

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**“Propuesta de desarrollo de producto turístico en Santa Martha,  
cantón Vinces de la provincia de Los Ríos”**

**AUTORES:**

**Illescas Acosta Willie Ray**

**Ulloa Villamar Robert Israel**

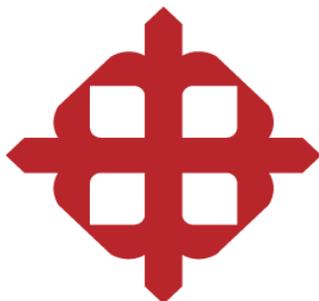
**Proyecto de Titulación previo a la obtención del Título de:**  
**Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Lcdo. Xavier Enrique Arosemena Ortega, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **WILLIE RAY ILLESCAS ACOSTA Y ROBERT ISRAEL ULLOA VILLAMAR**, como requerimiento parcial para la obtención del **Título de Ingenieras en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras bilingüe**.

**TUTORA**

---

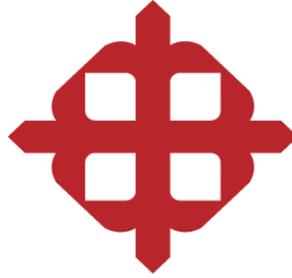
**Lcdo. Xavier Enrique Arosemena Ortega, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Willie Ray Illescas Acosta**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación de **Propuesta de desarrollo de producto turístico en Santa Martha, cantón Vinces de la provincia de los Ríos** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe**, ha sido desarrollado 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 total autoría.

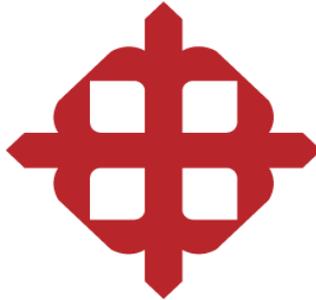
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015**

**EL AUTOR**

---

**Willie Ray Illescas Acosta**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Robert Israel Ulloa Villamar**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación de **Propuesta de desarrollo de producto turístico en Santa Martha, cantón Vinces de la provincia de los Ríos** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe**, ha sido desarrollado 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 total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015**

**EL AUTOR**

---

**Robert Israel Ulloa Villamar.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco ante todo a Dios por dármele oportunidad de cumplir cada una de mis metas que me propongo, esta meta en particular, es una de las más importantes de mi vida, poder ser un profesional. A mis padres por haberme apoyado en todo lo que me propongo y decido hacer en la vida, ellos nunca me han dejado solo siempre me han apoyado en las buenas y en las malas.

A mi tutor, que nos guió y nos apoyó durante el transcurso del proyecto para poder terminarlo, sin él no lo hubiésemos podido culminar y, a los profesores durante toda mi carrera que me encaminaron por el camino correcto para llegar a este título tan anhelado.

**Willie Ray Illescas Acosta**

## **DEDICATORIA**

A mi familia que es lo más importante en mi vida que me apoyaron, y me decían tienes que terminar tu titulación en este año sea como sea, en especial a mi madre Feliciano Acosta y mi padre Enrique Illescas que jamás se negaron en un apoyo para el bienestar mío.

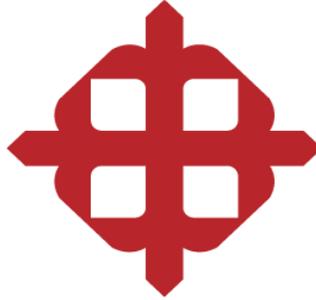
A las personas que me motivaron a terminar esta etapa de mi vida por la cual muchos desean terminarla y yo soy uno de los privilegiados en poder realizarlo.

**Willie Ray Illescas Acosta**

## **DEDICATORIA**

Dedico el esfuerzo de este trabajo a Dios, por la bendición de tener a mis padres Rosa y Ángel quienes fueron un gran apoyo emocional, guiándome con sus consejos y experiencias, sacrificando su tiempo para que yo pueda cumplir con el mío; a mi hermano Xavier por motivarme y alentarme a continuar brindándome su amistad y, a ti Habrán, por el gran sacrificio que hiciste para que podamos cumplir con muchos objetivos y, finalmente a Key Parra por acompañarme incondicionalmente en este periodo de tesis, a ustedes por siempre mi corazón y agradecimiento.

**Robert Israel Ulloa Villamar**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CALIFICACIÓN**

<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Nota final del Tutor</b>
<b>ROBERT ISRAEL ULLOA VILLAMAR</b>	
<b>WILLIE RAY ILLESCAS ACOSTA</b>	

---

**Lcdo. Xavier Enrique Arosemena Ortega, Mgs.**

**Tutor**

## INDICE GENERAL

RESUMEN.....	XV
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XVI</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>18</b>
<b>GENERALIDADES</b> .....	<b>18</b>
1.1 Antecedentes .....	18
1.2 Planteamiento del problema.....	18
1.3 Formulación del problema .....	19
1.4 Justificación del tema.....	19
1.5 Objetivo.....	20
Objetivo General .....	20
Objetivos específicos .....	20
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>21</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>21</b>
2.1 MARCO TEÓRICO.....	21
2.1.1 Etimología de turismo .....	21
2.1.2 Parador turístico .....	21
2.1.3 Turismo desde el punto de vista económico .....	21
2.1.4 Industrias turísticas.....	22
2.1.5 Sistema turístico .....	22
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	23
2.2.1 Visitantes internos .....	23
2.2.2 Recreación .....	23
2.2.3 Agroturismo .....	23
2.2.4 Turismo gastronómico: .....	23

2.2.5	Corredores turísticos:	24
2.2.6	Humedal	24
2.3	MARCO REFERENCIAL	24
2.3.1	Parador turístico El Samán	24
2.4	MARCO TURISTICO	25
2.4.1	Plan de Turismo Provincial	26
2.5	MARCO LEGAL	27
2.5.1	Constitución de la República del Ecuador	27
2.5.2	Plan Nacional del Buen Vivir	28
2.5.3	Ley de turismo	29
2.5.4	Reglamento general de la ley de turismo	31
<b>CAPÍTULO III</b>		32
<b>METODOLOGÍA</b>		32
3.1	Método de investigación	32
3.2	Diseño de la investigación a efectuar	33
3.2.1	Encuestas	33
3.3	Universo-Población	33
3.4	Muestra	34
3.5	Procedimiento muestral	35
3.6	Presentación de resultados de las encuestas realizadas	35
3.7	Entrevista	39
3.7.1	Entrevista al propietario del parador turístico El Establo	39
<b>CAPÍTULO IV</b>		41
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>		41
4.1	F.O.D.A.	41
4.2	Oferta del mercado	42

4.3	Demanda de mercado.....	42
4.4	Diagnóstico del mercado en base a la investigación.....	43
	<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>43</b>
	<b>PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL EMPRENDIMEINTO .....</b>	<b>43</b>
5.1	Estudio organizacional.....	43
5.2	Razón social.....	43
5.2.1	Objeto social.....	44
5.3	Logo .....	44
5.4	Slogan.....	44
5.5	Misión.....	44
5.6	Visión .....	44
5.7	Políticas .....	44
5.8	Valores .....	45
5.9	Organigrama.....	45
5.9.1	Estructura organizacional .....	46
5.10	Horarios.....	47
5.11	Permisos de funcionamiento .....	47
5.12	Localización del proyecto .....	47
5.12.1	Micro localización.....	49
<b>5.13</b>	<b>Humedal Abras de Mantequilla.....</b>	<b>50</b>
<b>5.14</b>	<b>Distribución física el espacio .....</b>	<b>51</b>
<b>5.15</b>	<b>Área de recreación .....</b>	<b>52</b>
5.15.1	Horario de funcionamiento.....	53
5.15.2	Infraestructura necesaria .....	53
5.16	Productos a ofrecer.....	53
<b>5.17</b>	<b>Plan de marketing .....</b>	<b>54</b>

5.17.1 Segmentación del mercado.....	54
5.18 Perfil del consumidor .....	55
5.19 Factores que influyen en la decisión de compra .....	56
5.20 Roles de compra .....	56
5.21 Marketing Mix.....	56
<b>5.21.1 Producto .....</b>	<b>56</b>
<b>5.21.2 Posicionamiento .....</b>	<b>57</b>
<b>5.21.3 Competencia .....</b>	<b>58</b>
<b>5.22 Presupuesto de marketing .....</b>	<b>58</b>
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>60</b>
<b>FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>60</b>
<b>6.1 Detalle financiero.....</b>	<b>60</b>
6.1.1 Detalles de ingresos .....	60
6.1.2 Pérdidas y ganancias.....	61
6.1.3 Balance general proyectado.....	62
6.1.4 Flujo de caja proyectado.....	63
6.2 Evaluación financiera.....	64
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>66</b>
<b>IMPACTOS .....</b>	<b>66</b>
<b>6.1 Impacto turístico .....</b>	<b>66</b>
6.2 Impacto social .....	66
7.3 Impacto ambiental.....	67
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>68</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>69</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>73</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Figura 1</b> INEC (2010) .....	33
<b>Figura 2</b> INEC (2010) .....	34
<b>Figura 3</b> Sexo .....	35
<b>Figura 4</b> Edad .....	36
<b>Figura 5</b> Frecuencia .....	36
<b>Figura 6</b> Motivación .....	37
<b>Figura 7</b> Compañía .....	37
<b>Figura 8</b> Área de recreación turística .....	38
<b>Figura 9</b> Actividades .....	38
<b>Figura 10</b> Medio de comunicación.....	39
<b>Figura 11</b> Logo .....	44
<b>Figura 12</b> Valores .....	45
<b>Figura 13</b> Organigrama .....	45
<b>Figura 14</b> Localización.....	47
<b>Figura 15</b> Localización.....	49
<b>Figura 16</b> Interior del establecimiento .....	52
<b>Figura 17</b> Espacios .....	52
<b>Figura 18</b> Investigadores .....	56
<b>Figura 19</b> Página oficial de Facebook.....	59
<b>Figura 20</b> Página oficial de Facebook.....	59
<b>Figura 21</b> Redes Sociales .....	59
<b>Figura 22</b> Impacto turístico .....	66
<b>Figura 23</b> Impacto social .....	66
<b>Figura 24</b> Impacto ambiental .....	67

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> FODA .....	41
<b>Tabla 2</b> Horario de trabajo.....	47
<b>Tabla 3</b> Presupuesto de marketing.....	58
<b>Tabla 4</b> Tabla de ingresos anuales.....	61
<b>Tabla 5</b> Pérdidas y ganancias .....	62
<b>Tabla 6</b> Balance Inicial Proyectado.....	63
<b>Tabla 7</b> Flujo de caja proyectado .....	64
<b>Tabla 8</b> Evaluación financiera .....	64
<b>Tabla 9</b> Payback .....	65
<b>Tabla 10</b> Flujos acumulados.....	65
<b>Tabla 11</b> Ratios.....	65

## RESUMEN

El presente proyecto se trata de una propuesta de desarrollo de un producto turístico en Santa Martha, cantón Vinces, enfocado en la inversión para el mejoramiento de un parador turístico con servicios de recreación para la población del cantón, que se encuentra ubicado en la carretera E48 de Palestina-Vinces.

El concepto de este parador turístico es poder darle a la población de Vinces un lugar de recreación y de poder tener un contacto indirectamente con la naturaleza, teniendo un ambiente de integración y de relajación, adicional el servicio de la gastronomía típica en el restaurante donde podrá disfrutar de los platos endémicos del sector y degustar de la gastronomía local.

La idea de este proyecto se origina al observar que existía un parador turístico con la infraestructura adecuada y adicionalmente contaba con espacio para poder realizar las mejoras de un lugar de recreación, que le faltaba un estudio de plan de marketing para darse a conocer al sector de Vinces, lo cual con el estudio específico usando los métodos adecuados como fueron las encuestas, que generan los resultados de las necesidades del consumidor e indican que el sector de Vinces no contaba con un lugar de recreación donde se pueda pasar el tiempo ya sea con amigos, familiares o degustar de la gastronomía típica del sector en un mismo lugar, lo cual llamaba la atención de los posibles clientes.

La inversión inicial será de \$14.950, el cual será financiado el 70% con un préstamo a la CFN y el 30% será aportación del propietario y se pudo certificar que es un proyecto rentable ya que se observó la TIR que salió un 40,97% el valor neto del VAN es de \$19.142,27. Se está obteniendo un índice de rentabilidad de \$1,72 por cada dólar invertido, y se recuperará la inversión al año 1 con 4 meses.

**Palabras claves:** Parador turístico, recreación, naturaleza, gastronomía, plan de marketing.

## ABSTRACT

This project is a proposal to develop a tourism product in Santa Martha, canton Vinces investment focused on improving a tourist center with recreational facilities for the population of the canton Vinces, which is located on the road E48 Palestine-Vinces.

The concept of this tourist center is to give the population of Vinces a place of recreation and to have an indirect contact with nature, taking an inclusive environment and relaxation, additional service the cuisine in our restaurant where you can enjoy dishes endemic area and taste the local cuisine.

The idea of this project originates noting that there was a tourist center with adequate infrastructure and had further room to make improvements in a place of recreation, it lacked a marketing plan study to be released to the sector Vinces, which with the specific study using appropriate methods as were surveys, generating us the results of consumer needs, were directed to the area of Vinces did not have a place of recreation where you can spend time either friends, family or enjoy the typical cuisine of the sector in one place, which attracted the attention of potential customers.

The initial investment will be \$ 14,950, which will be funded 70% with a loan to the CFN and 30% owner's contribution and will be able to certify that it is a profitable project because the IRR that came out a 40.97% was observed VAN net value is \$ 19,142.27. They're getting a rate of return of \$ 1.72 for every dollar invested, and the investment will pay off 1With four months a year.

