual de Funcionamiento

Una vez formados como CTC, El Cabildo de la Comuna constituida, podría asistir a la organización FEPTCE, quienes como organización con jurisdicción nacional buscan el mejoramiento de las condiciones de vida de una comunidad.

Al afiliarse a la FEPTCE pueden recibir asesorías técnicas como capacitaciones, organización de propuestas comunitarias, estructuración de productos, promoción y comercialización, gestión ambiental, elaboración y ejecución de proyectos, asesoría técnica y legal en turismo comunitario.

## CAPITULO 4

### 4. ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 4.1 Impacto Ambiental

La actividad turística es la actividad que menor cantidad de impactos negativos genera hacia el ambiente en comparación con otras actividades. Debido a que el turismo comunitario, es una forma de realizar turismo sostenible, rescatando y reservando el entorno natural y cultural de las comunas, este ayuda al desarrollo y mejoramiento del ambiente, siempre y cuando se maneje de una manera adecuada. A continuación se menciona varios impactos que este puede generar en la Comuna Baños Termales de San Vicente.

##### *4.1.1 Positivos*

- Permite tanto que los turistas y población local tenga más consideración sobre los recursos naturales con los que se cuenta dentro de la comuna e interés por su protección.
- Los ingresos generados por el turismo pueden ser invertidos en proyectos para realizar acciones que ayuden tanto en el mejoramiento, protección y conservación del ambiente.
- Permite que se creen políticas, reglamentos, códigos de conducta para promover el respeto y conciencia hacia el cuidado del ambiente.

##### *4.1.2 Negativos*

- Contaminación del paisaje por el mal manejo de aguas residuales, desechos sólidos y líquidos.

- Alteración del suelo por el paso constante de personas, construcción de infraestructura, bicicletas, caballos, vehículos motorizados.
- Mal manejo del agua en los diferentes emprendimientos turísticos, que podría provocar desperdicio y escasez del agua.
- Alteración del paisaje local en cuanto a construcciones no amigables con el entorno, ruidos excesivos, publicidad excesiva, etc.

## **4.2 Impacto Económico-Empresarial**

En muchos lugares el turismo es considerado como un camino para solucionar problemas económicos, pero no debe de ser visto desde ese punto de vista, sino más bien como una alternativa. El turismo según la viabilidad que se tome también puede ser una amenaza.

### ***4.2.1 Positivos***

- Generación de empleos para los habitantes de la comuna. A través del desarrollo de los emprendimientos turísticos propuestos.
- Aumento de ingresos económicos para las familias que participen de la actividad turística.
- Permite que crezca la oferta turística dentro del lugar, permitiendo atender con verdadero servicio la demanda y para la generación de trabajo.
- Una alternativa económica complementaria para las familias que se dediquen a otras actividades diarias.
- Despertar el interés de las entidades públicas para invertir en infraestructura básica, vial y a la vez turística.

- Este proyecto permite contribuir a la disminución de la pobreza en las comunidades, siempre y cuando se esté gestionando de manera adecuada.

#### ***4.2.2 Negativos***

- Los ingresos dependen del tipo de temporada existente dentro del lugar, por lo tanto si hay poca demanda se genera poco ingreso.
- En muchos casos los ingresos económicos del turismo no benefician directamente a la comunidad sino que a empresas privadas que se dedican al turismo.
- Los trabajos tradicionales son remplazados por empleos generados por el turismo, haciendo que los habitantes de la comuna se dediquen menos al trabajo tradicional.
- Si los habitantes no tienen una visión comunitaria al momento de crear sus negocios, se crearán diferencias económicas por lo tanto las actividades no beneficiarán a todos.

### **4.3 Impacto Sociocultural**

Los impactos socioculturales tanto positivos como negativos, siempre y cuando se trabaje a través del turismo sostenible, dependerá de la visión comunitaria, la sostenibilidad y solidaridad con la que trabajen.

#### ***4.3.1 Positivos***

- Permite el intercambio cultural entre los visitantes y los habitantes de la comunidad, a través de la experiencia vivida en donde se aplica los valores del respeto, tolerancia, comprensión y empatía.

- Permite el intercambio de conocimientos y a la vez de experiencias vividas tanto para visitantes como para los habitantes de la comunidad.
- Se permite el fomento a la equidad de género en donde tanto el hombre como la mujer tienen las mismas oportunidades y beneficios dentro de la comunidad.
- Abre caminos a que los habitantes de la comuna se quieran capacitar y mejorar sus conocimientos técnicos.
- Fomenta al trabajo en grupo comunitario en donde las decisiones y manejo del turismo se hace en conjunto, para ser mejores cada día.
- Fomenta la valoración y protección del patrimonio ancestral con el que cuentan.
- Permite a que la comunidad crezca tanto cultural como socialmente.

#### ***4.3.2 Negativos***

- Los habitantes tienden a migrar debido a que quieren una mejor oportunidad económica como la que tienen los turistas.
- Personas que no pertenecen a la comunidad se ven atraídos por crear negocios de turismo dentro del lugar debido a la gran demanda que tienen estos.
- El turismo influye en el apareamiento de delincuencia debido a que donde hay turistas, hay recursos.

#### **4.4 Como prevenir y detener los impactos negativos**

Según la Rainforest Alliance (2012), en la Guía de Buenas prácticas de turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica, nos da 4 consejos para prevenir y detener estos impactos que son los siguientes:

1. Identificar las actividades turísticas que pueden provocar impactos negativos en nuestra comunidad.

Es necesario enlistar todas las actividades que se realizan y detallar como se llevan a cabo todas las actividades turísticas en la comunidad, detallando todas las etapas de cada actividad, realizando esto se podrá identificar que recursos se pueden estar impactando negativamente o cuales se verán afectados en un futuro.

Para este caso se deberán tomar en cuenta las siguientes actividades:

- ✓ Agua
- ✓ Manejo de desechos
- ✓ Transportación
- ✓ Construcción de infraestructura

2. Identifique los recursos más vulnerables a los impactos negativos del turismo.

Los recursos a utilizarse en las actividades turísticas varían según el lugar donde se realiza en este caso los recursos que pueden llegar a ser impactados negativamente son:

- ✓ Las aguas termales del lugar
- ✓ El suelo
- ✓ El aire
- ✓ El paisaje
- ✓ Ambiente calmado y silencioso
- ✓ La Infraestructura
- ✓ El empleo
- ✓ La economía

3. Implementar acciones básicas de prevención, reducción y mitigación de impactos negativos.

Una vez que hayan sido determinados los impactos a los que pueden estar expuestos los recursos, se deben tomar medidas de prevención para evitar los impactos para esto se puede realizar el siguiente:

- a. Implementar códigos éticos y de comportamiento

Estos códigos son documentos que dan a conocer al turista, al empleado y a la comunidad que actividades son permitidas o no permitidas realizar en el lugar. Estos códigos ayudaran a proteger los recursos, a los turistas, y a los habitantes de la comunidad y a la vez llamaran a la reflexión sobre el uso de los recursos.

4. Implementar un sistema de monitoreo de impactos negativos en la comunidad.

Realizar un monitoreo para llevar un control más adecuado de los posibles impactos negativos que se generan por las actividades turísticas hacia los recursos como:

- ✓ Foto monitoreo: consiste en tomar fotos a los recursos cada cierto tiempo para hacer comparación de cómo eran al principio y como se encuentran en la actualidad. A la vez este tipo de monitorio es de menos inversión y los pueden realizar los mismos miembros de la comuna.
- ✓ Para el manejo de desechos debe considerarse la instalación de contenedores y recipientes de basura separando los derechos orgánicos de los inorgánicos.

## CONCLUSIONES

Luego de realizar un análisis de las condiciones por las que actualmente pasa la Comuna Baños Termales de San Vicente perteneciente al Municipio de la Provincia de Santa Elena para la Propuesta para el desarrollo de micronegocios de turismo comunitario con la participación activa de sus habitantes, se concluye lo siguiente:

- En cuanto a los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad de Baños Termales de San Vicente, la creación de micronegocios de turismo comunitario son un mecanismo para que la comunidad se desarrolle tanto turística, social y económicamente, a la vez de acuerdo a lo observado por los diferentes medios sobre la situación actual de la comuna, esta cuenta con atributos naturales que pueden ser explotados turísticamente, que permitirán el desarrollo de una actividad turística, a la vez también cuenta con una oferta turística baja como unos cuantos restaurantes y hospedajes, sin embargo se pudo notar una deficiencia de los servicios básicos que pueden ser una parte negativa, pero no imposible para realizar las actividades turísticas a través de los micronegocios a emprender por parte de los comuneros.
- Con respecto a las actividades socioeconómicas que desarrollan los habitantes de la comuna, se obtuvo que en la mayor cantidad de familias por lo menos 2 miembros de éstas, realizan trabajos operativos, los habitantes trabajan para alguien en donde reciben apenas el sueldo básico que ayuda en el sustento básico mensual de su familia. Por otro lado contamos con un grupo pequeño de familias que cuentan con su negocio propio mayormente dedicados al comercio.
- A través de las encuestas realizadas a los habitantes, se concluyó que las familias sí tienen el interés para crear micronegocios, que los ayude tanto para elevar sus ingresos económicos como para desarrollar un turismo equitativo dentro de la comunidad.
- También se pudo determinar por ambas partes, que los micronegocios que quieren emprender las familias de la comuna, muchos coinciden con



los servicios que quieren encontrar los turistas dentro de la comunidad, dando como conclusión que si se desarrollan estos tendrán una buena acogida.

