



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN TURISMO**

**MECANISMO: EMPRENDIMIENTOS**

**TEMA:**

**CENTRO DE OPERACIONES TURÍSTICAS QUE FORTALEZCA  
LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LA  
REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN**

**AUTORES:**

**KENYI REYNALDO DELGADO MIRANDA  
YANIRA DOLORES RODRÍGUEZ MENDOZA**

**TUTOR:**

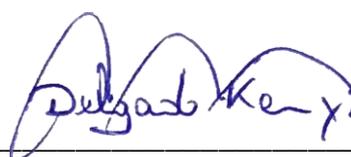
**ING. JOSÉ RAFAEL VERA VERA, MG.**

**CALCETA, OCTUBRE DE 2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Kenyi Reynaldo Delgado Miranda, con cédula de ciudadanía 1313708271 y Yanira Dolores Rodríguez Mendoza, con cédula de ciudadanía 1314592666, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **CENTRO DE OPERACIONES TURÍSTICAS QUE FORTALEZCA LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN** es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



---

**KENYI REYNALDO DELGADO MIRANDA**  
CC: 1313708271

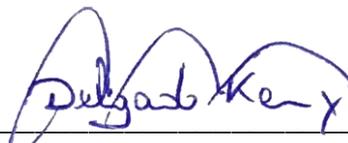


---

**YANIRA DOLORES RODRÍGUEZ MENDOZA**  
CC: 1314592666

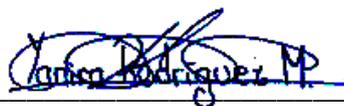
## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Kenyi Reynaldo Delgado Miranda, con cédula de ciudadanía 1313708271 y Yanira Dolores Rodríguez Mendoza, con cédula de ciudadanía 1314592666, autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: **CENTRO DE OPERACIONES TURÍSTICAS QUE FORTALEZCA LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



---

**KENYI REYNALDO DELGADO MIRANDA**  
CC: 1313708271



---

**YANIRA DOLORES RODRÍGUEZ MENDOZA**  
CC: 1314592666

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

José Rafael Vera Vera, certifica haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: **CENTRO DE OPERACIONES TURÍSTICAS QUE FORTALEZCA LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN**, que ha sido desarrollado por Kenyi Reynaldo Delgado Miranda y Yanira Dolores Rodríguez Mendoza, previo a la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**Mg. José Rafael Vera Vera**  
**C.I. 1313176131**  
**TUTOR**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondientes, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: **CENTRO DE OPERACIONES TURÍSTICAS QUE FORTALEZCA LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN**, que ha sido desarrollado por Kenyi Reynaldo Delgado Miranda y Yanira Dolores Rodríguez Mendoza, previo a la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

Mg. Iván O. Mendoza Montesdeoca

**CC:** 1310479140

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Mg. Juan C. Villacreses Viteri

**CC:** 1304914953

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Mg. Washington F. Veloz Camejo

**CC:** 0919958579

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que nos dio la oportunidad de crecer como ser humano a través de una educación superior de calidad y en la cual hemos formado nuestros conocimientos profesionales día a día;

A Dios por habernos dado la oportunidad de seguir con vida y lograr cumplir con nuestro sueño de ser profesionales en turismo.

A nuestras familias que siempre creyeron en nosotros y dieron su mayor esfuerzo para que logremos culminar nuestra carrera profesional.

A nuestro tutor de tesis el Ing. Rafael Vera quien fue la persona que nos guio a través de sus conocimientos para llevar a cabo el proceso y desarrollo de nuestra investigación, le quedaremos completamente agradecidos siempre.

**KENYI REYNALDO DELGADO MIRANDA**

**YANIRA DOLORES RODRÍGUEZ MENDOZA**

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme cumplir un sueño más en esta vida.

A mis padres, quienes fueron un pilar fundamental para el cumplimiento de este objetivo en mi vida, ya que gracias a su apoyo moral y económico pude seguir adelante y continuar con mis estudios, y si no fuese por su ejemplo y valores inculcados, hoy en día no sería la persona que soy.

### **KENYI REYNALDO DELGADO MIRANDA**

A mis padres, por ser las personas más importantes en mi vida y porque con su esfuerzo y dedicación, han logrado sacarme adelante, gracias a sus enseñanzas han construido de mí una persona de buenos valores y gran moral. Este título se los dedico a ellos: les pertenece por su amor y constancia transferidos a mí.

### **YANIRA DOLORES RODRÍGUEZ MENDOZA**

## CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL	viii
CONTENIDO DE TABLAS	xi
CONTENIDO DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	7
1.2.2. METODOLÓGICA	7
1.2.3. PRÁCTICA	8
1.2.4. SOCIAL	8
1.2.5. ECONÓMICA	9
1.2.6. AMBIENTAL	9
1.2.7. LEGAL	10
1.3. OBJETIVOS	11
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	11
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
1.4. IDEA A DEFENDER	11
CAPÍTULO II. REVISIÓN CONCEPTUAL DEL NEGOCIO	12
2.1. EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO Y DESARROLLO LOCAL	12
2.2. CRITERIOS CLAVES PARA LA CONFORMACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES	15
2.4. INNOVACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO RURAL COMUNITARIO	22