**Keywords:** Tourist hostel, recreation, nature, gastronomy, marketing plan.

## INTRODUCCIÓN

Se puede verificar que el Gobierno ecuatoriano en estos últimos años ha destinado presupuesto y talento humano para desarrollar una estrategia de turismo y plan de marketing: la campaña principal que se ha desarrollado a nivel nacional e internacional es “ All you need is Ecuador”, en las últimas estadísticas del MINTUR se puede observar un incremento notable de ingreso de turistas al país por los diferentes programas realizados, por ende se debe mejorar la calidad de servicio, infraestructura y la imagen de cualquier espacio donde se brinde servicios turísticos, para que los turistas se sientan satisfechos. Se espera que en unos 5 años Ecuador se pueda comparar con los grandes países del primer mundo y lo elijan como uno de los primeros destinos turísticos de América Latina, como opción para conocer la flora, fauna y la biodiversidad que posee.

El ministerio de Turismo plantea unos parámetros para desarrollar turismo sostenible y sustentable, esto se lo puede observar en PLANDETUR 2020 (Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible en Ecuador), con esto se espera que hasta el 2020 en el país se haya potenciado el de más negocios turísticos con la inversión privada y pública, los indicadores mencionados en este plan contribuyen con el desarrollo de proyectos a nivel turístico.

El tema propuesto para la investigación se apega con algunos objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017, y el PLANDETUR 2020, el desarrollo de las mejoras del área recreativa “El establo” en Santa Martha, Cantón Vinces, Provincia de los Ríos, contribuye al turismo del lugar, cerca de este sitio existen muchos atractivos turísticos, fiestas locales, la más conocida de todas es la llamada "Regatas de Vinces" que se llevan a cabo en el mes de marzo. Todos los años este evento congrega a más de 1000 personas, todos estos turistas que al ingresar a Vinces pasarán por el paradero turístico.

Con el presente proyecto se pretende activar planes de desarrollo en el ámbito turístico del cantón Vinces, al mismo tiempo crear fuentes de trabajo, también para motivar al comunero de la localidad a obtener ingresos de otra actividad que no sea la agricultura. Para llevar a cabo, este proyecto será necesario implementar y la infraestructura turística, para brindar la facilidad y comodidad necesaria de alimentación y recreación, de esta forma satisfacer las necesidades del turista interno y externo.

# **CAPÍTULO I**

## **GENERALIDADES**

### **1.1 Antecedentes**

El cantón Vinces según la revista oficial (Bienvenidos a Vinces Ecuador, "n.d.), está asentado en la Provincia de Los Ríos, la misma que fue fundada en 1.860, su capital es Babahoyo, la mayoría de la población se autodenomina Montubia. Su principal fuente de ingreso económico es la agricultura.

El cantón Vinces es uno de los más antiguos de la provincia de Los Ríos, donde se concentra la mayoría de la población con 71.736 habitantes entre hombres y mujeres.

El clima es tropical, los principales ingresos económicos en las familias de Vinces se da por la agricultura, ganadería y comercio. Los atractivos turísticos son: el Malecón por donde pasa el río, el humeral Abras de Mantequilla, las haciendas que son las productoras del mejor cacao del país y la gastronomía típica del lugar.

El proyecto del área recreativa "El establo" se desarrollará en Santa Martha parroquia rural del cantón Vinces, ubicada al sur a 10 minutos de la capital, se propone brindar un espacio de recreación familiar, con el servicio de restaurante de comida típica, canchas de futbol, vóleibol, piscina, paseo a caballo, entre otros.

### **1.2 Planteamiento del problema**

El turismo interno se ha incrementado notablemente en Ecuador en los últimos 7 años, debido a diferentes tipos de promociones a nivel nacional por parte del gobierno o los G.A.D (Gobierno Autónomo Descentralizado), este fenómeno ha causado excelentes ingresos económicos a Ecuador, pero también han causado problemas como: negocios turísticos en todo el país sin una previa planificación, es decir, no han cuidado que las actividades turísticas que se realizan sean sostenibles y no destruyan el medio ambiente.

Esta provincia tiene una gran cantidad de atractivos turísticos, donde se pueden desarrollar proyectos turísticos, pero el desinterés ha hecho que se creen emprendimientos en forma desordenada y como no reciben promoción, algunos han quebrado o no desarrollan económicamente.

La zona donde se desarrollará el proyecto cuenta con un área que es el restaurante y el respectivo parqueo, el apoyo en proyectos turísticos por parte de las autoridades del cantón no ha permitido que se mejoren las instalaciones, siendo así que el propietario del lugar debe buscar fuentes de inversión fuera de la provincia, todo lo mencionado anteriormente ha sido un factor .

Otro de los aspectos que impide que el atractivo turístico sea conocido a nivel provincial y nacional es la ausencia de promoción turística por parte del área de turismo del cantón Vinces, que destinan bajo presupuesto para este departamento, no existe información de atractivos y lugares turísticos en la página web.

Todos los indicadores mencionados anteriormente dan la pauta para desarrollar el proyecto de emprendimiento en Santa Martha en el área recreativa El Establo, que carece de una división y un estudio de espacio para poder implementar instalaciones que permitan desarrollar el entretenimiento de los turistas y las familias de los alrededores, se espera también que el personal que labore en este lugar esté debidamente capacitado en su área.

En el transcurso del trabajo se mantendrá en contacto con el propietario del área recreativa, para que proporcione información indicada, que brinde la ayuda necesaria para poder realizar el estudio con todos los elementos posibles.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Qué tan factible es el mejoramiento del parador "EL ESTABLO" en la Parroquia Santa Marta del Cantón Vinces, con el fin de obtener beneficios económicos, sociales y culturales que permitan el incremento de los ingresos e incentive el turismo en la localidad?

### **1.4 Justificación del tema**

Los habitantes de Ecuador en los últimos tiempos han visto en el turismo una oportunidad de desarrollo económico, han creado la necesidad de promocionar los atractivos turísticos y culturales, en algunos casos se ha tomado iniciativa de reimplantar costumbres o sabores típicos que se han perdido por diferentes motivos.

El recinto Santa Martha donde se establece el área recreativa El Establo, se puede destacar que es un espacio de 1 hectárea donde se pretende implementar los diferentes espacios que ayudarán al desarrollo económico de este proyecto. Esta localidad también se destaca por sus platos típicos, también se guardan ciertas costumbres montubias. La propuesta de implementación de mejoras en El Establo, Santa Martha- Vinges tiene como fin crear un espacio atractivo y recreativo para los turistas y habitantes de la zona y así contribuir en el desarrollo turístico de la provincia de Los Ríos.

En el área recreativa se prevé implementar un sendero que conduce hacia el humeral donde se podrá observar avistamiento de aves o simplemente tomar asiento y disfrutar de la naturaleza, también se puede visitar fábrica donde se elabora el queso y yogurt, el huerto de donde se extrae los alimentos para el restaurante ya existentes entre otros. Para acceder a estos lugares, se lo puede realizar de dos formas: caminata o en bicicleta, las canchas y piscinas y área de baile estarán cerca del restaurante donde se pueden degustar los platos típicos.

Hacer un estudio del mercado más cercano es la propuesta para medir la viabilidad del proyecto, es decir, medir la aceptación de las ideas nuevas, saber cuáles son sus expectativas acerca de un área recreativa.

## **1.5 Objetivo**

### **Objetivo General**

Implementar mejoras en parador turístico "El Establo", ubicado en la vía Santa Marta del Cantón Vinges para el desarrollo turístico, fomentando la conservación del medio ambiente y cubriendo la demanda insatisfecha de los turistas de la localidad.

### **Objetivos específicos**

- Analizar el entorno general y turístico de Santa Marta para definir las propuestas del proyecto.
- Identificar el nivel de aceptación de la propuesta a desarrollar en el parador turístico "El Establo" para garantizar la estabilidad y progreso del proyecto.
- Evaluar los estudios técnicos y el financiamiento del presente proyecto.

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 2.1 MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1 Etimología de turismo

Según (Fernandez, 1967 n.d.), define como etimología de turismo: “En principio y en forma superficial podemos decir que el concepto de turismo surge del sajón antiguo *Torn* (Inglaterra). De esta forma, se desprendían los vocablos *Torn-us* (lo que da vueltas) y *Torn-are* (dar vueltas). Esa raíz implicaba una partida con regreso, y se utilizó durante el siglo XII en los viajes de descanso que emprendían los campesinos”.

A mediados del siglo XVIII los nobles ingleses utilizaban el término Turn para denominar a los viajes que realizaban en búsqueda de educación y cultura. Se creía, por ese entonces, que los nobles (en formación) debían conducir viajes sobre distintos reinos para adquirir conocimientos que le serían útiles a la hora de gobernar. Esa forma de pensar, deriva del concepto de Grand Tour francés que pasará a la cultura inglesa a mediados del siglo XVII. Ya a comienzos del siglo XVIII, el término *turn* se deja de lado para adoptarse *tour* (también por influencia francesa).

##### 2.1.2 Parador turístico

El Arq. (“Jorge Valencia” n.d.), define: como parador turístico a una instalación turística de carretera ubicada en lugares de especial interés, que además de ofrecer descanso en la ruta, está dotado de restaurante y sanitarios. En algunos países, particularmente España, se aplica a construcciones históricas adecuadas para los turistas.

##### 2.1.3 Turismo desde el punto de vista económico

Según la OMT (Entender el turismo, n.d.), indica que:

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica’ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST, y el ‘impacto económico’ del turismo, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

#### **2.1.4 Industrias turísticas**

De acuerdo con la OMT (Entender el turismo: Glosario Básico, n.d.), define:

“Las industrias turísticas (también conocidas como actividades turísticas) son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo”.

Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

- a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).
- b) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.

#### **2.1.5 Sistema turístico**

Según Soto (Sistema turístico, n.d), define como el sistema turístico:

“La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diversos factores que se deben considerar relacionados desde una visión sistemática,

lo cual se puede diferir que es un conjunto interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.”

Se compone por cuatro factores:

*Demanda:* Son los consumidores o posibles consumidores de bienes y turísticos.

*Oferta:* Son los productos, servicios y organizaciones relacionadas con las actividades turísticas.

*Espacio geográfico:* Base física donde tiene lugar el encuentro la oferta y la demanda, adicional donde se sitúa la población residente.

*Operadores del mercado:* Son las empresas y organismos que facilitan la interrelación entre la oferta y la demanda, como las agencias de viajes, compañías de transporte, etc.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **2.2.1 Visitantes internos**

Visitante interno es cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a algún lugar dentro del país pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. (PLANDETUR-2020, n.d.)

### **2.2.2 Recreación**

La recreación es el uso del tiempo que se considera como un refresco terapéutico del cuerpo y de la mente. La recreación implica una participación activa del sujeto, a diferencia del ocio que refiere generalmente al descanso a otra forma de entretenimiento más relajada. («CONCEPTO DE RECREACIÓN», s. f.)

### **2.2.3 Agroturismo**

Una actividad que aún no es regulada, y brinda al turista la posibilidad de conocer los procesos de producción que se realizan en fincas agropecuarias y las agroindustrias, concluyendo con la degustación de los productos. Además considera que esta disciplina surge del interés del turista, por descubrir ciertas formas de cultivar, criar ganados y cosechar productos. (Rutasali Turrialba, n.d.)

### **2.2.4 Turismo gastronómico:**

Aquel que se enfoca en las visitas a productores primarios y secundarios, de alimentos, restaurantes, festivales gastronómicos y lugares específicos donde la degustación de

platos típicos y/o la experimentación de los atributos de una región específica en la producción de alimentos es la razón principal para realizar el viaje. (Peregrino Gastrósofo, n.d.)

### **2.2.5 Corredores turísticos:**

Las carreteras y vías de un país por las cuales transita gran flujo turístico con la finalidad de efectuar con un itinerario establecido. No cualquier carretera puede ejercer propiciamente como un corredor turístico, sin embargo en Latinoamérica son escasas las opciones para escoger, porque con frecuencia no existe más de una vía para ir de un lugar a otro. En caso de contar con dos o más vías se debe elegir la ruta que tenga los mejores paisajes y de ser posible que cuente con los diferentes atractivos en el transcurso del recorrido. No es de importancia que la ruta escogida como un corredor turístico tome más tiempo en su recorrido porque ese trayecto es compensado ampliamente al disfrutar conociendo nuevos paisajes. (Planificacin\_del\_espacio\_turstico, n.d.)

### **2.2.6 Humedal**

Los humedales son decisivos para que las plantas y animales puedan cumplir con el ciclo de vida, además es el refugio temporal de aves migratorias y constituyen el hábitat de una gran parte de la diversidad de animales. Los humedales que son formados por grandes extensiones contribuyen globalmente a moderar las variaciones climáticas, funcionando como reservorios de CO<sub>2</sub>. Al mismo tiempo las zonas húmedas atenúan el efecto de las olas y almacenan las aguas de inundaciones, detienen el sedimento y disminuyen la contaminación. En honor a esta última virtud a los humedales se los denominan "riñones de la naturaleza". Asimismo son importantes en la producción de alimentos, que son fuentes de cultivos beneficiosos como el arroz silvestre para animales de los cuales su piel, plumas y carnes son aprovechadas también como forraje para los animales silvestres y domésticos. (Gayana. Botánica, n.d.)