- Para fomentar estos emprendimientos que favorezcan tanto a la comuna como a los turistas, existe un Programa de turismo comunitario por parte del Ministerio de Turismo que ayuda a financiar y a elevar productos turísticos dentro de una comunidad que quiera dedicarse al turismo. Se determinó que a los habitantes les hace falta información sobre fuentes de financiamiento para emprender micronegocios de turismo comunitario. A la vez se constató que existen proyectos de desarrollo turístico dentro del Complejo y del sector, pero estos no integran a sus habitantes.
- El Cabildo de la Comuna como representante de la comuna se encuentra desarrollando proyectos y planes de trabajo que incluyen a los habitantes de la comunidad.
- Es necesario darle a conocer a los habitantes una propuesta de micronegocios que ellos puedan desarrollar bajo el concepto de turismo comunitario para que todos se vean beneficiados y que permita elevar a la Comuna Baños de San Vicente en la actividad turística trabajando en grupo bajo un turismo sustentable.

## RECOMENDACIONES

- Se considere la presente investigación realizada, como instrumento referente para la implementación de las actividades y estrategias desarrolladas, las mismas cuyo objetivo se enfoca en el desarrollo del turismo comunitario en la Comuna de Baños Termales de San Vicente de la Provincia de Santa Elena.
- Se requiere de la ayuda de instituciones, ya sean estas públicas o privadas, para aportar en temas de labor comunitaria como capacitaciones. Para esto se podría contar con el apoyo de las escuelas de turismo de las diferentes Universidades. También podrán ser parte fundamental para ayudar a la comuna a organizarse en el ámbito turístico y así poder desarrollar todas aquellas actividades que se planteen como comunidad.
- Que los habitantes sigan trabajando en grupo como comuna, aportando cada uno de ellos con una idea para su desarrollo.
- Se siga trabajando en proyectos y planes de desarrollo para la comunidad con el apoyo de todas aquellas personas que no quieran buscar un interés económico para ellos sino para la comunidad y tratando de que estos se realicen sin rendirse en el caso de que haya dificultades de por medio.
- Buscar el apoyo de las ONG'S que son sumamente importantes para el aporte técnico y organizacional.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, C., (s. f.). *Guía Práctica para el desarrollo de proyectos de investigación*. Universidad Tecnológica Indoamérica. Quito. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/71658556/Guia-practica-para-proyectos-de-investigacion>.

Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración*. Caracas: Editorial Texto c.a. Recuperado de <http://www.slideshare.net/asdrubal1990/el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias>.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2012). *Estadísticas Macroeconómicas. Presentación Coyuntural mes de Agosto*. Recuperada de <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000019>

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2012). *Reporte Mensual de inflación mes de Agosto*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/infl201208.pdf>

CABILDO DE LA COMUNA BAÑOS TERMALES DE SAN VICENTE. (2012). *Datos Generalidades de la Comuna Baños Termales de San Vicente*.

Carrera, V., Lainez, A. (2002). *Análisis y Plan de Marketing para redefinir el manejo del Complejo Termal Turístico Telésforo Villacrés L. – Baños Termales San Vicente*. (Tesis de Grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, EC.

Correa, S., (2012). *Investigación de Mercados: base del marketing*. Capacitate. Diario El Universo.

EMUTURISMO. (2011). *Baños Termales de San Vicente*. Obtenido de <http://www.turismosantaelena.com/Banosdesanvicente.html>

EMUTURISMO. (2012). Guía Turística. *Baños Termales de San Vicente*. Recuperado de <http://www.turismosantaelena.com/Banosdesanvicente.html>

Espino, A. (s. f.). *Un Marco de Análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género*. Recuperado de [http://books.google.com.ec/books?id=RbAyudM3pZcC&pg=PA54&lpg=PA54&dq=microempresas+y+micronegocios&source=bl&ots=CfSQvIt nA-&sig=\\_2UbMBoTYFykVWFsSVriyBNriSU&hl=es&sa=X&ei=ENg-UJ6WN4ag8gSoyIEw&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=microempresas%20y%20micronegocios&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=RbAyudM3pZcC&pg=PA54&lpg=PA54&dq=microempresas+y+micronegocios&source=bl&ots=CfSQvIt nA-&sig=_2UbMBoTYFykVWFsSVriyBNriSU&hl=es&sa=X&ei=ENg-UJ6WN4ag8gSoyIEw&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=microempresas%20y%20micronegocios&f=false).

ESPOL. (2000). *Taller de Plan Estratégico participativo de Baños de San Vicente*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, EC.

FEPTCE. (2012). *Cuáles son los ejes del turismo comunitario*. Recuperado de [http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=76&Itemid=110](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=110).

FEPTCE. (2012). *Ley de Turismo. Ley N° 2002-97*. Recuperado de <http://www.feptce.org/doc/marco-legal/01-ley-de-turismo.pdf>.

FEPTCE. (2012). *Miembros Afiliados. Costa/Litoral*. Obtenido de [http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=118&Itemid=134](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=118&Itemid=134)

Fernández, A. (s. f.). *Investigación Técnicas de Mercado*. 2da Edición. Madrid:

ESIC editorial. Recuperado de

<http://books.google.com.ec/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA154&lpg=PA154&dq=MUESTREO+POR+CONVENIENCIA&source=bl&ots=iA0FjpljG9&sig=kLYbDmzivOPvdP9bx9XKz5N5nTw&hl=es&sa=X&ei=UNIGUPLwL4OC8AS80IHQCQ&ved=0CDIQ6AEwAQ#v=onepage&q=MUESTREO%20POR%20CONVENIENCIA&f=false>.

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena. (2012).

*Provincialización*. Obtenido de

[http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=355&Itemid=158](http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=355&Itemid=158)

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena. (2012).

*Geografía*. Obtenido de

[http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=356&Itemid=159](http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=356&Itemid=159)

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena. (2012).

*Demografía*. Obtenido de

<http://www.santaelena.gob.ec/images/stories/sanbiritute.png>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena. (2012).

*Cantones. Cantón Santa Elena*. Obtenido de

<http://www.santaelena.gob.ec/>

Hernández, O., Jovel, E., Ramírez, A. & Rodríguez, A. (2006). *Plan estratégico*

*para el desarrollo turístico de La Costa del Sol*. (Trabajo de Graduación,

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas).

INEC. (2011). *Ecuador en cifras. Ciencia y Tecnología*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cienciaTecnologia.html#>

INEC. (2012). *Anuario Estadístico 2012*. Recuperado de [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=291&Itemid=301&lang=es](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=291&Itemid=301&lang=es)

Levine, D., Krehbiel, T. & Berenson, M. (s. f.). *Estadística para Administración*. Cuarta Edición. Pearson Education. Recuperado de [http://books.google.com.ec/books?id=Aw2NKbDJJoZoC&pg=PA221&lp g=PA221&dq=MUESTREO+aleatorio+simple&source=bl&ots=dVseQb s5JD&sig=ySyWnvVfi\\_BMoJR0jE9nxyDtKqs&hl=es&sa=X&ei=1txG UMOWKoSk9ASMiYGQCA&ved=0CDcQ6AEwAg#v=onepage&q=M UESTREO%20aleatorio%20simple&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=Aw2NKbDJJoZoC&pg=PA221&lp g=PA221&dq=MUESTREO+aleatorio+simple&source=bl&ots=dVseQb s5JD&sig=ySyWnvVfi_BMoJR0jE9nxyDtKqs&hl=es&sa=X&ei=1txG UMOWKoSk9ASMiYGQCA&ved=0CDcQ6AEwAg#v=onepage&q=M UESTREO%20aleatorio%20simple&f=false).

MINISTERIO DE TURISMO. (2012). *Acerca de Ecuador*. Obtenido de <http://www.ecuador.travel/a-donde-ir/ubicacion/provincias/santa-elena>

MINISTERIO DE TURISMO. (2012). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020*. Ecuador.

MINISTERIO DE TURISMO. (2012). *Ecuador Fiestas y Folklore. Cultura Ecuatoriana Popular y Festivales de Folklore*. Obtenido de <http://old.ecuador.travel/es/acerca-de-ecuador/ecuador-fiestas-y-folclore.html>

OMT. (2012). *Proyecto Turismo y Atenuación de la pobreza*. Recuperado de: *Organización Mundial del Turismo OMT* <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

Rainforest Alliance. (2012). Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica. Obtenido de [http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/gbp\\_latinoamerica.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/gbp_latinoamerica.pdf)

Ramírez, D. (2008). *Evaluación de las Tecnologías de Información y Comunicación en la gestión y venta de servicios de las Agencias de Viajes del Distrito Federal*. (Tesis). Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Turismo, Distrito Federal, México. Recuperado de <http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/3551/1/EVALUACIONTECNOLOGIAS.pdf>.

Rodríguez Valencia, J. (s. f.). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Quinta Edición. Recuperado de [http://books.google.com.ec/books?id=5PpH-8XksKUC&pg=PA48&lpg=PA48&dq=microempresa+definicion&source=bl&ots=F5JA7ual5F&sig=LUu7B\\_kbygY1FoQM5JHyAIDVjtQ&hl=es&sa=X&ei=OKk-UM\\_kBYS-8ATC5IGIDg&sqi=2&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=microempresa%20definicion&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=5PpH-8XksKUC&pg=PA48&lpg=PA48&dq=microempresa+definicion&source=bl&ots=F5JA7ual5F&sig=LUu7B_kbygY1FoQM5JHyAIDVjtQ&hl=es&sa=X&ei=OKk-UM_kBYS-8ATC5IGIDg&sqi=2&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=microempresa%20definicion&f=false).

Rodríguez Valencia, J. (s. f.). *Administración I*. Recuperado de [http://books.google.com.ec/books?id=ZLozI86N3FAC&pg=PA64&lpg=PA64&dq=administraci%C3%B3n+de+microempresas&source=bl&ots=kAxeVLplen&sig=yelbBdQd6C3N8UG7ee2Ab\\_Da4TA&hl=es&sa=X&ei=cLY-UKXE0ImI9QTxu4CYAg&ved=0CE4Q6AEwBA#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20de%20microempresas&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=ZLozI86N3FAC&pg=PA64&lpg=PA64&dq=administraci%C3%B3n+de+microempresas&source=bl&ots=kAxeVLplen&sig=yelbBdQd6C3N8UG7ee2Ab_Da4TA&hl=es&sa=X&ei=cLY-UKXE0ImI9QTxu4CYAg&ved=0CE4Q6AEwBA#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20de%20microempresas&f=false).

Roman, C., Reyes, R. (2004). *Desarrollo Turístico de San Vicente*. (Tesis de Grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, EC.

Torres, S. & Mejía, A. (2006). *Una Visión Contemporánea del concepto de Administración: Revisión del Contexto Colombiano*. Recuperado de [http://cuadernosadministracion.javeriana.edu.co/pdfs/4\\_32\\_una\\_vision.pdf](http://cuadernosadministracion.javeriana.edu.co/pdfs/4_32_una_vision.pdf).

Webster, A. (2000). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. Tercera Edición. Capítulo 1: El papel de la estadística. Bogota: McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.

WWF Internacional. (2006). *Directrices para el Desarrollo de Turismo Comunitario*. Recuperado de [http://awsassets.panda.org/downloads/directrices\\_para\\_el\\_ecoturismo\\_comunitario\\_wwf.pdf](http://awsassets.panda.org/downloads/directrices_para_el_ecoturismo_comunitario_wwf.pdf).



# ANEXOS

## Anexo 1. Reglamentos para los centros turísticos comunitarios.

### REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS

Acuerdo N° 20100016

Econ. Verónica Sión de Josse  
MINISTRA DE TURISMO

Considerando:

Que los artículos 56, 57, 58 y 59, del Capítulo IV de la Constitución de la República del Ecuador, publicada el 20 de octubre del 2008 en el Registro Oficial No. 449, que reconocen y garantizan derechos colectivos a los pueblos, comunidades, montuvios, indígenas y afroecuatorianos, los cuales forman parte del Estado Ecuatoriano;

Que en el Art. 3, numeral e) de la Ley de Turismo define entre otros, como principios de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos;

Que en el Art. 4, literal a), de la Ley de Turismo, reconoce que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potenciar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

Que el Art. 12 de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos;

Que es necesario elevar los estándares en la prestación de los servicios turísticos en los centros de turismo comunitario, cuya intención es ofrecer un turismo sustentable, solidario y de calidad a los visitantes y una alternativa de trabajo interesante, justo y significativo para sus miembros;

Que el Art. 54, dispone que en lo que no estuviere previsto en la ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile;

Que el Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística;

Que es función del Ministerio de Turismo, según el Decreto Ejecutivo Nro. 1186, que contiene el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, publicado en el Registro Oficial Nro. 244 de 5 de enero del 2004, promover y fomentar todo tipo de turismo receptivo interno, siendo de su exclusiva competencia expedir la normativa que ha de regir en el sector;

Que, mediante Acuerdo Ministerial No. 20090024 de 18 de marzo del 2009, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 565 de 7 de abril del 2009, se expide el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario;

Que es urgente apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo, como una herramienta de lucha contra la pobreza; y,

En uso de sus atribuciones que le confiere el Art. 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva y más normas jurídicas aplicables,

Acuerda:

**Expedir el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.**

**CAPITULO I**  
**Normas Generales**

**Art. 1.-** Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

**Art. 2.-** Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

**Art. 3.-** **Ámbito de aplicación.-** El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

**Art. 4.-** **Personalidad jurídica.-** Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.

**CAPITULO II**  
**De los Derechos y Obligaciones**

**Art. 5.-** **De la Gestión.-** La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.

**Art. 6.-** **Del Ministerio de Turismo.-** Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

**Art. 7.-** **Prestación directa.-** Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios turísticos autorizados en este reglamento, en la zona de su jurisdicción.

**CAPITULO III**  
**Del Registro**

**Art. 8.-** **Requisitos para el Registro de Turismo.-** El registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:

- a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;

- g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,
- h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

**Art. 9.- Procedimiento del Registro.-** Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro.

El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro.

En el caso de las agencias de viajes operadoras, deberán cumplir con los requisitos previstos en el reglamento vigente para las operadoras.

**Art. 10.- Licencia anual de funcionamiento.-** La licencia anual de funcionamiento será conferida por la Municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse descentralizado las competencias del Ministerio de Turismo al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

**Art. 11.-** El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará en lo que es de su competencia, del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelará cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

#### **CAPITULO IV De la Capacitación y Formación Profesional**

**Art. 12.- Certificación.-** Según la actividad o actividades que vayan a realizar una comunidad, de conformidad con el artículo 2 de este reglamento, la persona jurídica que representa a la comunidad, justificará con certificados válidos la capacitación técnica y/o profesional en las actividades turísticas que intervengan sus miembros.

**Art. 13.-** El Ministerio de Turismo promoverá la capacitación técnica y profesional, de quienes ejercen legalmente la actividad turística, de acuerdo al Art. 4 literal e) de la Ley de Turismo.

**Art. 14.- Guías nativos:** Los guías nativos (comunitarios), con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo, podrán conducir turistas en áreas geográficas que corresponden al territorio de la comunidad, al pueblo o nacionalidad al que pertenecen y en interacción con otros centros turísticos comunitarios. En lo demás, se regirán por las disposiciones generales o especiales constantes en los reglamentos respectivos para guías, por cada actividad que desempeñe.

#### **CAPITULO V Del Patrimonio**

**Art. 15.- Oferta Turística.-** Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

**Art. 16.- Prohibición.-** Prohíbese el uso de la expresión "turismo comunitario" o cualquier otra similar que induzca a la idea de la participación de la comunidad en una operación turística, a cualquier establecimiento privado. Su uso indebido será sancionado de acuerdo a la ley aplicable.

**Art. 17.- Sostenibilidad ambiental.-** La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.

**Art. 18.- Exclusividad.-** Los recursos naturales que han sido transformados en atractivos turísticos y que se encuentran asentados en determinado territorio comunitario que cuenta con títulos de propiedad o que se encuentra en posesión ancestral, son de uso exclusivo de ella para la operación turística. (Derecho de dominio, derecho de posesión). Si la empresa privada utiliza los recursos que se encuentran dentro del territorio comunitario deberá hacerlo previa coordinación con la comunidad.

**Art. 19.- Turismo en áreas naturales del Estado.-** Es de competencia de los ministerios de Turismo y del Ambiente coordinar el ejercicio de las actividades turísticas comunitarias en el Patrimonio de Areas Naturales del Estado (PANE), las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas, la fijación y cobro de tarifas por el ingreso y demás aspectos relacionados con el PANE.

Los centros de turismo comunitario deberán sujetarse a los planes de manejo ambientales del PANE, determinadas por el Ministerio del Ambiente y recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas.

**Art. 20.- Turismo en zona de amortiguamiento.-** En aquellas áreas naturales denominadas zonas de amortiguamiento y similares, que sean de uso turístico y constituyan territorios de comunidades, el Ministerio de Turismo definirá conjuntamente con el Ministerio de Ambiente las regulaciones, los servicios, los convenios y concesiones de estas áreas para fomentar el turismo comunitario.

#### **CAPITULO VI Sanciones**

**Art. 21.-** Para el efectivo control de esta actividad, se sancionará de acuerdo a lo que establece el Art. 52 de la Ley de Turismo, en concordancia con el capítulo 11 del reglamento general de aplicación a la ley, sin perjuicio de la aplicación por las autoridades competentes, de las normas atinentes a cada hecho sancionable.

#### **DISPOSICIÓN TRANSITORIA**

En el plazo de 180 días se emitirá la normativa técnica, para la correcta aplicación del presente reglamento.

#### **DISPOSICIÓN FINAL**

Derógase el Acuerdo Ministerial No. 2007-0130 del Ministerio de Turismo, publicado en el Registro Oficial N° 266 de 6 de febrero del 2008.

El presente acuerdo entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Comuníquese y publíquese.- Dado en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, a 25 de febrero del 2010.

f.) Econ. Verónica Sión de Josse, Ministra de Turismo.  
(RO 154: 19-03-2010).