## **2.3 MARCO REFERENCIAL**

### **2.3.1 Parador turístico El Samán**

Se tomara como referencia el Parador Turístico “El Samán” que está ubicado en el km 103 Vía Guayaquil-Machala en Naranjal, el Parador El Samán, cuyo propietario el Ing. Eduardo Crespo cuenta con productos derivados del cacao provenientes de su hacienda San Jacinto. Entre ellos se puede encontrar la mermelada de cacao, yogurt de cacao, jugo de pulpa, yogurt de pulpa de cacao y dentro de las especialidades está la barra de cacao, que en estos momentos se exporta.

Adicionalmente cuenta con un amplio parqueo, una infraestructura para el pequeño descanso y relajación de los cliente que transitan por esta vía muy fluida, aquí se puede degustar de la variedad de piqueos típicos de la región costa, adicional las delicias que se pueden preparar del cacao.

Ahora su proyecto es realizar licor de cacao para la venta en su establecimiento ya que él desea sacarle el mayor provecho de toda su producción de cacao con todas las variedades de productos derivados del mismo y poder generar ingresos para su hacienda y poder seguir con sus proyectos que tienen en mente.



**Figura 1** Parador turístico El Samán

## **2.4 MARCO TURISTICO**

Según el Ministerio de Turismo (turismo,2013 n.d.),

Gestiona capacitaciones a nivel nacional para el fortalecer los conocimientos técnicos con el fin de cumplir con el objetivo que este año

sea de excelencia en cuanto a calidad turística a su vez generar mayor plazas de empleo. El Ministerio de Turismo está empeñado en lograr que el 2015 sea el año de la calidad turística en el Ecuador. En este objetivo se inscribe el Plan Nacional de Capacitación, a través de Certificaciones en Competencias Laborales. Este Plan arrancó este lunes (06, abril 2015) en la coordinación zonal 6, de jurisdicción de Azuay, Cañar y Morona Santiago, zona en la cual el Ministerio aspira capacitar a cerca de 900 actores. El Gobierno, a través del Ministerio de Turismo, ha planificado una inversión de 280 dólares por persona.

#### **2.4.1 Plan de Turismo Provincial**

Según el equipo de trabajo del (Gobierno de la provincia de Los Ríos, n.d.), tiene como programa de desarrollo turístico:

“Impulsar el turismo en la provincia, incluyendo la capacitación en los sectores con potencialidades en turismo fluvial, balnearios, ecoturismo, agroturismo y turismo comunitario”.

El Programa Marco Articulación de Redes Territoriales (ART) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ofrece un marco de referencia programático y de gestión, cuyo objetivo es fortalecer la articulación entre los diferentes niveles determinantes de los procesos de desarrollo a nivel territorial, nacional e internacional. La Iniciativa ART responde a este reto desarrollando los mecanismos que permitan la articulación y complementariedad.

Para ART/PNUD es una prioridad el fortalecimiento de la planificación estratégica nacional y su relación con los procesos de desarrollo humano a nivel territorial y promover la articulación de la acción de la cooperación internacional con estos.

Los objetivos específicos en la provincia de Los Ríos responden principalmente a los siguientes puntos:

- Favorecer la articulación territorial-nacional en la planificación y en los procesos de desarrollo, así como la participación de la cooperación internacional en ellos.

- Fortalecer las capacidades de gestión territorial y la participación de las comunidades, tanto en la identificación de las prioridades como en la ejecución de las acciones de cambio en sus territorios.
- Apoyar y complementar el desarrollo de la capacidad de respuesta de los servicios locales ante las necesidades de la población.
- Fomentar y capacitar las instancias de concertación y gestión territorial de la cooperación (Grupos de Trabajo).
- Un marco de referencia para los diferentes actores de cooperación internacional que operan en un mismo territorio.

## **2.5 MARCO LEGAL**

### **2.5.1 Constitución de la República del Ecuador**

Según la Constitución de la República del Ecuador (Registro Oficial No. 449 - 2008, n. d .), tomando en consideración el capítulo cuarto desde el art 56 hasta el art 60 se establece:

**Art. 56.-** Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

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

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

**Art. 58.-** Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos

en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

**Art. 59.-** Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

**Art. 60.-** Los pueblos ancestrales, indígenas, afroecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura.

### **2.5.2 Plan Nacional del Buen Vivir**

Según Plan Nacional del Buen Vivir (Plan Nacional 2013, n. d.), tiene como objetivo 9:

1. Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.
2. Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados.
3. Fortalecer las competencias de fomento productivo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, con el objeto de apoyar iniciativas económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos a nivel local, que aprovechen la especialización productiva y respeten la capacidad de acogida de cada territorio, así como sus potencialidades, conocimientos y experiencias.
4. Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales

5. Fortalecer la normativa y los mecanismos de control para garantizar condiciones dignas en el trabajo, estabilidad laboral de los trabajadores y las trabajadoras, así como el estricto cumplimiento de los derechos laborales sin ningún tipo de discriminación.
6. Asegurar el pago de remuneraciones justas y dignas sin discriminación alguna que permitan garantizar la cobertura de las necesidades básicas del trabajador y su familia, y que busquen cerrar las brechas salariales existentes entre la población.

### 2.5.3 Ley de turismo

Según el Ministerio de Turismo (LEY DE TURISMO, n. d.), se debe cumplir con los siguientes artículos:

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. 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.
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- b) Dar publicidad a su categoría.
- c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

#### 2.5.4 Reglamento general de la ley de turismo

Según el Reglamento de la Ley de turismo, publicado el 05 de enero del, y modificado el 09 de enero del 2008:

**Art. 4.-** Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.- A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

- Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.
- Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Método de investigación**

En Ecuador con el transcurso del tiempo se han efectuado proyectos de desarrollo de productos turísticos, con la finalidad de crear plazas que generen ingresos económicos, alcanzando mejoras que beneficien las distintas comunidades y parroquias que se encuentran con insuficiencias en gestiones de avance social cultural y monetario.

La provincia de los Ríos cuenta con gran riqueza de recursos naturales, sin embargo son pocos los proyectos que se han realizado con enfoques de agroturismo y turismo comunitario. En base a esto, se propone en este plan de emprendimiento hacia el desarrollo turístico en la vía Santa Martha del cantón Vinces, provincia de los Ríos, investigar aplicando la metodología apropiada con el objetivo de apuntar al posible mercado que se sienta atraído por los diferentes servicios que se ofrecen en este proyecto. Una vez elaborada la investigación los resultados servirán como datos para medir el nivel de aceptación que tendrá el proyecto.

Según El método descriptivo se aplicara en la investigación de campo, con este proceso se define, clasifica y cataloga cuál es la situación de una comunidad, determinando cuáles son las costumbres y actitudes preponderantes por medio de la descripción correcta para el análisis de la información, con la finalidad de responder la hipótesis planteada a través de los resultados. (Métodos y técnicas de investigación, n. f.)

##### **3.1.1 Enfoque**

El enfoque Cuantitativo es la investigación científica basándose en la recolección de información y datos, medición numérica y análisis estadístico para definir la demanda turística que tendrá el proyecto.

### 3.1.2 Técnica de investigación

Observacional: procedimiento cuya función principal e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración

## 3.2 Diseño de la investigación a efectuar

### 3.2.1 Encuestas

Los cuestionarios con respuestas de los investigados, son la característica principal de las encuestas. Se la puede realizar vía correo electrónico, entrevista personales, teléfono, internet, correo. La finalidad es saber la opinión, pensamiento y sentimiento del sujeto investigado. La ventaja de usar esta herramienta es q se puede estudiar muestras grandes y un problema de usar esta técnica puede ser la falta de control.

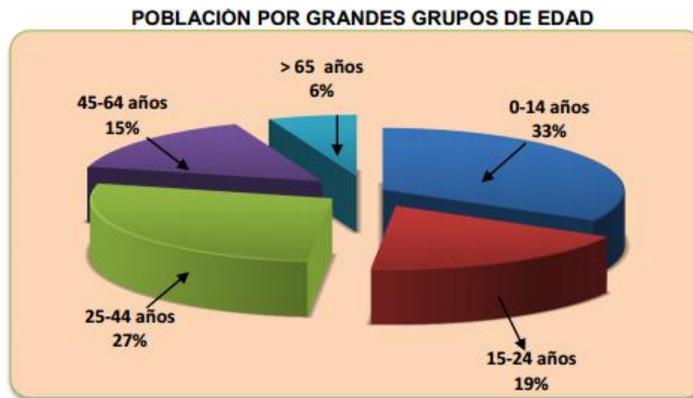
## 3.3 Universo-Población

Para efectuar la investigación se ha tomado como universo la población del cantón Vinces, hombres y mujeres entre 15 - 65 años de edad.

CANTONES	TOTAL
<b>TOTAL PROVINCIA</b>	<b>778 115</b>
BABAHOYO	153 776
BABA	39 681
BUENA FE	63 148
MOCACHE	38 392
MONTALVO	24 164
PALENQUE	22 320
PUEBLOVIEJO	36 477
QUEVEDO	173 575
QUINSALOMA*	16 476
URDANETA	29 263
VALENCIA	42 556
VENTANAS	66 551
VINCES	71 736

**Figura 1** INEC (2010)

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda



**Figura 2** INEC (2010)  
**Fuente:** Censo de Población y Vivienda

El número de habitantes del cantón Vinces según el censo poblacional 2010 realizado por el (INEC, 2010) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) es de 71.736 por lo tanto con estos datos se podrá efectuar el cálculo de la muestra, para esto se utilizará la fórmula de la población finita con la probabilidad de ocurrencia no conocida.

### 3.4 Muestra

Se ha tomado como muestra del universo al Cantón Vinces por su cercanía al establecimiento, número de habitantes y al mismo tiempo porque la zona carece de un área de recreación que esté al alcance económico de la población.

Para poder calcular la muestra se aplicara la siguiente formula:

**n**= Tamaño de muestra

**z**= Nivel de confianza

**p**= Proporción de la población con las características deseadas (éxito)

**e**= Nivel de error dispuesto a cometer

**N**= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Margen de error: 10%

Nivel de confianza: 99%

Población: 71736

Tamaño de muestra: 165

### 3.5 Procedimiento muestral

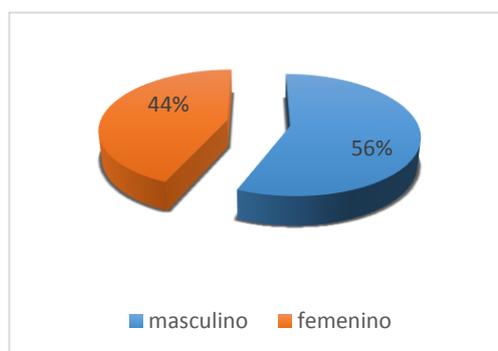
Método probabilístico aleatorio simple

Está basado en un proceso de azar y las unidades que componen la muestra se seleccionan aleatoriamente que permita estimar los parámetros de la población (media, proporción, total), lo cual es un procedimiento científico que permite medir o acotar el error de muestreo. (Abascal & Esteban, 2005)

### 3.6 Presentación de resultados de las encuestas realizadas

Se utilizó como base la encuesta desarrollada por Heras y Parra, realizando los ajustes necesarios para aplicarla a nuestra realidad.

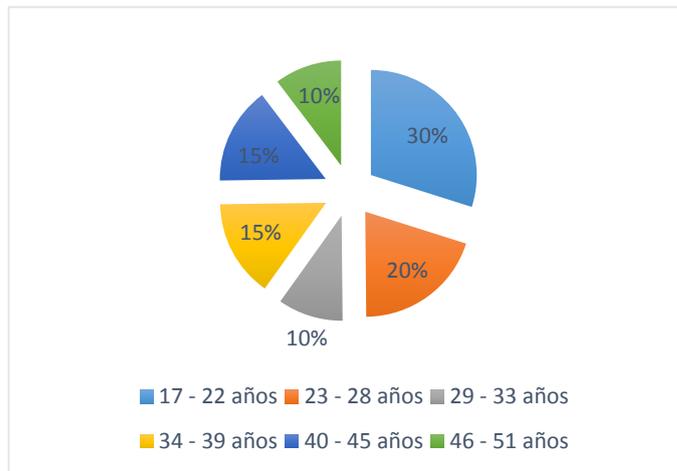
#### 1. Género



**Figura 3** Género

En la primera pregunta de la encuesta como instrumento de investigación de mercado para el proyecto de desarrollo turístico, el 56% de consultas fueron masculinos y el otro 44% fueron femeninos.

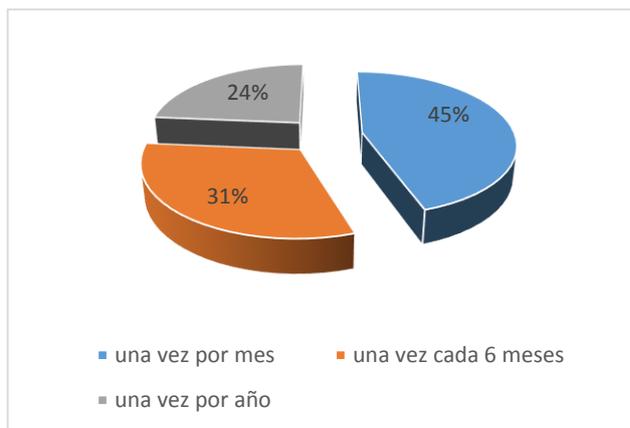
## 2. Edad



**Figura 4** Edad

Los consumidores de 17-22 años equivale al 30%, 23-28 años son el 20%,

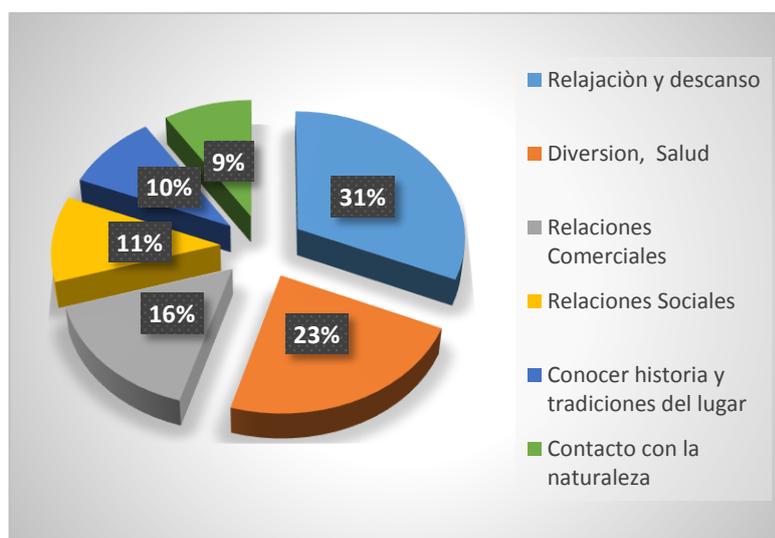
## 3. ¿Con qué frecuencia realiza sus viajes dentro del Ecuador?