**Anexo 2.** Instructivo para la determinación de la calidad comunitaria de la iniciativa de una comuna.



Secretaría de Pueblos,  
Movimientos Sociales  
y Participación Ciudadana

**ACUERDO No. 008-CGJ-SPMSPC-2012**

**Rosa Mireya Cárdenas Hernández**  
**SECRETARIA DE PUEBLOS, MOVIMIENTOS SOCIALES Y**  
**PARTICIPACION CIUDADANA**

**CONSIDERANDO:**

- Que,** el numeral 5 del Art. 3 de la Constitución de la República, señala que es deber primordial del Estado: planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir;
- Que,** el numeral 2 del Art. 11 de de la Constitución de la República manifiesta que el Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad;
- Que,** los numerales 13 y 24 del artículo 66 de la Constitución de la República consagran el derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria; así como, el de participar en la vida cultural de la comunidad;
- Que,** el numeral 1 del Art. 57 de la Constitución manifiesta que 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, el derecho a mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social;
- Que,** de conformidad con el Art. 95 de la Constitución, la participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria;
- Que,** el Art. 283 de Constitución señala que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado en armonía con la naturaleza, mismo que se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine;
- Que,** el Art. 30 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana en concordancia con el Art. 96 de la Constitución reconoce todas las formas de organización de la sociedad, como expresión de la soberanía popular que contribuyan a la defensa de los derechos individuales y colectivos, la gestión y resolución de problemas y conflictos, al fomento de la solidaridad, la construcción de la democracia y la búsqueda del buen vivir;



- Que,** para el caso de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afroecuatoriano y montubio, el inciso final del Art. 30 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana establece que se respetarán y fortalecerán sus propias formas organizativas, el ejercicio y representatividad de sus autoridades, con equidad de género, desarrollados de conformidad con sus propios procedimientos y normas internas, siempre que no sean contrarios a la Constitución y la ley;
- Que,** el artículo 36 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana señala que las organizaciones sociales que desearan tener personalidad jurídica, deberán tramitarla en las diferentes instancias públicas que correspondan a su ámbito de acción, y actualizarán sus datos conforme a sus estatutos. El registro de las organizaciones sociales se hará bajo el respeto a los principios de libre asociación y autodeterminación;
- Que,** el inciso segundo del artículo 36 ibidem, dispone que el Estado deberá crear un sistema unificado de información de organizaciones sociales; para tal efecto, las instituciones del sector público implementarán las medidas que fueren necesarias;
- Que,** mediante Acuerdo Ministerial No. 20100016, publicado en el registro oficial No.154 del 19 de marzo de 2010, el Ministerio de Turismo, emite el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios;
- Que,** mediante Decreto Ejecutivo No. 982 publicado en Registro Oficial 311 de 8 de abril de 2008, se dispone que la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, organice, mantenga y difunda el Registro Unico de Organizaciones de la Sociedad Civil, consolidando la información de los Ministerios;
- Que,** la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana creada mediante Decreto Ejecutivo No. 133 publicado en el Registro Oficial No. 35 de 7 de marzo de 2007, es el organismo público competente que lidera las políticas públicas destinadas a normar y garantizar la promoción y fortalecimiento de las organizaciones sociales, para cuyo efecto ejecuta las acciones y medidas conducentes a su estimulación, encausamiento y consolidación;
- Que,** mediante Decreto Ejecutivo No. 934, de 10 de noviembre de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 582, de 23 de noviembre de 2011, se nombra a la señora Rosa Mireya Cárdenas Hernández como Secretaria de Pueblos Movimientos Sociales y Participación Ciudadana;
- Que,** las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho a mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico; así como, construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa, siendo responsabilidad del Estado, el proveer los recursos necesarios para el efecto;





Secretaría de Pueblos,  
Movimientos Sociales  
y Participación Ciudadana

**Que,** se torna imperativo contar con un instructivo que permita la determinación de la calidad comunitaria de la iniciativa de una comuna, comunidad, pueblo, y nacionalidad indígena, pueblo afroecuatoriano, pueblo montubio u organización de la sociedad civil, a efectos de que las instancias del Estado puedan coordinar acciones afirmativas para garantizar sus derechos y el Buen Vivir, el Sumak Kawsay; y,

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el numeral 1 del Art. 154 de la Constitución de la República y el Art. 17.2 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, expide el siguiente:

**INSTRUCTIVO PARA LA DETERMINACIÓN DE LA CALIDAD  
COMUNITARIA DE LA INICIATIVA DE UNA COMUNA, COMUNIDAD,  
PUEBLO, Y NACIONALIDAD INDÍGENA, PUEBLO AFROECUATORIANO,  
PUEBLO MONTUBIO U ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL**

**Artículo 1. Ámbito.-** El presente instructivo norma los procedimientos internos de la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, para determinar la calidad comunitaria de la iniciativa de una comuna, comunidad, pueblo, y nacionalidad indígena, pueblo afroecuatoriano, pueblo montubio u organización de la sociedad civil, para la realización de actividades económicas, sociales, culturales, ambientales, de turismo u otra naturaleza lícita.

**Artículo 2. Comunidad.-** Para efectos del presente Instructivo entiéndase por comunidad a una estructura de organización social que integra a familias y/o a hombres y mujeres de un ámbito geográfico determinado, vinculadas por características e intereses comunes, que comparten una historia, idioma, costumbres, tradiciones, valores, visión del mundo, así como, necesidades y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales; basados en los principios de solidaridad, reciprocidad e igualdad, lo cual permite generar una identidad colectiva que les diferencia de otros grupos y/o comunidades y que puede ser denominado como caserío, comuna, comunidad, palenque, recinto, centro, anejo o cualquier otra denominación que tenga las características señaladas.

**Artículo 3. Organización Comunitaria.-** Para efectos del presente Instructivo, organización comunitaria es aquella que se constituye con cinco o más miembros de una comunidad, con el objeto de promover acciones de cualquier naturaleza lícita para conservar, desarrollar y fortalecer sus propias formas de convivencia y organización social en beneficio de su comuna, comunidad, pueblo y nacionalidad indígena, pueblo afroecuatoriano o montubio o de la sociedad civil en general, y que cuenta con el aval de su comunidad o de las comunidades a las cuales representan.

**Artículo 4 Requisitos.-** Las comunas, comunidades u organizaciones comunitarias podrán solicitar a la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, que certifique la calidad comunitaria de su iniciativa, previa presentación de los siguientes requisitos:



- a. Solicitud escrita por el representante legal de la organización;
- b. Copia notariada o certificada por el Secretario de la Organización, del nombramiento del representante legal;
- c. Copia a color de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal de la comunidad u organización;
- d. Acuerdo Ministerial o Resolución de la entidad competente sobre el otorgamiento de la personalidad jurídica de la organización;
- e. Copia certificada de los Estatutos de la organización;
- f. Acta de la Asamblea General de la Comunidad en la que aprueba la realización de la actividad que se va a emprender;
- g. Copia del proyecto de la iniciativa comunitaria;
- h. Las organizaciones comunitarias que no contengan entre sus objetivos, en sus estatutos, el de promover acciones lícitas para conservar, desarrollar y fortalecer sus propias formas de convivencia y organización social en beneficio de su comuna, comunidad, pueblo y nacionalidad indígena, pueblo afroecuatoriano o montubio o de la sociedad civil en general, deberán presentar adicionalmente, el acta de la Asamblea General debidamente certificada por el Secretario, en la que se hubiere aprobado este particular;
- i. Copia simple del RUC; y,
- j. Certificado actualizado del RUOSC.

**Artículo 5. Procedimiento.**- Para la determinación de la calidad comunitaria de la iniciativa de una comuna, comunidad, pueblo, y nacionalidad indígena, pueblo afroecuatoriano, pueblo montubio u organización de la sociedad civil se considerará: que los objetivos de la comuna, comunidad u organización comunitaria se ajusten al presente Instructivo y haya las condiciones óptimas organizativas para el emprendimiento de determinadas actividades o proyectos comunitarios que permitan mejorar la calidad de vida, el Buen Vivir, el Sumak Kawsay de los miembros de la comunidad, para lo cual, se observará el siguiente procedimiento:

1. Las Delegaciones Provinciales de la SPMSPC receptorán y revisarán que la solicitud cumpla con los requisitos determinados en el artículo anterior;
2. La SPMSPC a través de las Delegaciones Provinciales, dentro del término de 8 días de presentada la solicitud, realizará una inspección de campo en la comuna, comunidad u organización comunitaria y verificará que los datos consignados se ajusten a las disposiciones constitucionales, legales, reglamentarias y al presente Instructivo, para lo cual, se podrá coordinar con otras dependencias del Estado;
3. La servidora o servidor público responsable, emitirá su informe técnico, dentro de los tres días laborables luego de haber realizado la inspección, en el que expresará motivadamente si cumple o no con los requisitos para la determinación de la calidad comunitaria de la iniciativa de una comuna, comunidad, pueblo, y nacionalidad indígena, pueblo afroecuatoriano, pueblo montubio u organización de la sociedad civil;
4. El Delegado Provincial verificará que la documentación de sustento se encuentre completa, que cumpla con los requisitos establecidos en el presente Instructivo y la remitirá al despacho de la Máxima Autoridad





Secretaría de Pueblos,  
Movimientos Sociales  
y Participación Ciudadana

institucional o de su Delegado, a fin de que emita la Resolución correspondiente;

5. Con el Informe técnico pertinente y la documentación de sustento, la Máxima Autoridad institucional o su delegado/a, emitirá la Resolución correspondiente, la misma que será comunicada a los interesados y al RUOSC para el registro correspondiente.

**Artículo 6. Información.-** Las organizaciones sociales comunitarias recibirán de la SPMSPC, la información necesaria sobre los mecanismos de legalización, promoción, fortalecimiento y acompañamiento para las organizaciones sociales, así como, sobre la participación con el Estado para el diseño, ejecución y control de los programas y/o proyectos de cogestión en beneficio de la colectividad.

**Artículo 7. Acompañamiento.-** La Subsecretaría de Pueblos e Interculturalidad, de ser necesario, coordinará con otras unidades administrativas de la SPMSPC, para que se facilite el reconocimiento, legalización, fortalecimiento y acompañamiento de las organizaciones sociales comunitarias y su efectiva participación en los asuntos de interés público, para el Buen Vivir, el Sumak Kawsay, especialmente, en favor de los sectores marginados.