**Figura 5** Frecuencia

Los encuestados en el cantón Vinces respondieron que viajan dentro del Ecuador el 45% una vez por mes, una proporción media del 31% lo hace una vez cada 6 meses, el 24% realiza viajes una vez por año.

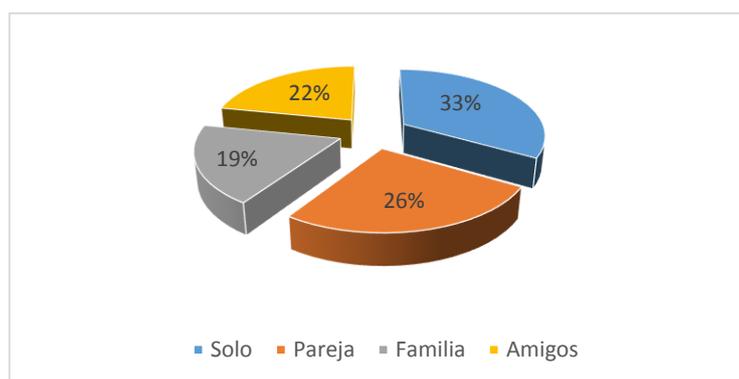
#### 4. ¿Cuál es su mayor motivación para realizar sus viajes?



**Figura 6** Motivación

Los datos que se obtuvieron permite verificar que el 31% de encuestados se motivan a viajar para relajarse y descansar, el 23% hace por diversión y salud, 16% relaciones comerciales, otro 11% por relaciones sociales, un 10% conocer historia y tradiciones del lugar, y el 9% contacto con la naturaleza.

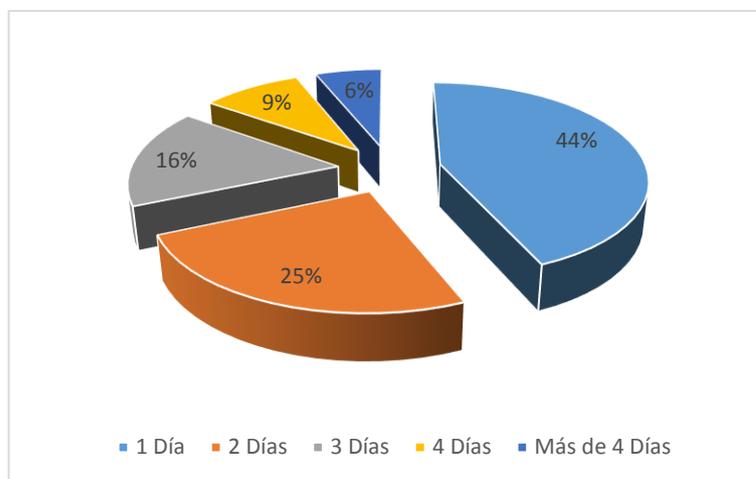
#### 5. ¿En compañía de quién realiza sus viajes?



**Figura 7** Compañía

El 33% pertenece a los turistas viajan solo, el 26% lo hacen en pareja, el 19% lo realiza en compañía de la familia, 22% lo hace con amigos.

6. ¿Por cuantos días le gustaría visitar un área de recreación turística dentro de su provincia?



**Figura 8** Área de recreación turística

La investigación de campo expone que el 44% pernocta por un día, el 25% lo hace por dos días, 16% tres días, 9% 4 días, 6% por más de 4 día.

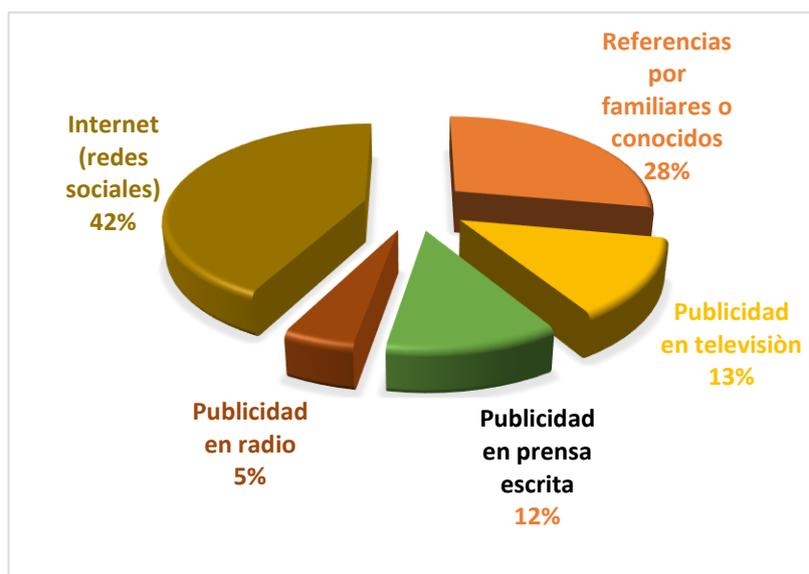
7. ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría realizar?



**Figura 9** Actividades

Degustar la comida típica del lugar es la actividad favorita con un 40%, la piscina el 28%, recorrer senderos naturales 14%, realizar pesca deportiva 13%, asistir a lugares de arte y cultura 5%.

### 8. ¿Por qué medio de comunicación se entera de su destino a visitar?



**Figura 10** Medio de comunicación

Las redes sociales tienen el 42%, es decir el porcentaje más alto en la encuesta, 28% referencia de familiares o conocidos, 12% prensa escrita, 5% publicidad en radio, 13% publicidad en televisión.

## 3.7 Entrevista

### 3.7.1 Entrevista al propietario del parador turístico El Establo

Se realizó una entrevista al Ing. Agrónomo Fernando Gómez, propietario del establecimiento "El Establo", fue con el principal objetivo de realizar un diagnóstico de la situación actual de las instalaciones en general, el espacio con el que se puede contar para llevar a cabo la implementación del proyecto y conocer detalles sobre las inversiones económicas que ha realizado hasta el momento, además del nivel de aceptación y rendimiento económico que se mantiene.

#### 1. ¿Qué lo motivó a realizar este proyecto?

El acercamiento a con la naturaleza y que desde muy pequeño por mis padre he sentido una atracción hacia ella y siempre me ha gustado lo natural en lo personal.

2. ¿Por qué un parador turístico?

Porque me gustaría que el cliente (turista) pueda degustar de la preparación de la gastronomía típica del sector, no hay nada mejor que degustar de la comida típica de su propio país.

3. ¿Cuánto aproximadamente ha invertido hasta el momento en el parador turístico?

En el parador turístico tengo invertido aproximadamente USD. 80.000 en construcción del cabaña con obreros expertos en construcción de cabañas provenientes de Montañita, compactar el suelo para ser un lugar sólido, elaborar las mesas y sillas de árboles de la propia hacienda con un buen acabado, instalación de bomba hidráulica, pozo técnico, bomba de riego, tubería de verano que abastece a la hacienda tranquilamente 2 semanas a la hacienda “La Libertad” sin ningún inconveniente.

4. ¿Cuántas personas trabajan en el lugar?

Trabajan un total de 4 personas, 3 cocineras y 1 cajera, las personas de cocina realizan sus propios horarios y eligen sus días libres, la cajera en sus días libre deja a la más antigua de las cocineras.

5. ¿Qué desea implementar en su parador turístico para el incremento de ingresos de clientes al parador?

Desearía implementar un sendero en el humedal para que los clientes puedan conocer la hacienda, crear stand de caballos y terneros así crear ese acercamiento y porque no dar a conocer la vida del campo que en lo personal es lo más lindo estar en tu tierra, cuidarla y ver de dónde salen los productos que consumimos.

6. ¿Qué tan rentable es el parador en la actualidad?

Sinceramente las ventas son pocas, aproximadamente se vende UDS. \$100 diarios, creo o que es muy poco lo cual no he realizado la publicidad respectiva o señaléticas donde se puede informar del lugar, porque no tengo muy tiempo de estar enfocado hacienda y no netamente al parador, lo cual si me gustaría realizar un proyecto para mejorar las ventas del parador.

7. ¿Cómo financiaría el mejoramiento del parador?

No he pensado todavía como, pero desearía realizar un préstamo para poder financiarme y con todas las mejoras al parador, aumentar las ventas para realizar el pago del préstamo y así no quedarme sin capital.

8. ¿Qué tan cierto es, que usted es muy querido por las personas del sector?

No creo (risa), yo creo que mi proyecto es para también darle trabajo a las personas del sector, que tengan un ingreso para su hogar, me gusta ayudar me considero una persona solidaria, ayudo al que más pueda y lo necesite, si alguien necesita un mano o un plato de comida como porque no tiene como sustentarlo yo se lo doy con mucho gusto, la gente no tiene esa mentalidad de ayudar sin recibir nada a cambio, creo yo que este mundo si cambiara un poquito de mentalidad fuera mucho mejor.

9. Para finalizar la entrevista ¿Ciudad o campo?

Pero por su puesto el campo, nada compara levantarse con el sonido de la naturaleza salir dar un paso y tener frutos directamente del árbol, eso no tiene comparación.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 4.1 F.O.D.A.

##### FORTALEZAS

- Excelente ubicación del terreno para la implementación del área recreativa
- Recursos naturales los cuales permiten desarrollar actividades turísticas, recreación, deportivas.
- Ambiente para relajarse, descanso.
- Sendero para recorrer
- Facilidades para desarrollar agroturismo
- Hospedaje más cercano a 5 minutos

##### OPORTUNIDADES

- Ser el único parador turístico del sector.
- Vender productos lácteos con la materia prima de la propia hacienda.

##### DEBILIDADES

- Falta de promoción turística.
- Escasa capacitación para desarrollo de negocios turísticos.
- Falta de señalización para llegar a Vinces.
- Doblar el esfuerzo en el marketing para la promoción del lugar.

##### AMENAZAS

- Deforestación
- Aumento de competencia a futuro
- Falta de proveedores
- Cercanía con otros establecimientos turísticos
- Inestabilidad política.

- Falta de interés de capacitación por parte de los trabajadores.
- Incremento en los precios de los productos.

**Tabla 1 FODA**

## **4.2 Oferta del mercado**

En los últimos 7 años el mercado del turismo ecuatoriano ha sufrido un importante cambio en sus productos (servicios), los consumidores exigen un mejor servicio al momento de ir a algún sitio turístico o recibir un servicio. Por lo tanto, el producto que se pretende ofrecer en el área recreativa es tener en todo momento contacto con la naturaleza, que experimente emociones nuevas como poder observar la elaboración de un producto dentro de las instalaciones, disfrutar de diferentes actividades con la familia, amigos. Degustar platos típicos de la zona, que serán elaborados con productos del huerto y ganadería.

## **4.3 Demanda de mercado**

De acuerdo a la Consultora:

(Plan Nacional, 2013 n. d.) “Cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a algún lugar dentro del país pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado”.

En relación al turismo interno en Ecuador –asociado principalmente a la recreación y al descanso-, poco se conoce acerca del comportamiento vacacional de los ecuatorianos dentro del país dado que no se cuenta con información estadística oficial disponible a la fecha, ni un perfil del visitante interno sea éste “excursionista” o “turista”, y otros estudios que permitan caracterizarlo, con lo cual es difícil hacer precisiones a este respecto.

Según el boletín de cifras publicado por el (Ministerio de Turismo, 2015 n. d.), las familias realizan turismo interno 2 o 3 veces al año, normalmente los turistas viajan los fines de semanas de un 50%, el 32% lo hacen en feriados nacionales, el 18% lo realiza

entre semana. El 47% viaja a visitar a amigos y familiares, mientras tanto el 32% es por recreo y ocio, la mayoría viaja en transporte público 48.34% y en segundo lugar con el 43.49% en auto propio. El 35% de los turistas no pernotan el lugar que visitan, normalmente realizan un gasto de 10.30 – 19.80 por persona.

#### **4.4 Diagnóstico del mercado en base a la investigación**

a. El estudio que se realizó con el método descriptivo – cuantitativo arrojó que es viable la implementación de un área turística de recreación, la colectividad de los encuestados conocían la parroquia donde se ubicará el área recreativa, los posibles consumidores tienen gran aceptación a tener un nuevo espacio para estar en contacto con la naturaleza, relajarse, degustar comida, divertirse.

b. Los resultados finales también indican que los turistas viajan frecuentemente en compañía de sus amigos, normalmente realizan actividades de ocio descanso y disfrutar de la gastronomía típica de Vinces.

En base a estos datos obtenidos, se puede observar que la principal demanda es por comida típica 40%, y en segundo lugar una piscina recreativa 28% y recorrer senderos 14%).