**Artículo 8. Gratuidad.** La intervención que realicen las servidoras y servidores públicos de la SPMSPC son a título gratuito. Queda totalmente prohibido solicitar pago o recibir valor alguno como consecuencia de las disposiciones que se imparten en el presente Instructivo.

**Artículo 9.- Aplicabilidad a procesos instaurados.-** Los procesos desarrollados hasta la presente fecha por las diferentes unidades de la SPMSPC, para su validez, deberán ajustarse al presente instructivo en lo que fuere aplicable.

**Artículo 10.-** Encárguese a la Dirección de Enlace Comunitario de la SPMSPC, para la coordinación, control, seguimiento y evaluación, así como de la ejecución y fiel cumplimiento del presente acuerdo.

El presente Instructivo regirá a partir de la fecha de su expedición sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial y en la página web [www.secretariadepueblos.gob.ec](http://www.secretariadepueblos.gob.ec).

Comuníquese y publíquese.-

Dado en San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, a los 22 de mayo de 2018.

Rosa Mireya Cárdenas Hernández

SECRETARÍA DE PUEBLOS, MOVIMIENTOS SOCIALES Y  
PARTICIPACIÓN CIUDADANA

**Anexo 3.** Encuesta realizada a los turistas que visitan el Complejo Termal Turístico San Vicente.



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

**ENCUESTA A VISITANTES DE BANOS TERMALES DE SAN VICENTE**

Esta encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de los visitantes respecto a las condiciones actuales de los atractivos, negocios existentes en la comunidad y recoger sus sugerencias para el mejoramiento y desarrollo de las actividades turísticas del sector.

Sexo: M  F  Edad: \_\_\_\_\_

Lugar de Residencia: \_\_\_\_\_

1. ¿Con qué frecuencia visita usted el Complejo turístico de Baños de San Vicente?

Siempre  Frecuentemente  Muy Poco  
 Primera Vez

2. ¿Cuántas horas aproximadas permanece dentro del complejo?

2 horas  5 horas  Día entero

3. ¿Cuál fue su motivo de visita al Complejo turístico?

Salud  Relajación  Recreación

4. A parte del atractivo principal "El Complejo Turístico Baños Termal San Vicente", que se encuentra en la Comuna de San Vicente, que otro tipo de servicios le gustaría encontrar?

- Patio de comidas en el complejo     Guías comunitarios  
 Centro de artesanías     Hospedaje Comunitario  
 Centro de interpretación     Otros (especifique)

---

5. Sus comentarios respecto a los recursos, instalaciones, etc.

---

---

**Muchas Gracias!**

**Anexo 4.** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Baños Termales de San Vicente.



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

**ENCUESTA A HABITANTES DE LA COMUNA BANOS TERMALES DE  
SAN VICENTE**

Esta encuesta tiene como finalidad conocer a qué actividad se dedica cada miembro de la comuna para determinar qué tipo de micronegocios pueden emprender.

Familia: \_\_\_\_\_

1. Número de personas que integran la familia

Hombres \_\_\_\_\_ Mujeres \_\_\_\_\_ Niños \_\_\_\_\_

2. ¿Cuántos miembros de su familia trabajan?

\_\_\_\_\_

3. ¿Qué actividad económica realizan?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. ¿Trabaja en algún lugar específico dentro de la comuna? (En el caso de ser Sí donde)

SI       NO

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. Nivel de estudio (Personas que trabajan en la familia)

- Primario     Secundario     Superior  
 Primario Inconcluso     Secundario Inconcluso  
 Superior Inconcluso

6. ¿Cuáles el ingreso promedio familiar?

\_\_\_\_\_

7. ¿Cuenta la familia con algún tipo de micronegocio?

- SI     NO

8. En el caso de contar con micronegocio ¿Cuáles?

\_\_\_\_\_

9. ¿Le gustaría contar con negocio turístico propio dentro de la comuna?

(En el caso de que la pregunta N° 7 sea NO)

- SI     NO

10. Si se le diera la oportunidad de crear un micronegocio turístico ¿Qué tipo de negocio le gustaría emprender? (Respuesta si contesto la pregunta anterior)

\_\_\_\_\_

11. ¿Tiene conocimiento sobre los programas de financiamiento de proyectos turísticos que esta otorgando el Ministerio de Turismo?