El segmento objetivo será el de hombres y mujeres de 17 a 51 años, que viajan solos o en parejas, al menos una vez al mes, por diversión y descanso 31%, relajación y salud 23%, y por trabajo 16%.

El 44% visitaría de paso o máximo por el día. Conocen este tipo de propuestas a través de las redes sociales 42%, y por referencias de amigos o familiares 28%.

## **CAPÍTULO V**

### **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **5.1 Estudio organizacional**

Implementar un lugar de recreación para las personas del sector de Vinces donde puedan disfrutar su tiempo de ocio.

#### **5.2 Razón social**

Área recreativa “El Establo”

### 5.2.1 Objeto social

El objeto de la sociedad será: Planear, producir, diseñar, organizar, promover, administrar los recursos naturales y turísticos.

### 5.3 Logo



**Figura 11** Logo

La ilustración de la vaca representa la ganadería de esa zona, el color amarillo representa el clima de la región costa y el sol, el nombre “El Establo” representa la actividad ganadera y agrícola del lugar donde está ubicada el área recreativa.

### 5.4 Slogan

"Siempre más cerca de la naturaleza"

### 5.5 Misión

Contribuir con el desarrollo turístico como parte de la economía del cantón a través del área recreativa, se ofrecerá un excelente servicio, entregando con esto unas instalaciones de primera para el entretenimiento familiar, contacto con la naturaleza.

### 5.6 Visión

En cuatro años se convertirá en el centro de recreación más importante del cantón Vinces, con una actividad turística sustentable, generando de los clientes por los servicios concedidos, logrando un posicionamiento dentro de la región y en todo el país.

### 5.7 Políticas

- Excelencia en todos los servicios.
- Satisfacer al cliente.
- Todas las actividades turísticas deben de ser sustentables
- Asumir retos.

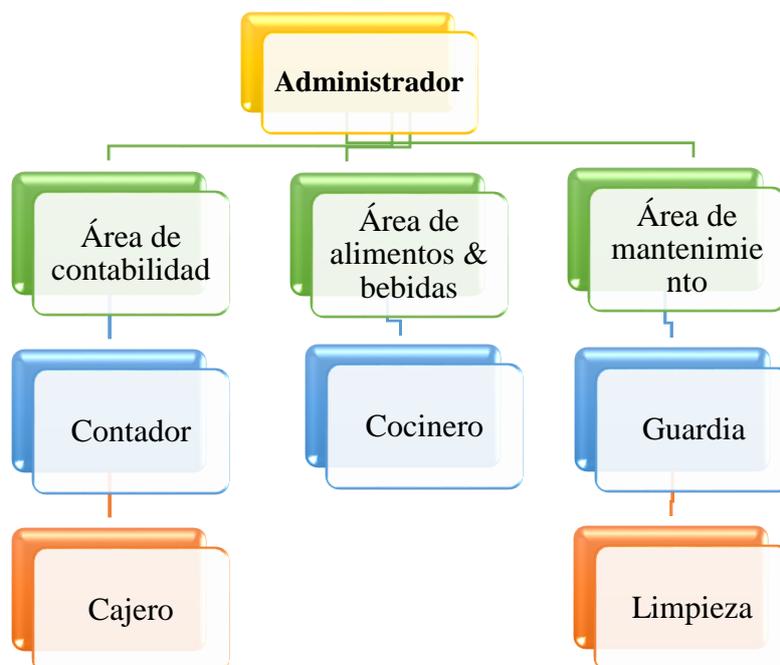
## 5.8 Valores



**Figura 12** Valores

## 5.9 Organigrama

El cuadro del organigrama se elaboró en base a la necesidad de cada área para el desarrollo del proyecto, con esto se pretende que ningún área tenga falencias en el servicio por falta de personal.



**Figura 13** Organigrama

### **5.9.1 Estructura organizacional**

En esta etapa del proyecto se describen las funciones del personal dentro de las instalaciones del “El Establo”. Cada área estará dirigida por personal capacitado para realizar un manejo correcto y brindar un excelente servicio.

Se contará con 4 colaboradores para el proyecto, trabajarán 8 horas diarias con sus respectivos días libres como la ley lo establece.

- **Funciones:**

#### **Administrador**

- Transmite normas y reglas internas de la empresa
- Contratar, inspeccionar, motivar al personal
- Revisar los posibles proveedores.
- Examinar inventarios, reportes financieros.
- Crear estrategias para incrementar la demanda del establecimiento
- Manejo de redes sociales

#### **Contador**

- Controlar y pagar a los proveedores
- Llevar contabilidad
- Realizar los oficios y pagos de permisos anuales
- Realizar pago de nómina del personal, décimo cuarto, décimo tercero, I.E.S.S.
- Efectuar trámites del S.R.I.

#### **Cajero**

- Elaborar informe de ventas del día
- Efectuar el arqueo de caja al cierre del establecimiento
- Atención al cliente

#### **Cocinero**

- Organizar el menú de la semana
- Controlar ingresos salida de los insumos
- Preparar los platillos
- Conservar los alimentos y productos en la forma correcta

## 5.10 Horarios

Tabla 2 Horario de trabajo

Hora	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
08:00-17:00	Libre	Libre	Cocinero1	Cocinero1	Cocinero1	Cocinero1	Cocinero1
08:00- 17:00	Cocinero2	Cocinero2	Libre	Libre	Cocinero2	Cocinero2	Cocinero2
10:00-19:00	Cocinero3	Cocinero3	Cocinero3	Cocinero3	Libre	Libre	Cocinero3
10:00-19:00	Cajero	Libre	Libre	Cajero	Cajero	Cajero	Cajero
10:00-19:00	Libre	Administrador	Administrador	Administrador	Administrador	Administrador	Libre

## 5.11 Permisos de funcionamiento

- Permiso municipal
- Permiso ambiental
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Permiso del uso del suelo

El establecimiento "El Establo" previo a su funcionamiento como parador turístico realizó las gestiones para obtener los permisos solicitados por las instituciones competentes del cantón Vinces como lo son la municipalidad y el cuerpo de bomberos, por lo tanto ya se cuenta con los permisos antes mencionados. Sin embargo el objetivo principal de este proyecto es formar un área de recreación turística, lo cual requiere cumplir con los requisitos de la "Solicitud de Registro" emitida por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

## 5.12 Localización del proyecto

### 5.12.1 Macro localización



Figura 14 Localización

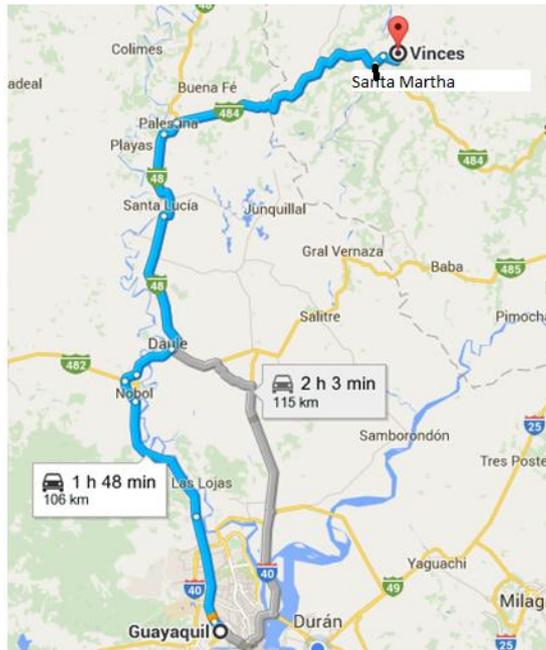
Según la provincia de los Ríos (Vinces Ecuador, n. d.), se encuentra localizada en la región costa del Ecuador, tiene una superficie de 7.256,60 Kms.2 y su capital es la ciudad de Babahoyo. Está limitada al norte por la provincia de Pichincha, sur provincia de Guayas, al este provincia de Bolívar y Cotopaxi, Oeste Guayas y Manabí. El clima en esta zona es seco y la temperatura fresca. El invierno es muy lluvioso y caluroso (Diciembre - Junio).

Esta provincia esta cruzada por varios ríos que van a dar a la cuenca del Río Guayas, donde se encuentran varios atractivos naturales como los balnearios de las playas del río Vinces, del río Salto, del río Seco y Chilintomo,

La agricultura es la base de la economía en la provincia, la mayoría de habitantes siembran arroz, café, maní, verde, tagua, caña de azúcar, maíz, banano, palma africana. El rodeo Montubio se realiza cada año el 12 octubre, se celebra en alguno de los cantones de la provincia, el jinete domina los caballos chúcaros. Uno de los paseos de mayor interés para los visitantes es navegar por el Río Babahoyo con la finalidad de observar la riqueza agrícola y ganadera de la provincia. En este río se encuentra casas flotantes que asombran a los turistas.

En cuanto a la gastronomía, la provincia de los Ríos es considerada una de las más exquisitas del Ecuador, entre sus tan deliciosos y tradicionales platos se destacan: El seco de gallina, seco de pato, seco de chanco, ayampacos, torrijas de choclo, arroz con menestra y lomo asado y el delicioso café arábigo de Vinces.

### 5.12.1 Micro localización



**Figura 15** Localización

**Fuente:** google.maps

Según la información de la revista virtual Visita Vices:

(Vices Ecuador, n. d.) Santa Martha es parte de la zona rural del Cantón Vices, y uno de los más antiguos, tiene una extensión de 693 Km y limita al norte con el cantón Palenque, sur y oeste con la provincia del Guayas y al este con los cantones Baba, Pueblo Viejo y Ventanas. Por su cercanía al Océano Pacífico hace que las corrientes de Humboldt y El Niño marquen dos etapas climáticas diferenciadas, una época lluviosa desde diciembre hasta mayo, y una época seca de junio a noviembre, por lo general su temperatura se encuentra alrededor de 20 a 35° C. En la época de verano las aguas de los ríos bajan y se puede disfrutar de las mejores playas de río. Por esta razón Vices es catalogado como el "El Primer balneario de agua dulce del Ecuador".

Vices desde la época colonial ocupa un lugar importante en la economía del país. En la actualidad su principal fuente de ingresos económicos es el comercio, la agricultura,

avicultura, y la ganadería. En Vinces existen aproximadamente 30 000 hectáreas de sembríos de banano, cacao, arroz maíz, mango, maracuyá, entre otros productos. Al mismo tiempo cuenta con una considerable producción láctea ganadera, avícola y la planta industrial Quicornac que es productora de los más reconocidos jugos y alimentos a nivel nacional.

A unos kilómetros de la parroquia Santa Martha existe un rodeo montubio que es el más importante de la zona, y una cacaotera donde se puede observar el proceso del cacao.

En la ciudad de Vinces podemos encontrar hoteles, ECU 911 a un tiempo aproximadamente de 10-15 minutos en llegar el servicio, hospital, cuerpo de bomberos en caso de alguna emergencia, bancos, retén de policías.

Las vías de acceso están en perfecto estado, aunque carecen de señales indicando la ruta que se debe de tomar para llegar hasta Vinces, al realizar el viaje desde Guayaquil hacia el área recreativa “El Establo” se deberá pasar por otros cantones que pertenecen a la provincia de Guayas y Los Ríos tales como: Juquillal, Daule, Nobol, Santa Lucía. Se puede llegar hasta este sitio turístico tomando desde la terminal terrestre de Guayaquil, las cooperativas Rutas Vinceñas y F.I.F.A. a una distancia de 100 km. desde Guayaquil, el tiempo aproximado de llegada es de 1:30min, el precio del pasaje es de \$2.50 Dólares.

En la zona que se desarrollará el proyecto cuenta con todos los servicios básicos (agua, luz, telefonía fija), la recolección de basura se la hace a diario. Se cuenta con señal para teléfonos celulares las cuatro operadoras que existen en el país (claro, movistar, CNT, Tuenti) y también hay acceso a la señal de internet.

El parador turístico “El Establo” está ubicado a 9 km de Vinces en la vía Santa Martha (E-484).

### **5.13 Humedal Abras de Mantequilla**

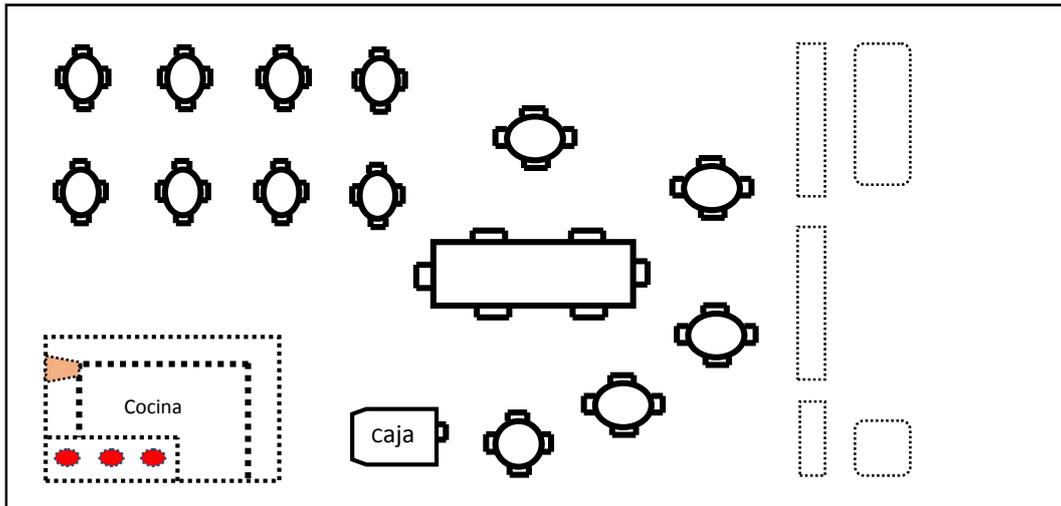
(Ecuador Costa Aventura, n. d.) Entre los atractivos de Vinces está el humedal abras de mantequilla. Tomó este nombre por sus extensiones de barro amarillo que se iluminan con la luz del sol como si fuera mantequilla formando las orillas de los grandes espejos de agua de la reserva. Es

considerado como un verdadero paraíso natural está ubicado en Vices, tiene 22.500 hectáreas de extensión y su biodiversidad es única, la cual alberga más de 127 especies de aves entre estacionarias y migratorias, 100 especies de mamíferos entre tigrillos, gato salvajes, tejones, monos aulladores, venados cola blanca, 50 especies de peces bioacúaticos, reptiles, iguanas, lagartos, ranas y la principal atracción que habita dentro del Humedal es el "Lobo del Agua" que se asemeja a una foca pequeña, en la actualidad se encuentra en peligro de extinción dentro del humedal y los bosques circundantes.

Aproximadamente 80 pequeñas poblaciones se asientan en los alrededores del humedal, y está formado por lagunas de inundación permanentes y zonas de inundación temporales. El mismo es una importante fuente de agua para los habitantes al mismo tiempo un principal controlador natural de inundaciones ya que recibe flujo de aguas subterráneas y del Río Nuevo, y en temporadas de mayor inundación puede alcanzar hasta 50 millones de metros cúbicos de agua. Cerca del humedal existen algunos bosques que albergan especies en peligro de extinción además de remanentes de bosque seco de tierras bajas y zonas arroyales y agropecuarias.

#### **5.14 Distribución física el espacio**

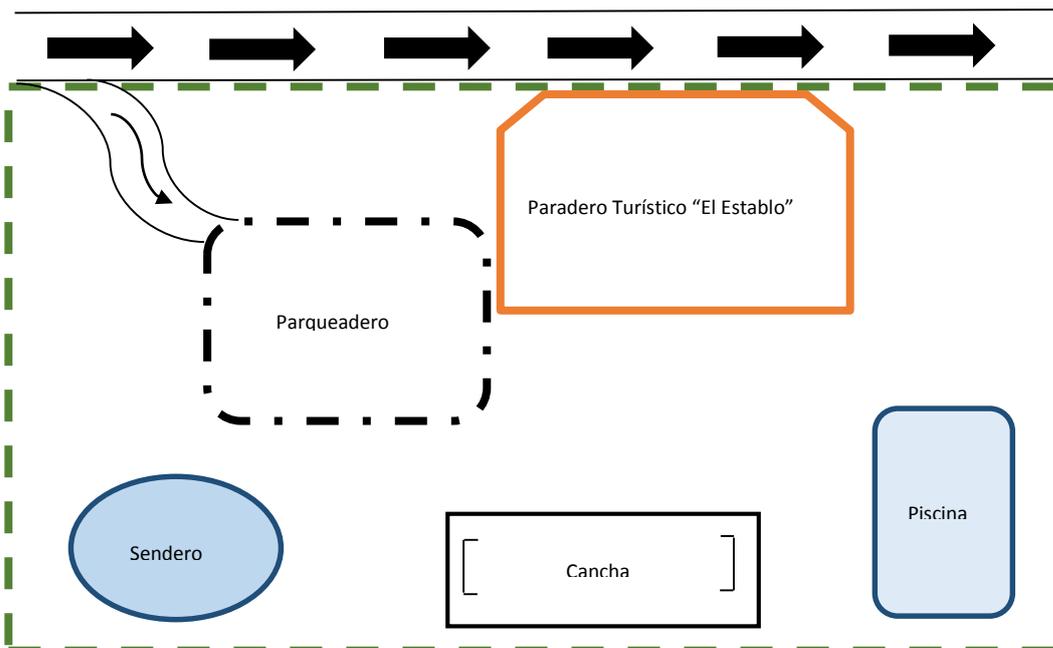
- Restaurante
- Cocina
- Estación
- Área de mesas
- Caja



**Figura 16** Interior del establecimiento

### 5.15 Área de recreación

- Cancha
- Piscina
- Sendero



**Figura 17** Espacios

### **5.15.1 Horario de funcionamiento**

En el ya mencionado proyecto el establecimiento tendrá un horario de atención 10h00 – 19h00, cuando haya un evento en especial o distinto a las actividades normales se extenderá el horario de atención.

### **5.15.2 Infraestructura necesaria**

Dentro del proyecto se destacara la importancia de la instalación de las nuevas estructuras para áreas recreativas, que permitan poder promocionar el lugar como un potencial producto turístico dentro de la provincia y el país.

El área donde se prevé hacer el desarrollo del proyecto necesita: Mejorar el espacio de la cocina (redistribuirla) y aumentar el área del bar que debe tener doble cara, es decir, vista para el lado de la piscina y vista dentro del restaurante, implementar espacio para la exposición de los productos lácteos q se realizan allí.

Instaurar el sendero de 1 Km, que conducirá hacia el mirador en el humeral, huerto, fábrica de lácteos y corral de la vacas.

Las áreas recreativas que se implementaran serán: Canchas de vóley, fútbol, piscina, área de descanso con hamacas.

### **5.16 Productos a ofrecer**

- El restaurante ofrecerá comida tradicional del cantón y de la provincia en general, su decoración es rustica, tomando en cuenta como rustico que las mesas y sillas son elaboradas de tronco de árboles, los meseros utilizaran uniforme que represente la vestimenta de un granjero. La mayoría de los alimentos que se utilizara para la elaboración del menú serán extraídas del huerto. El precio de los platos está en una escala de \$2,50 - \$7,50. Se puede degustar del aguardiente elaborado por el propietario del establecimiento.
- Por el sendero que se construirá se podrá acceder en bicicleta o caminando, donde podemos observar la naturaleza, aves, hasta llegar al humeral donde podemos avistar los caballos el ganado, puedeos visitar también la fábrica de lácteos que ya se encuentra implementada.
- En la zona del restaurante hay un espacio donde se puede acceder a la compra del queso y mantequilla “El establo” el precio es de 3,00 el queso de 600gr, la mantequilla 2,00 de 300gr.

- La entrada al área de la piscina tendrá un costo \$ 4,00 adultos, niños \$2,00 hasta los 11 años.
- El alquiler del local para eventos va dirigido a empresa, colegios o personas particulares que podrán alquilar todo el complejo donde pueden hacer uso de todas las instalaciones, equipos técnicos y tendrán un coctel de bienvenida. El costo de este paquete es \$250 por el día no incluye la alimentación.
- El alquiler de caballos en el horario de jueves – sábado tendrá un costo \$ 5.00 por 1 hora.

## **5.17 Plan de marketing**

### **5.17.1 Segmentación del mercado**

#### **1. Variable geográfica**

**Ciudad:** Vinces

**Localidad:** 28km de la carretera 484 vía a Vinces

**Hacienda:** La Libertad

Esta variable se detalla de la siguiente manera, ya que el Parador Turístico “El Establo” está ubicado en este lugar siendo el espacio de propiedad del establecimiento.

#### **2. Variable pictográficas**

**Personalidad:** gente que desea cuidar su salud, nutrición y comer alimentos sanos.

**Estilo de vida:** personas activas, que laboran, transeúntes de la zona, interesadas en cuidar su salud alimentándose bien, en un lugar que tenga buen servicio y la capacidad de satisfacer la necesidades diarias que exige la actividad física de cada uno.

#### **3. Variable socio-económico:**

**Educación:** Desde primaria hasta el post grado.

**Nivel socio económico:** Medio – Medio bajo

Los productos al ser de consumo masivo, y con una gran competencia en el mercado, tienen un nivel de adquisición bajo, por lo cual aquel que quiera adquirir los

productos que brinda el parador turístico, no necesariamente debe tener un salario demasiado alto.

#### **4. Variable conductual:**

**Frecuencia de uso:** Una vez por día.

**Ocasión de uso:** Uso frecuente.

**Lealtad:** Al consumir alimentos en un establecimiento y disponer un lugar de recreación, en la vía Palestina-Vinces existen lugares como venta de frutas y pequeños comedores, la lealtad de que el consumidor frecuente el parador turístico “El Establo” es alta ya que por lo general al consumidor le gusta un lugar donde tenga la tranquilidad de tener un buen parqueo, una excelente atención, buena comida y un lugar de un pequeño descanso y recreación.

**Tasa de uso:** Alto porque el consumidor se dirige al parador ya sea a consumir alimentos disfrutar de las instalaciones de recreación.

**Disposición de gasto:** Usuario dispuesto a gastar dado que al momento de consumir alimentos la persona tiene la capacidad de pagar un valor que está en su rango para así poder satisfacer su necesidad de alimentarse.

**Segmentación plato a la carta:** Es una sección de la carta del parador, dirigida a las personas que les gusta darse gusto en su alimentación, por tal razón no está al alcance de cualquier presupuesto, oscilando el valor de \$5 a \$7, según la necesidad del cliente, podrán ser personas que poseen un mayor ingreso salarial a un sueldo básico.

#### **5.18 Perfil del consumidor**

Las características de los usuarios del parador turístico “El Establo”, son personas que pertenezcan a un nivel socio económico medio – medio bajo y que sus ingresos salariales sean de un sueldo básico mínimo en adelante, al tener un nivel de estudio básico.

Personas activas, con un estilo de vida dinámico, que carecen de tiempo para recibir un alimento en cualquier hora del día en sus hogares ya sea por condiciones de trabajo o actividades en el transcurso del día. Personas que ven la necesidad de consumir en un parador para el fin de poder descansar unos minutos y relajarse un poco con el contacto con la naturaleza.

### 5.19 Factores que influyen en la decisión de compra

Nuestras encuestas revelaron que los factores primarios que influyen en la decisión de compra son:

- Redes sociales
- Amigos

Factores personales de influencia:

- Motivación

El cliente trata de satisfacer su necesidad de alimentarse y relajarse.

- Calidad

En el parador turístico se piensa que un buen producto y servicio atrae nuevos clientes y afianza a los que ya han consumido.

### 5.20 Roles de compra

Proceso:



Figura 18 Investigadores

### 5.21 Marketing Mix

#### 5.21.1 Producto

El paradero no solo ofrece comida, sino un espacio para el descanso y el acercamiento con la naturaleza a sus clientes. Esto sucede después de que sus empleados han pasado por el establecimiento y conozcan todos los servicios a ofrecer al cliente. Con esto se ofrecerá a los clientes una pequeña experiencia agradable con la naturaleza. Adicional cuentan con una persona encargada que sería la supervisora del parador en todo momento, ella es la responsable de que se asegure que todos los clientes están satisfechos

y estén disfrutando de su experiencia en el parador; y por último punto una de su mayor responsabilidad es asegurarse de que toda la comida que salga de la cocina tenga una buena presentación y satisfaga al cliente.

Lo cual se estudió y analizo dos segmentos como objetivo:

- Los turistas de paso como: propietarios de negocios, choferes de transporte pesado que recorren esta vía.
- La población de Vinces.

¿Cuál es la diferencia del parador turístico “El Establo” con los demás?

El parador turístico “El Establo”, ofrece a sus clientes un lugar de excelente comida, lugar de descanso, área de relajación y lo más importante un amplio espacio de parqueo donde no exista restricción para ningún tipo de automóvil desde los más pequeños hasta los camiones más grandes se podrán parquear sin ningún tipo de problema. Estos son unos de los principales beneficios que tiene para ofrecer el parador turístico “El Establo” a su mercado porque es lo que la mayoría de su mercado objetivo está buscando.

### **5.21.2 Posicionamiento**

Posee con un amplio comedor como mesas grandes para grupos de personas, así como mesas individuales para 2 personas. Uno de los atractivos del parador turístico es el ambiente rustico de su infraestructura externa, la decoración interior con materiales propios de la hacienda “La Libertad”, como sus mesas y sillas hechas de árboles secos del lugar, cocina a leña, y lo más importante un ambiente relajado junto a la naturaleza.

#### **Promoción:**

Se han ideado muchas maneras de hacer publicidad, según las preferencias identificadas en nuestras encuestas, como:

- Creación de página oficial en Facebook, Instagram, Twitter.
- Entrega de volantes en el peaje vía a Daule y en el perímetro del sector de Vinces.
- Ubicación en aplicaciones de GPS de celulares como Waze.
- Tarifas promocionales para agentes de tránsito y policial.
- Instalar letreros antes del paradero turístico “El Establo”.

### **Precios:**

El rango promedio de precio de los platos esta entre \$3.00 - \$10.00, estos precios ofrecidos serán muy accesibles para los clientes.

### **5.21.3 Competencia**

No hay competencia directa. Como producto alternativo algunas industrias tienen su propio comedor, y esto puede disminuir el consumo en nuestro local.

Esparcimiento para la población de Vinces, no hay competencia directa. Hay producto como el Señor de los Caballos, que compiten en otro rango de precio ajeno al nuestro, por lo que no habría competencia.

### **5.22 Presupuesto de marketing**

**Tabla 3** Presupuesto de marketing

<b>Parador Turístico “El Establo”</b>	<b>Presupuesto</b>
Gestión de redes sociales “Plan Facebook”	\$100.00
Gestión de volantes	\$300.00
Instalación de letreros	\$200.00
	<b>\$600.00</b>

- Gestión de redes sociales

Creación de página como en Facebook, Instagram, Twitter y ubicación en aplicaciones de GPS de celulares como Waze.

- Gestión de volantes

Creación e impresión, del diseño de volante para la entrega a los usuarios en carreteras, ciudades cercanas para el conocimiento del área recreativa. Se procederá a la contratación de dos jóvenes para ejecutar el plan.