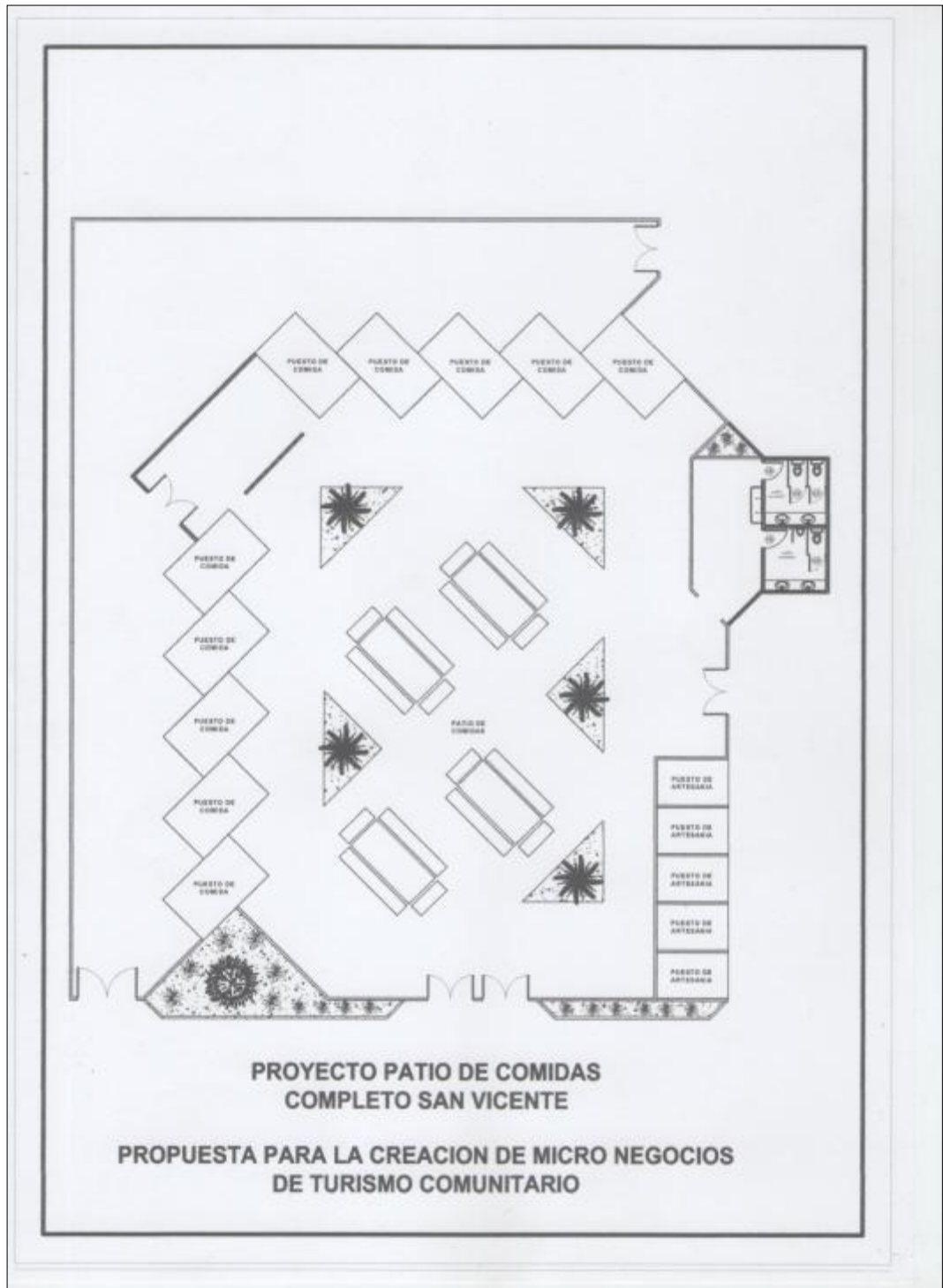
- SI     NO

12. En el caso de la respuesta ser Si ¿Cuál conoce?

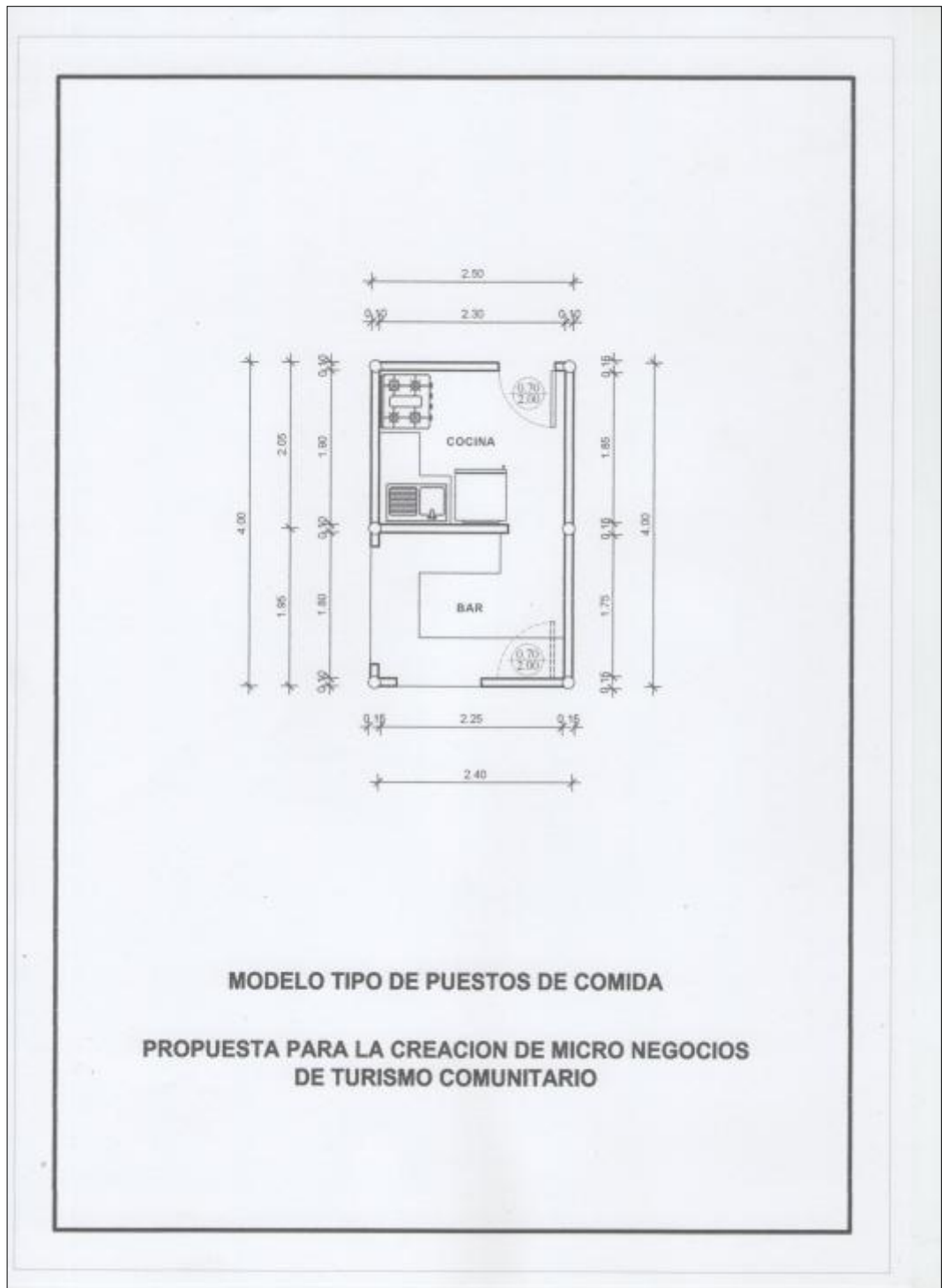
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

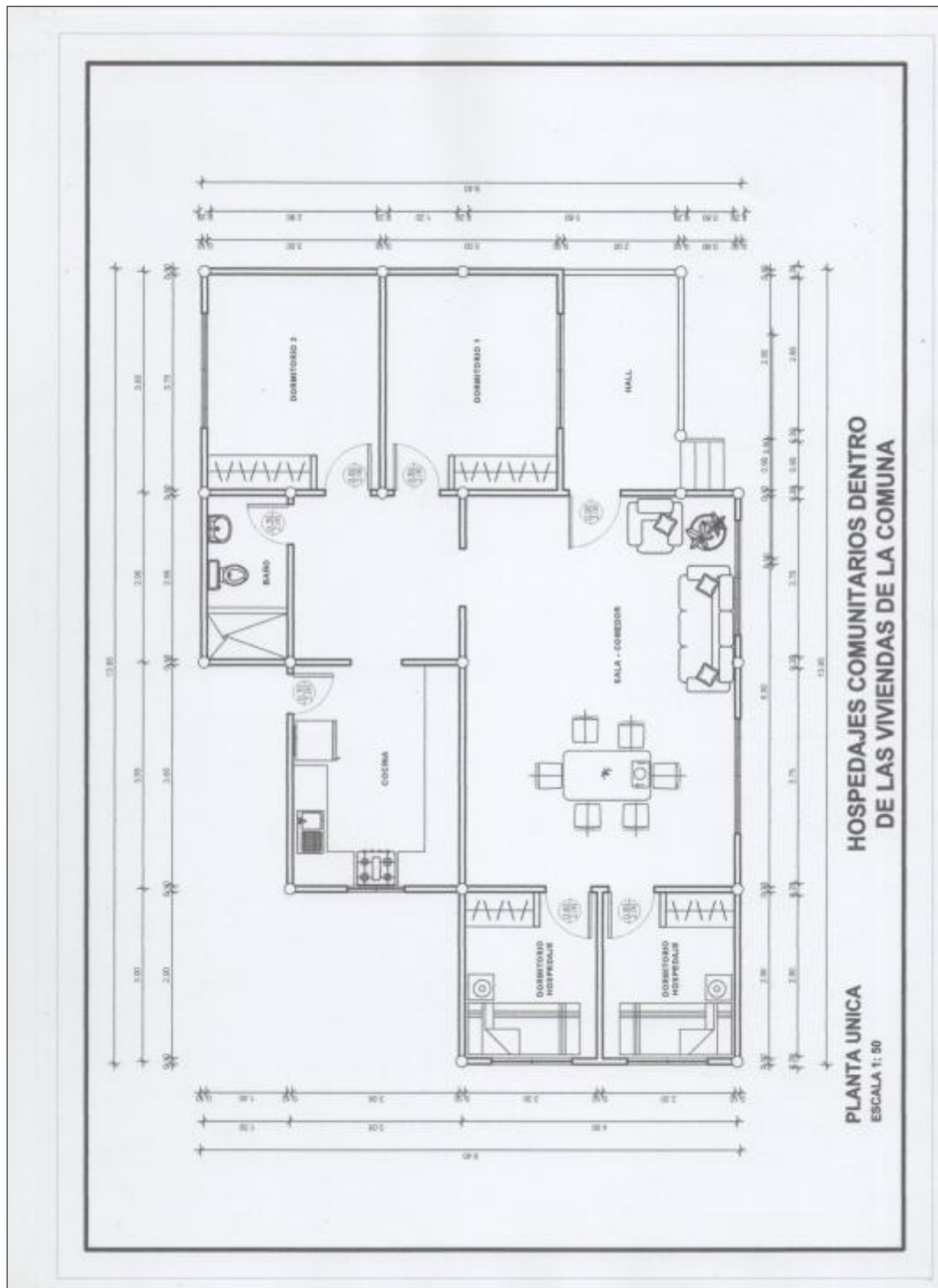
**Anexo 5.** Área de Alimentos y Bebidas y Centro de artesanías dentro del Complejo Turístico Termal.



**Anexo 6.** Estructura de los locales del Área de Alimentos y Bebidas.

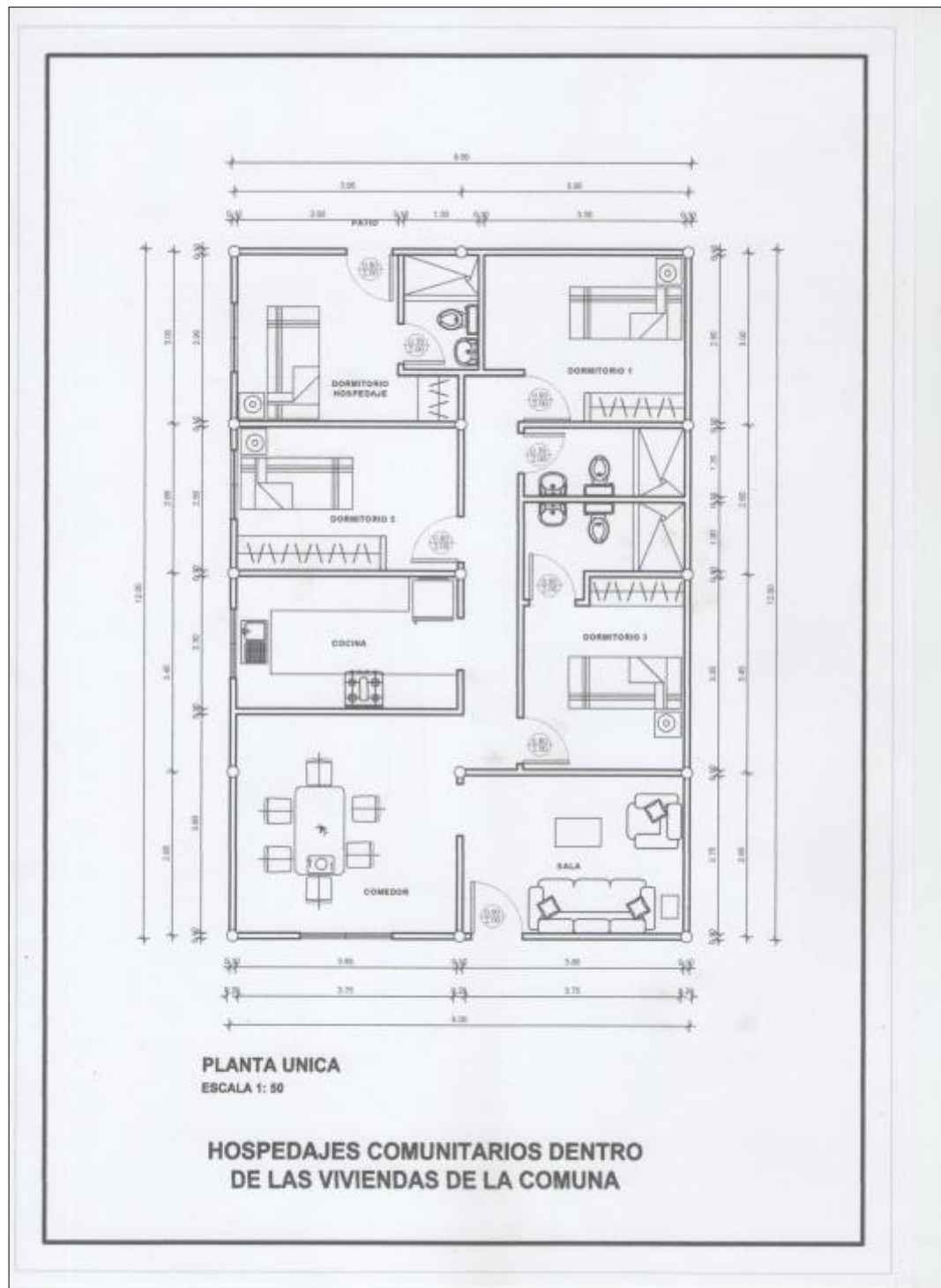


Anexo 7. Hospedaje Comunitario. Casa de una planta, con cuartos dependientes.