- Instalación de letreros:

Instalar 2 gigantografías (letreros) a 100 metros de distancia en cada lado de carretero, antes del área de recreación para informar a los conductores, turistas, que existe el local y los servicios que brindan las instalaciones.

Alianza estratégica con operadoras de turismo.



Figura 19 Redes Sociales



Figura 21 Página oficial de Facebook



Figura 20 Página oficial de Facebook

## CAPÍTULO VI

### FINANCIAMIENTO

Después de lo analizado con el propietario del parador turístico “El Establo”, indicó que entre sus mejoras tiene:

- Realizar stands de caballos y terneros.
- Realizar caminos flotantes en el humedal.
- Realizar un pequeño muelle con botes, para realizar pesca en el humedal.
- Mejora en el portal del parador turístico.
- Mejora en la cocina, con el personal uniformado.

#### 6.1 Detalle financiero

Analizando todas las entidades se optó por realizar el préstamo para el mejoramiento con la CFN en el segmento de micro crédito, que cubre hasta \$20.000 USD. Se piensa realizar un préstamo de \$9.000,00 a 5 años plazo (60 meses) con cuotas fijas mensuales de 95,60 USD, incluido el 9,9% de interés anual.

**Capital:** \$9.000

**Intereses:** \$2.877,00 (Incluye 6 meses de gracia)

**Total deuda:** \$11.876,84

##### 6.1.1 Detalles de ingresos

En el siguiente cuadro se puede observar la proyección de los ingresos que genere la venta de los productos y servicios que brinde el parador, durante los primeros 5 años con una tasa de crecimiento anual de 5%.

En el año cero se puede observar que hay ingresos, porque hay que tomar en cuenta que es un establecimiento que ya está en marcha, y podemos contar con resultados

actuales. Por esto a partir del año uno se incrementa la proyección al doble, porque es el año en que se espera ver ya los resultados del presente proyecto.

% Incremento Anual 5,0%

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	VENTAS ANUALES					
COSTILLAR DE CERDO AHUMADO	\$5.040	\$8.400	\$8.820	\$9.261	\$9.724	\$10.210
SECO DE PATO	\$3.840	\$7.200	\$7.560	\$7.938	\$8.335	\$8.752
SECO DE GALLINA	\$3.840	\$7.200	\$7.560	\$7.938	\$8.335	\$8.752
CALDO DE SALCHICHA	\$1.920	\$4.800	\$5.040	\$5.292	\$5.557	\$5.834
CALDO DE GALLINA	\$3.072	\$4.800	\$5.040	\$5.292	\$5.557	\$5.834
LOMO DE CERDO / ARROZ CON MENESTRA	\$3.600	\$7.200	\$7.560	\$7.938	\$8.335	\$8.752
PECHUGA DE POLLO/ ARROZ CON MENESTRA	\$3.600	\$7.200	\$7.560	\$7.938	\$8.335	\$8.752
CARNE/ ARROZ CON MENESTRA	\$3.600	\$7.200	\$7.560	\$7.938	\$8.335	\$8.752
LONGANIZA AHUMADA/ ARROZ CON MENESTRA	\$2.400	\$7.200	\$7.560	\$7.938	\$8.335	\$8.752
BOLONES (QUESO, CHICHARRON, MIXTO)	\$1.200	\$2.400	\$2.520	\$2.646	\$2.778	\$2.917
AGUA	\$600	\$2.400	\$2.520	\$2.646	\$2.778	\$2.917
COLA	\$1.200	\$2.400	\$2.520	\$2.646	\$2.778	\$2.917
CLUB VERDE	\$900	\$1.800	\$1.890	\$1.985	\$2.084	\$2.188
PILSENER LIGHT	\$900	\$1.800	\$1.890	\$1.985	\$2.084	\$2.188
<b>TOTALES</b>	<b>\$35.712</b>	<b>\$72.000</b>	<b>\$75.600</b>	<b>\$79.380</b>	<b>\$83.349</b>	<b>\$87.516</b>

**Tabla 4** Tabla de ingresos anuales

### 6.1.2 Pérdidas y ganancias

Costos directos incrementan en un 5% anual. Los costos indirectos que en la actualidad son inexistentes, con las nuevas adecuaciones en el primer año suben a \$10.800 anuales, entre administrador y servicios contables; y solo aumenta anualmente el 2,03% establecido por el Ministerio de Trabajo (Ministerio del Trabajo, 2014 n. d.)

Se puede observar los ingresos obtenidos menos los gastos generados por la producción de cada plato, además también los gastos administrativos y financieros. Se proyecta el estado de resultados, teniendo el primer año un incremento a \$ 6.983,40 y cada año va incrementando hasta llegar al quinto en \$10.869,64

**Tabla 5** Pérdidas y ganancias

							% Incremento Anual	5,0%
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	
Ventas	\$35.712,00	\$72.000,00	\$75.600,00	\$79.380,00	\$83.349,00	\$87.516,45	\$433.557,45	
(Costos Directos)	\$30.312,00	\$47.820,00	\$50.211,00	\$52.721,55	\$55.357,63	\$58.125,51	\$294.547,69	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$5.400,00</b>	<b>\$24.180,00</b>	<b>\$25.389,00</b>	<b>\$26.658,45</b>	<b>\$27.991,37</b>	<b>\$29.394</b>	<b>\$139.009,76</b>	
(Costos Indirectos)	\$0,00	\$10.800,00	\$11.019,24	\$11.242,93	\$11.471,16	\$11.704,03	\$56.237,36	
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$5.400,00</b>	<b>\$13.380,00</b>	<b>\$14.369,76</b>	<b>\$15.415,52</b>	<b>\$16.520,21</b>	<b>\$17.686,91</b>	<b>\$82.772,40</b>	
(Depreciación)	\$515,00	\$1.975,00	\$1.975,00	\$1.975,00	\$1.975,00	\$1.975,00	\$10.390,00	
(Gastos Financieros)	\$0,00	\$871,97	\$747,87	\$589,26	\$414,30	\$221,30	\$2.844,70	
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$4.885,00</b>	<b>\$10.533,03</b>	<b>\$11.646,89</b>	<b>\$12.851,26</b>	<b>\$14.130,91</b>	<b>\$15.490,61</b>	<b>\$69.537,71</b>	
(Impuestos 33.70%)	\$1.646,25	\$3.549,63	\$3.925,00	\$4.330,88	\$4.762,12	\$5.220,34	\$23.434,21	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$3.238,76</b>	<b>\$6.983,40</b>	<b>\$7.721,89</b>	<b>\$8.520,39</b>	<b>\$9.368,80</b>	<b>\$10.270,27</b>	<b>\$46.103,50</b>	

### 6.1.3 Balance general proyectado

El balance se realizó partiendo de los saldos iniciales basado en los movimientos que se proyecta realizar en 5 años, a continuación se proyectan los resultados del mismo.

En el año cero permitirá visualizar la situación actual del emprendimiento, sin la puesta en marcha del presente proyecto.

A partir del año uno los activos corrientes suben a un promedio anual del 100%, que corresponde a la acumulación de las utilidades anuales de los primeros 5 años reflejadas en el incremento de la liquidez (Banco). El activo fijo o no corriente disminuye levemente por concepto de la depreciación.

En el pasivo podemos ver el pasivo corriente o de corto plazo, correspondiendo a la porción de la deuda que se pagará en el año en curso. El resto de la deuda corresponde al pasivo a largo plazo.

El patrimonio está compuesto por \$6.650 de capital actual y \$5.950 más de inversión para el presente proyecto, en contraparte al préstamo con la CFN.

El resto del patrimonio corresponde a utilidades del ejercicio, y utilidades retenidas de ejercicios anteriores.

**Tabla 6** Balance Inicial Projectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos Corrientes</b>	<b>9.703,76</b>	<b>17.947,52</b>	<b>26.250,91</b>	<b>35.342,50</b>	<b>45.258,86</b>	<b>56.038,09</b>
Caja - Bancos	3.753,76	11.997,52	20.300,91	29.392,50	39.308,86	50.088,09
Inventarios	5.950,00	5.950,00	5.950,00	5.950,00	5.950,00	5.950,00
<b>Activos Fijos Netos</b>	<b>15.135,00</b>	<b>13.160,00</b>	<b>11.185,00</b>	<b>9.210,00</b>	<b>7.235,00</b>	<b>5.260,00</b>
Activos Fijos	15.650,00	15.650,00	15.650,00	15.650,00	15.650,00	15.650,00
(Depreciación acumulada)	-515,00	-2.490,00	-4.465,00	-6.440,00	-8.415,00	-10.390,00
<b>Total Activos</b>	<b>24.838,76</b>	<b>31.107,52</b>	<b>37.435,91</b>	<b>44.552,50</b>	<b>52.493,86</b>	<b>61.298,09</b>
<b>Pasivos</b>	<b>9.000,00</b>	<b>8.285,37</b>	<b>6.746,51</b>	<b>5.049,05</b>	<b>3.176,63</b>	<b>1.111,22</b>
<b>pasivo a corto plazo</b>	<b>714,63</b>	<b>1.538,85</b>	<b>1.697,46</b>	<b>1.872,42</b>	<b>2.065,41</b>	<b>1.111,22</b>
<b>pasivo a largo plazo</b>	<b>8.285,37</b>	<b>6.746,51</b>	<b>5.049,05</b>	<b>3.176,63</b>	<b>1.111,22</b>	
<b>Patrimonio</b>	<b>15.838,76</b>	<b>22.822,15</b>	<b>30.689,40</b>	<b>39.503,45</b>	<b>49.317,22</b>	<b>60.186,87</b>
Patrimonio	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00
Utilidad del Ejercicio	3.238,76	6.983,40	7.867,25	8.814,05	9.813,78	10.869,64
Utilidades Retenidas	0,00	3.238,76	10.222,15	18.089,40	26.903,45	36.717,22
<b>Pasivo + Patrimonio</b>	<b>24.838,76</b>	<b>31.107,52</b>	<b>37.435,91</b>	<b>44.552,50</b>	<b>52.493,86</b>	<b>61.298,09</b>
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

#### 6.1.4 Flujo de caja proyectado

El parador turístico “El Establo” va a obtener utilidades lo cual va a permitir generar un flujo de caja positivo durante los 5 años, llegando al quinto por encima de los \$10.000 de flujo neto.

Esto corresponde a \$85.009,76 de flujo operativo acumulado, y a los \$-34.921,68 de egresos no operativos (pago de deuda e impuesto), con lo cual tenemos un flujo acumulado al quinto año de \$50.088,09.

**Tabla 7** Flujo de caja proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	\$35.712,00	\$72.000,00	\$75.600,00	\$79.380,00	\$83.349,00	\$87.516,45	\$433.557,45
(Costos Directos)	\$30.312,00	\$47.820,00	\$50.211,00	\$52.721,55	\$55.357,63	\$58.125,51	\$294.547,69
(Costos Indirectos)	\$0,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$54.000,00
<b>Flujo Operativo</b>	<b>\$5.400,00</b>	<b>\$13.380,00</b>	<b>\$14.589,00</b>	<b>\$15.858,45</b>	<b>\$17.191,37</b>	<b>\$18.590,94</b>	<b>\$85.009,76</b>
<b>Ingresos no operativos</b>	<b>\$14.950,00</b>	<b>\$0,00</b>					<b>\$14.950,00</b>
<i>credito</i>	\$9.000,00						\$9.000,00
<i>aporte propio</i>	\$5.950,00						\$5.950,00
<b>Egresos no operativos</b>	<b>-\$16.596,25</b>	<b>-\$5.136,24</b>	<b>-\$6.285,61</b>	<b>-\$6.766,86</b>	<b>-\$7.275,02</b>	<b>-\$7.811,71</b>	<b>-\$49.871,68</b>
<b>Inversiones</b>	<b>-\$14.950,00</b>						<b>-\$14.950,00</b>
<i>activos fijos</i>	-\$9.000,00						-\$9.000,00
<i>inventarios</i>	-\$5.950,00						-\$5.950,00
Pago de prestamo		-\$1.586,61	-\$2.286,72	-\$2.286,72	-\$2.286,72	-\$2.286,72	-\$10.733,48
Impuestos	-\$1.646,25	-\$3.549,63	-\$3.998,89	-\$4.480,14	-\$4.988,30	-\$5.524,99	-\$24.188,20
<b>Flujo No Operativo</b>	<b>-\$1.646,25</b>	<b>-\$5.136,24</b>	<b>-\$6.285,61</b>	<b>-\$6.766,86</b>	<b>-\$7.275,02</b>	<b>-\$7.811,71</b>	<b>-\$34.921,68</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$3.753,76</b>	<b>\$8.243,76</b>	<b>\$8.303,39</b>	<b>\$9.091,59</b>	<b>\$9.916,36</b>	<b>\$10.779,23</b>	<b>\$50.088,09</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$3.753,76</b>	<b>\$11.997,52</b>	<b>\$20.300,91</b>	<b>\$29.392,50</b>	<b>\$39.308,86</b>	<b>\$50.088,09</b>	

## 6.2 Evaluación financiera

Con relación a la inversión inicial que es de \$14,950 se aplica una tasa de descuento del 9,91% (tasa pasiva referencial + tasa de inflación), según datos del Banco Central del Ecuador (2015), con lo cual se genera un VAN de \$19.142,27 que significa que es viable el proyecto ya que es superior a 1; lo cual nos quiere decir que genera un flujo mayor a la tasa que pagan los bancos (tasa pasiva) más la inflación anual. Se ha calculado la TIR del 40,97% que es superior a la tasa de descuento, lo cual indica que el proyecto es una mejor alternativa de inversión. Se está obteniendo un índice de rentabilidad de \$1,72 por cada dólar invertido, y se recuperará la inversión al año 1 con 4 meses.