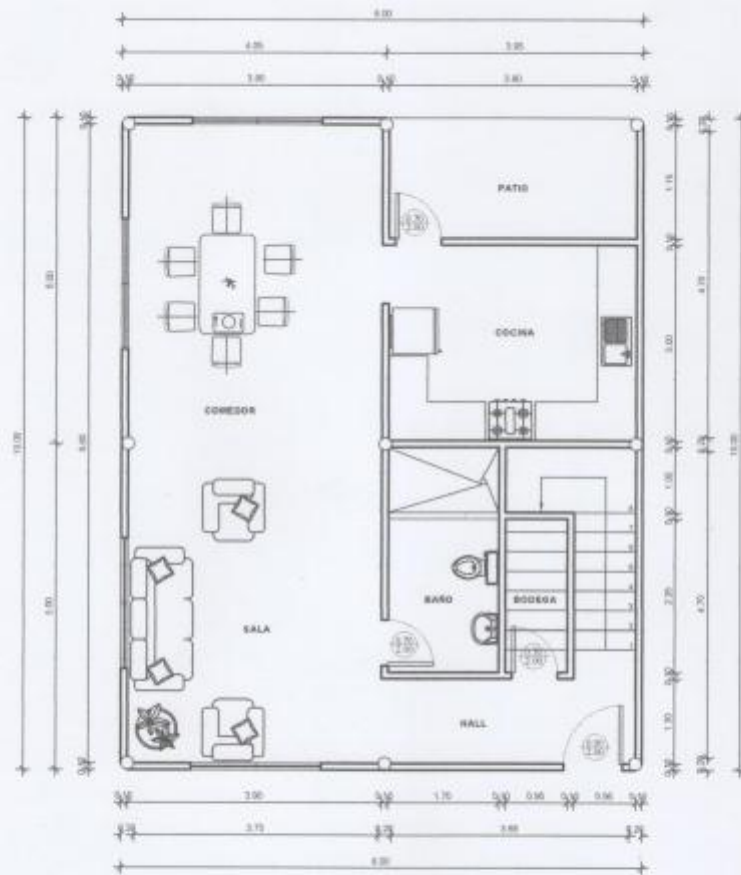




**Anexo 8.** Hospedaje Comunitario. Casa de una planta, con habitación independiente.

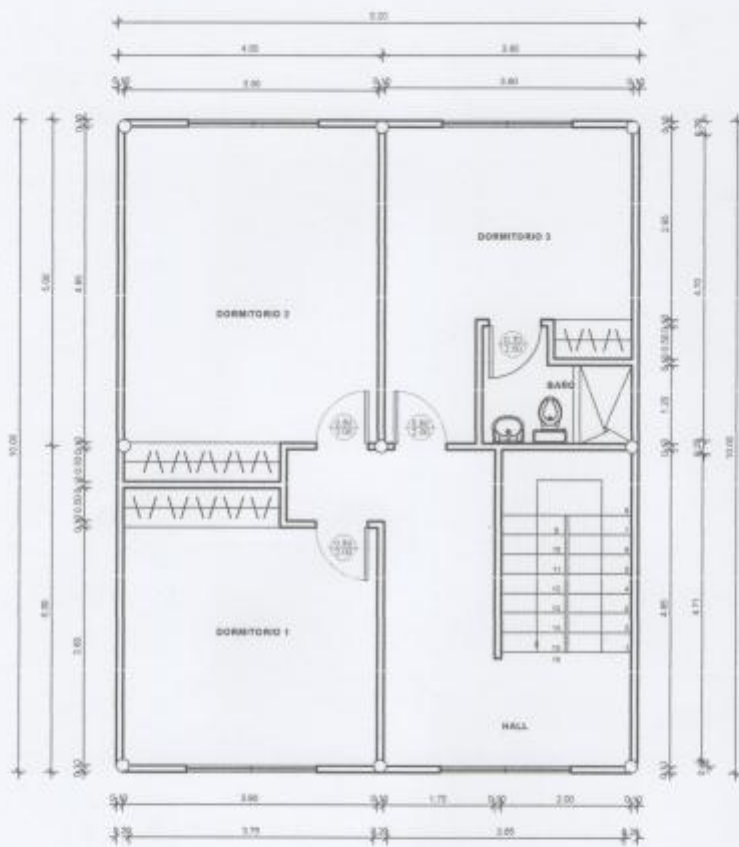


**Anexo 9. Hospedaje Comunitario. Casa de dos plantas.**



**PLANTA BAJA**  
ESCALA 1: 50

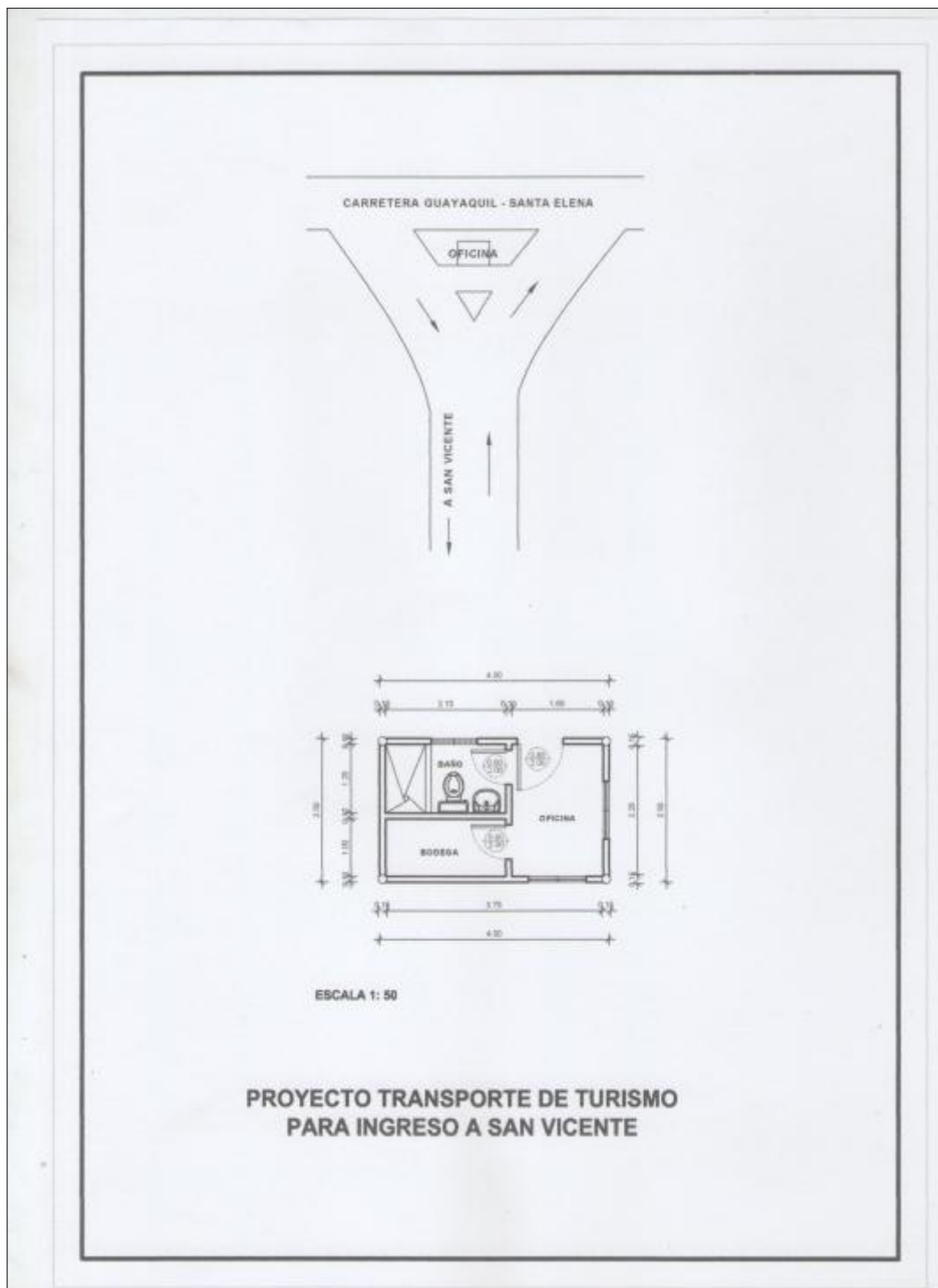
**HOSPEDAJES COMUNITARIOS DENTRO  
DE LAS VIVIENDAS DE LA COMUNA**



**PLANTA ALTA**  
**ESCALA 1: 50**

**HOSPEDAJES COMUNITARIOS DENTRO  
 DE LAS VIVIENDAS DE LA COMUNA**

**Anexo 10.** Estructura para ofrecer el servicio de transporte.



**Anexo 11.** Programa "Consolida Turismo Comunitario" del Ministerio de Turismo.



**NOMBRE DEL PROGRAMA: CONSOLIDA TURISMO COMUNITARIO**

**OBJETIVO.**

El programa pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo del Ministerio de Turismo a las comunidades que desarrollan actividades turísticas.

**COMPONENTES**

- Capacitación a través del Programa de Capacitación Turística Nacional y sus componentes Turismo Comunitario y Negocios Turísticos Productivos.
- Asistencia Técnica Especializada en la generación de proyectos turísticos comunitarios sostenibles y competitivos, y en la formalización de los emprendimientos turísticos comunitarios.
- Acceso a crédito a través del Sistema Financiero Nacional.
- Promoción y difusión de las iniciativas de turismo comunitario sostenibles.

**¿A QUIÉN SE DIRIGE?**

El programa está dirigido a todas las comunidades organizadas que desarrollan actividades turísticas.

**¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS?**

- Acceso a líneas de crédito con la banca pública.
- Formación a los miembros de la comunidad dentro del Programa Nacional de Capacitación Turística.
- Generación de Planes de Negocios para las comunidades participantes del programa.
- Difusión y promoción de las iniciativas turísticas comunitarias.
- Dotación de camisetas y gorras a los miembros de la comunidad.



**REQUISITOS PARA ACCEDER AL PROGRAMA:**

- Comunidades legalmente reconocidas por la Secretaría de los Pueblos y Nacionalidades.
- Comunidades en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR.

Para más información puede contactarse con:

Ing. Paúl León  
Dirección de Proyectos e Inversiones – Comunidades  
Oficina 022507555 Ext. 1214  
[pleon@turismo.gov.ec](mailto:pleon@turismo.gov.ec)  
QUITO ECUADOR

**Anexo 12.** Solicitud de Registro de Turismo para Centros de Turismo Comunitario.

|   |  |   |
|---|--|---|
|  | <b>SOLICITUD DE REGISTRO<br/>CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS</b> |  |
|---|--|---|

.....a.....de.....del 20.....

Yo, \_\_\_\_\_ en calidad de Representante Legal de la Comunidad \_\_\_\_\_ con cedula de ciudadanía No. \_\_\_\_\_ Nombramiento que fue aprobado en fecha \_\_\_\_\_ solicito al (a \_\_\_\_\_), señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Registrar las actividades turísticas que se desarrollarán en nuestra Comunidad, y que tienen las siguientes características:

Personería Jurídica: .....

Ubicación de la Comunidad:.....

|  |           |        |        |
|--|-----------|--------|--------|
|  | Provincia | Cantón | Ciudad |
|--|-----------|--------|--------|

Contactos de la Comunidad: e-mail..... Teléfono:.....

Página Web .....

Fecha de Constitución:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....

Descripción de las Actividades Turísticas:

Alojamiento:.....

Alimentos y Bebidas.....

Otros.....

Observaciones:.....

.....

**Atentamente,**

**REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMUNIDAD**

VERSION 01



SOLICITUD DE REGISTRO  
CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS



**REQUISITOS PARA REGISTRO CENTROS TURISTICOS  
COMUNITARIOS**

- 1. Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- 2. Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- 3. Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- 4. Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- 5. Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- 6. Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- 7. Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- 8. Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- 9. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. **(Firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).**

**Anexo 13.** Servicios financiados por el BNF.

| Tipos de Negocios Turísticos   |                                     |  |  |
|--|-------------------------------------|--|--|
| A) ALOJAMIENTO HOTELERO  | B) ALOJAMIENTO EXTRA HOTELERO       | 4. Centros de recreación turística   | - Carretas   |
| 1. Hotel   | 1. Complejos vacacionales           | E) TRANSPORTACIÓN A TRAVÉS DE AGENCIA DE VIAJE OPERADORA DE TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE | - Tricimotos   |
| 2. Hotel Residencia  | 2. Apartamento turístico            | 1. Marítimo  | F) AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO                      |
| 3. Hotel Apartamento (Apart-hotel)   | 3. Campamentos Turísticos (camping) | - Lanchas de pasajeros   | 1. Agencia de viajes mayorista                       |
| 4. Hostal  | 4. Ciudades vacacionales            | - Lanchas de tour diario   | 2. Agencia de viajes internacional (*)               |
| 5. Hostal Residencia   | 5. Centro turístico comunitario     | 2. Fluvial (canoas)  | 3. Agencia de viajes operadora                       |
| 6. Pensión   | C) SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS  | 3. Terrestre   | 4. Agencia dual                                      |
| 7. Hostería  | 1. Restaurante                      | - Buses  | G) HIPÓDROMO Y PARQUES                               |
| 8. Paraderos   | 2. Cafetería                        | - Vans   | 1. Hipódromos  |
| 9. Cabañas   | 3. Fuente de soda                   | - Mini vans  | 2. Parques de atracciones estables                   |
| 10. Refugio  | 4. Drive in                         | - Vehículos 4x4  | H) INTERMEDIACIÓN                                    |
| 11. Parador  | D) SERVICIO DE ENTRETENIMIENTO      | - Vehículos livianos   | 1. Centros de convenciones                           |
| 12. Albergue   |                                     | - Tricar   | 2. Salas de recepciones y banquetes                  |
| 13. Hotel Boutique   | 1. Termas y balnearios              | - Cuadrones  | I) ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, CONGRESOS Y CONVENCIONES |
| 14. Hacienda Turística   | 2. Boleras                          | - Motos  |  |
| (*) Se exceptúan moteles.  | 3. Pistas de patinaje               | - Bicicletas   |  |
| <p>J) EL PROGRAMA ADEMÁS SE ENFOCA EN : Servicios complementarios a la cadena de valor del sector turístico, como son: cabinas telefónicas y comunicaciones, compañías de equipamiento y venta de accesorios para los turistas y/o establecimientos turísticos (camping, montañismo, etc.)</p> |                                     |  |  |



**Anexo 14.** Requisitos necesarios para obtener Crédito de Producción, Comercio y Servicio en el BNF.



Crédito  
Producción,  
Comercio  
y Servicio

**Sujeto de crédito:**  
Personas naturales o jurídicas legalmente constituidas.

**Financiamiento:**  
Hasta el 80% del proyecto de la inversión a realizar.

**Interés:**  
Tasa de interés vigente.

**Garantía:**  
Quirografaria (personal), prenda o hipotecaria.

**Destinos**

- Agrícola.
- Pecuário.
- Pequeña industria.
- Artesanía.
- Turismo.
- Pesca artesanal.
- Piscícola.
- Maquinaria.
- Comercio.
- Servicios.
- Acuicola.

### Requisitos

**REQUISITOS OBLIGATORIOS:** 

- Copia blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación (último proceso electoral) del cliente, garante y sus respectivos cónyuges, según sea el caso.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE.
- Copia del comprobante de luz, agua, o teléfono del cliente y garante según sea el caso (con una antigüedad no mayor a 60 días).
- Plan de inversión (formato entregado por el Banco), para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000
- Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar, para préstamos superiores a los \$100.000
- Para compras de activos fijos: cotización o proforma de los bienes a adquirir.

**DE ACUERDO AL CASO, SE EXIGIRÁ LA PRESENTACIÓN DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:** 

- Copia de los estados financieros actualizados.
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta de los tres últimos ejercicios económicos, (si estuviera obligado hacerlo).

**PARA CLIENTES EXTRANJEROS:** 

- Copia legible a color o blanco/negro de la cédula de identidad, visa vigente, o documento que acredite su condición de refugiado en el país.

## Anexo 15. Requisitos para obtener Crédito Asociativo en el BNF.



**Crédito Asociativo**

**Sujeto de crédito:**  
Organizaciones debidamente constituidas en el país, conforme lo establece la normativa de los ministerios, organismos seccionales o instituciones públicas.

| Financiamiento:  |
|--|
| Hasta el 100% del proyecto de la inversión a realizar. |

| Plazo                                      |
|--|
| Según el tipo de sector de financiamiento. |

| Interés                  |
|--------------------------|
| Tasa de interés vigente. |

| Garantía   |
|--|
| Quirografaría (personal), prendaria o hipotecaria. |

| Destinos  |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Compra de tierras.</li><li>• Agrícola.</li><li>• Pecuario.</li><li>• Turismo.</li><li>• Piscícola.</li><li>• Agroartesanal.</li></ul> |

### Requisitos

- Copia legible en blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación (último proceso electoral) de los representante(s) legal(es), codeudor o garante.
- Copia de la personería jurídica de constitución de la Asociación u Organización.
- Copia de los estatutos actualizados de la Asociación.
- Copia del nombramiento actualizado, debidamente inscrito, de los representantes legales.
- Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Copia de la nómina de socios del último ejercicio económico, presentado al Ministerio competente.
- Copia de los estados financieros actualizados.
- Copia del comprobante de agua, luz o teléfono (con una antigüedad no mayor a 60 días), de la sede de la Asociación.
- Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar, para préstamos superiores a los \$100.001
- Plan de inversión (formato entregado por el Banco), para prestamos desde \$20.000 hasta \$100.000