**Tabla 8** Evaluación financiera

<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>(Positivo)</b>	<b>\$19.142,27</b>
<b>Indice de Rentabilidad (IR)</b>	<b>(Mayor a 1)</b>	<b>\$ 1,28</b>
<b>Tasa Interna de Retorno (Tir)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>40,97%</b>

**Tabla 10** Flujos acumulados

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$14.950	\$3.754	\$8.244	\$8.303	\$9.092	\$9.916	\$10.779
<i>Flujo Acumulado</i>		\$3.754	\$11.998	\$20.301	\$29.393	\$39.309	\$50.088
<i>Flujo Acumulado - Inversión</i>		-\$11.196	-\$2.952	\$5.351	\$14.443	\$24.359	\$35.138

**Tabla 9** Payback

<b>Payback (Recuperación de la Inversión)</b>	<b>(Menor al plazo)</b>					
<b>PAYBACK</b>	<b>1</b>	Año (s)	<b>4</b>	Mes (es)	<b>9</b>	Día (as)

A continuación podremos visualizar algunos indicadores financieros.

El margen bruto está calculado de la utilidad bruta dividido para las ventas. Este se mantiene estable a partir del año 1, debido a que en nuestros cálculos estamos incrementando las ventas y los gastos operativos en el mismo porcentaje (5%).

El margen neto va incrementando levemente, ya que la atención a la creciente clientela se manejará con los mismos gastos administrativos.

El retorno sobre los activos sube drásticamente en el año 1, debido a que se incrementan las ventas drásticamente. A partir del año dos hay una leve disminución anual, debido a la amortización anual de los activos.

El retorno sobre el capital sube en el año 1 por que suben las ventas, y la inversión sube pero en menor proporción. A partir del año 2 el índice baja debido a la acumulación de resultados de los ejercicios, y de ejercicios anteriores.

**Tabla 11** Ratios

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Margen bruto</b>	15,12%	33,58%	33,58%	33,58%	33,58%	33,58%
<b>Margen neto</b>	9,07%	9,70%	10,41%	11,10%	11,77%	12,42%
<b>Retorno sobre activos</b>	13,04%	22,45%	21,02%	19,78%	18,70%	17,73%
<b>Retorno sobre capital</b>	20,45%	30,60%	25,64%	22,31%	19,90%	18,06%

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS

#### 6.1 Impacto turístico



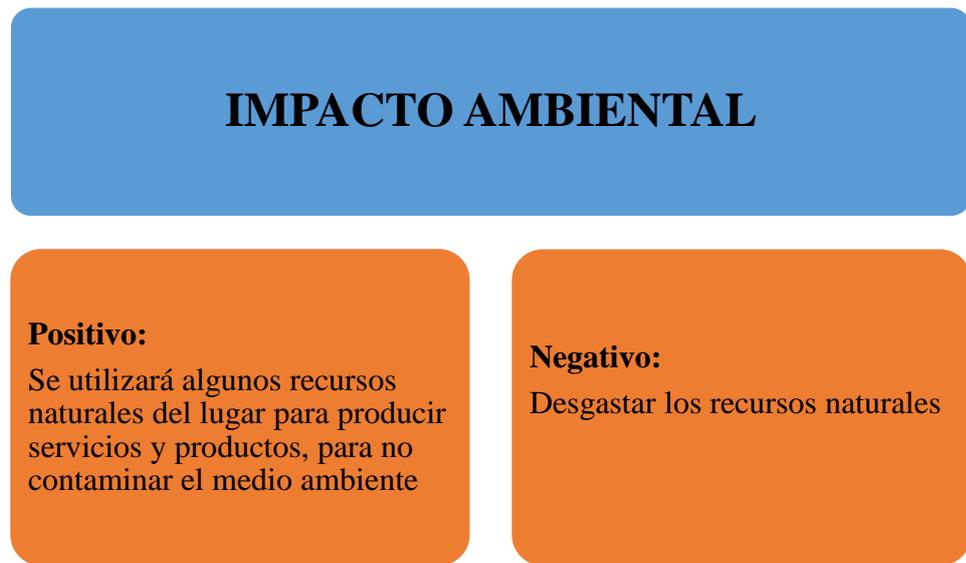
Figura 22 Impacto turístico

#### 6.2 Impacto social



Figura 23 Impacto social

### 7.3 Impacto ambiental



**Figura 24** Impacto ambiental

## CONCLUSIONES

El proyecto de implementación y mejora que se desarrollará en el área recreativa EL ESTABLO, contribuirá al cambio, mejora de la población de los alrededores, dará la iniciativa para cuidar los recursos naturales y turísticos. Se activarán otras ideas u opciones de negocios que influyan en todo lo que comprende la industria del turismo.

- En el espacio físico donde se llevará a cabo la implementación de los nuevos atractivos es el indicado, debido a que se tiene un espacio de 1 hectárea para distribuir las nuevas zonas de distracción, relajación, aprendizaje.
- El mercado al que se le realizó el estudio, permitió conocer las preferencias al momento de usar su tiempo de ocio, la disponibilidad y accesibilidad que tienen para conocer un lugar ya existente o nuevo en el cantón.
- El Establo como producto turístico ofrecerá el ya mencionado agroturismo, que se espera sea el mayor atractivo turístico del establecimiento.
- En el aspecto financiero se puede observar la factibilidad económica del proyecto, mediante el estudio y cálculos que se realizaron se puede indicar que tendrá un VAN aproximadamente de \$25.757 con un TIR 41.84%. Se considera que se recuperará la inversión en 1 año 4 meses.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que se implementa la publicidad (redes sociales, valla publicitarias) 2 meses antes de la apertura y que se prolongue con intensidad en los primeros años, hasta que se consiga nuevos clientes y fidelizar a estos.
- Hacer un plan de trabajo para la implementación de las nuevas zonas, considerando las etapas climáticas que tiene el cantón, para no perjudicar la construcción o el debido uso cuando se dé la apertura.
- Realizar alianzas estratégicas con tarjetas de crédito u operadoras de turismo para la época que baje la demanda.
- En el área de gastronomía se recomienda que con el pasar del tiempo se incremente el menú y se establezca un plato típico, como el plato de la casa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, E., & Esteban, I. G. (2005). *Análisis de encuestas*. ESIC Editorial.
- Bienvenidos a Vinces Ecuador. (n.d.-a). Retrieved September 16, 2015, from <http://visitavinces.com/index.html>
- Boullon\_Planificacin\_del\_espacio\_turstico.pdf. (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from [http://www.edeca.una.ac.cr/files/PlaCos/Lecturas%20asignadas/BOULLON\\_Planificacin\\_del\\_espacio\\_turstico.pdf](http://www.edeca.una.ac.cr/files/PlaCos/Lecturas%20asignadas/BOULLON_Planificacin_del_espacio_turstico.pdf)
- Cifras turismo 2015 | Ministerio de Turismo. (n.d.). Retrieved September 17, 2015, from <http://www.turismo.gob.ec/tag/cifras-turismo-2015/>
- Concepto de recreación. (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from <http://es.scribd.com/doc/111367236/CONCEPTO-DE-RECREACION>
- Definición Turismo Gastronómico | Peregrino Gastrósofo. (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from <https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>
- Ecuador Costa Aventura. (n.d.). Retrieved September 17, 2015, from [http://ecuadorcostaaventura.com/los\\_rios/humedal.html](http://ecuadorcostaaventura.com/los_rios/humedal.html)
- Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT. (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Exitoso acuerdo en comisiones sectoriales de fijación de salarios conades revisó resoluciones de 21 comisiones | Ministerio del Trabajo. (n.d.). Retrieved September 17, 2015, from <http://www.trabajo.gob.ec/exitoso-acuerdo-en->

comisiones-sectoriales-de-fijacion-de-salarios-conades-reviso-resoluciones-de-21-comisiones/

Fernandez, F. (n.d.). donde surge el vocablo turismo y en que época. Retrieved September 16, 2015, from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/321/donde%20surge%20el%20vocablo%20turismo%20y%20en%20que%20epoca.htm>

Gayana. Botánica - CLASIFICACION Y CARACTERIZACION DE LA FLORA Y VEGETACION DE LOS HUMEDALES DE LA COSTA DE TOLTEN (IX REGION, CHILE). (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-66432002000200006](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-66432002000200006)

Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Los Ríos. (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from <http://aplicaciones.los-rios.gob.ec/>

Inicio - Plan Nacional 2013 - 2017. (n.d.). Retrieved September 17, 2015, from <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Ley de turismo. (n.d.). Retrieved September 17, 2015, from [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6D\\_p6imQZBYJ:www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6D_p6imQZBYJ:www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec)

Métodos y técnicas de investigación • GestioPolis. (n.d.). Retrieved September 17, 2015, from <http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>

Observatorio Turístico - Universidad Nacional de Lanús - Breve Glosario de la Actividad Turística y Hotelera. (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from [http://www.observatur.edu.ar/index.php?option=com\\_content&task=view&id=53&Itemid=70](http://www.observatur.edu.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=70)

Plandetur-2020.pdf. (n.d.). Retrieved September 16, 2015, from

<http://www.turismo.gob.ec/wp->

[content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf)

Registro Oficial No. 449 - Lunes 20 de Octubre de 2008 SUPLEMENTO - Derecho

Ecuador. (n.d.). Retrieved September 17, 2015, from

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UhhIuYMc6sJ:www.d](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UhhIuYMc6sJ:www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-)

[derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UhhIuYMc6sJ:www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-)

[oficiales/2008/octubre/code/19015/registro-oficial-no-449---lunes-20-de-](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UhhIuYMc6sJ:www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-)

[octubre-de-2008-suplemento&hl=es&gl=ec&strip=1&vwsrc=0](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UhhIuYMc6sJ:www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-)

*Sistema turístico.* (21:26:48 UTC). Retrieved from

<http://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267>

Turismo. (n.d.). Ministerio de Turismo » cifras turismo 2015. Retrieved from

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

## ANEXOS

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Encuesta para propuesta de desarrollo de un área de recreación turística en la vía Santa Marta del cantón Vinces provincia de los Ríos

1. Género:

2. ¿Con qué frecuencia realiza sus viajes dentro del Ecuador?

- Una vez por mes
- Una vez cada seis meses
- Una vez por año

3. ¿Cuál es su mayor motivación para realizar sus viajes?

- Relajación y descanso
- Diversión y salud
- Relaciones comerciales
- Relaciones sociales
- Conocer historia y tradiciones del lugar
- Contacto con la naturaleza

4. ¿En compañía de quién realiza sus viajes?

- Solo
- Pareja
- Familia
- Amigos

5. ¿Por cuantos días le gustaría visitar un área de recreación turística dentro de su provincia?

- 1 día
- 2 días
- 3 días
- 4 días
- Más de 4 días

**6. ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría realizar?**

- Degustar comida típica del lugar
- Recorrer senderos naturales
- Piscina
- Realizar algún tipo de deporte
- Pesca deportiva
- Asistir a lugares de arte y cultura

**7. ¿Por qué medio de comunicación se entera de su destino a visitar?**

- Referencias familiares o conocidos
- Publicidad en televisión
- Publicidad en prensa escrita
- Publicidad en radio
- Internet (redes sociales)

Tabulaciones de las encuestas realizadas en el cantón Vinces

<b>Genero</b>		
masculino	205	54%
femenino	177	46%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

<b>Edad</b>		
15 - 25 años	83	30%
26 - 33 años	138	20%
34 - 41 años	70	10%
42 - 49 años	27	15%
50 - 57 años	34	15%
58 - 65 años	30	8%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>98%</b>

<b>¿Con qué frecuencia realiza sus viajes dentro del Ecuador?</b>		
una vez por mes	193	51%
una vez cada 6 meses	125	33%
una vez por año	64	17%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

<b>¿Cuál es su mayor motivación para realizar sus viajes?</b>		
Relajación y descanso	147	38%
Diversión, Salud	91	24%
Relaciones Comerciales	58	15%
Relaciones Sociales	44	12%
Conocer historia y tradiciones del lugar	15	4%
Contacto con la naturaleza	27	7%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

<b>¿En compañía de quién realiza sus viajes?</b>		
<b>Solo</b>	<b>62</b>	<b>16%</b>
<b>Pareja</b>	<b>83</b>	<b>22%</b>
Familia	127	33%
Amigos	110	29%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

<b>¿Por cuantos días le gustaría visitar un área de recreación turística dentro de su provincia?</b>		
1 Día	227	59%
2 Días	77	20%
3 Días	42	11%
4 Días	19	5%
Más de 4 Días	17	4%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

<b>¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría realizar?</b>		
Recorrer Senderos Naturales	81	21%
Piscina	108	28%
Degustar comida típica del lugar	129	34%
Realizar pesca deportiva	51	13%
Asistir a lugares de arte y cultura	13	3%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

<b>¿Por qué medio de comunicación se entera de su destino a visitar?</b>		
Referencias por familiares o conocidos	70	18%
Publicidad en televisión	54	14%
Publicidad en prensa escrita	45	12%
Publicidad en radio	39	10%
Internet (redes sociales)	174	46%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>



**Figura 25** Restaurante



**Figura 26** Cocina



**Figura 27** Entrevista con el dueño del parador turístico “El Establo”



**Figura 28** Humedal



**Figura 29** Ganado vacuno



**Figura 30** Puro de la casa



**Figura 31** Baños



**Figura 31** Animales



**Figura 32** Parador turístico “El Establo”



**Figura 33** Realización de encuestas