2.5. ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL UNA OPORTUNIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO	26
	30
2.6. MODELOS DE NEGOCIOS TURÍSTICOS EN TERRITORIOS RURALES	31
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	38
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.2. RESULTADOS ESPERADOS	45
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
4.1. FASE 1. ESTUDIO DE MERCADO	46
4.1.1 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	46
4.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA	51
4.1.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA.	58
4.1.4. ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD.	71
4.2.1. IDENTIFICAR LOS SOCIOS CLAVES.	74
4.2.2. DETERMINAR LAS ACTIVIDADES CLAVES DE LA CADENA DEL NEGOCIO.	77
4.2.3. DEFINIR LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA PARA EL NEGOCIO	79
4.2.4. DETERMINAR LOS RECURSOS CLAVES PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO.	84
4.2.5. ESTABLECER EL RECURSO HUMANO NECESARIO	85
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	85
DISEÑO DEL PERFIL DE PUESTOS CLAVES	86
ADMINISTRADOR	86
SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	88
SUELDO DEL PERSONAL DE MANO DE OBRA DIRECTA	89
4.3. FASE 3. ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO	89
4.3.1. DETERMINAR LOS ASPECTOS LEGALES NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO.	89
4.3.2. DEFINIR EL SEGMENTO DE MERCADO.	92
4.3.3. DEFINIR ESTRATEGIAS DE MARKETING “4P”.	93
4.4. FASE 4. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	106
4.4.1. DETERMINAR LA INVERSIÓN DEL PROYECTO	106
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113

5.1. CONCLUSIONES	113
5.2. RECOMENDACIONES	115
BIBLIOGRAFÍA	116
ANEXOS	122

## CONTENIDO DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Modelo de planificación.....	40
<b>Tabla 2.</b> Recursos de la represa de La Esperanza. ....	53
<b>Tabla 3.</b> Inventario de establecimientos de hospedaje del cantón Bolívar .....	54
<b>Tabla 5.</b> Inventario de establecimientos de recreación el cantón Bolívar .....	57
<b>Tabla 6.</b> Inventario de atractivos y recursos turísticos del cantón Bolívar .....	57
<b>Tabla 7.</b> Turismo rural en la represa .....	59
<b>Tabla 8.</b> Residencia .....	60
<b>Tabla 9.</b> Género.....	61
Tabla 10. Edad.....	61
<b>Tabla 11.</b> Situación laboral .....	62
<b>Tabla 12.</b> Nivel de ingresos .....	63
<b>Tabla 13.</b> Nivel de estudios.....	63
<b>Tabla 14.</b> Medios de información .....	64
<b>Tabla 15.</b> Decisión de viaje.....	64
<b>Tabla 16.</b> Compañía de viaje .....	65
<b>Tabla 17.</b> Medio de transporte .....	66
<b>Tabla 18.</b> Duración de la visita.....	66
<b>Tabla.19.</b> Actividades en la represa .....	67
<b>Tabla 20.</b> Servicios .....	68
<b>Tabla 21.</b> Disposición de pago.....	69
<b>Tabla 22.</b> Tipo de organización de viajes.....	69
<b>Tabla 23.</b> Perfil del turista que visita la represa Sixto Durán Ballén. ....	70
<b>Tabla 24.</b> Matriz de Potencialidades. ....	71
<b>Tabla 25.</b> Matriz de competitividad. ....	72
<b>Tabla 26</b> Representantes entrevistados.....	74
<b>Tabla 28.</b> Identificación de los socios claves. ....	76
<b>Tabla 29.</b> Hoja de trabajo de taller participativo .....	77
<b>Tabla 30.</b> Materiales de infraestructura y construcción .....	81
<b>Tabla 31.</b> Equipos y maquinarias.....	84
<b>Tabla 32.</b> Perfil del administrador .....	86
<b>Tabla 33.</b> Perfil del contador .....	87

<b>Tabla 34.</b> Responsabilidades del Grupo comunitario .....	88
Tabla 35. Costo de personal administrativo .....	88
<b>Tabla 36.</b> Costo de mano de obra directa .....	89
<b>Tabla 37.</b> Variables de segmentación de mercado .....	92
<b>Tabla 38.</b> Tour friendly day .....	94
<b>Tabla 39.</b> Tour family recreation .....	96
<b>Tabla 41.</b> Estrategias de producto .....	100
<b>Tabla 42.</b> Estrategias de promoción .....	101
<b>Tabla 43.</b> Estrategias de distribución .....	102
<b>Tabla 44.</b> Costo de tour 1 .....	103
<b>Tabla 45.</b> Costo de tour 2 .....	103
<b>Tabla 46.</b> Costo de tour 3 .....	103
<b>Tabla 47.</b> Estrategias de precio .....	103
<b>Tabla 48.</b> Aporte del grupo comunitario .....	107
<b>Tabla 49.</b> Plan de inversión .....	108
<b>Tabla 50.</b> Estimación de ventas por paquetes .....	109
<b>Tabla 51.</b> Estimación de ventas en cantidad monetaria .....	109
<b>Tabla 52.</b> Proyección de ventas .....	110
<b>Tabla 53.</b> Capital de operación .....	110
<b>Tabla 54.</b> Flujo de caja proyectado .....	111
Tabla 55. VAN y TIR .....	112
<b>Tabla 56.</b> Tiempo de recuperación de la deuda .....	112

## CONTENIDO DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Sistema Territorial Multidimensional .....	30
<b>Figura. 2.</b> Tipologías de modelos conocidos.....	36
<b>Figura 4.</b> Ubicación geográfica del Cantón Bolívar. ....	46
<b>Figura 5.</b> Ubicación del centro de operaciones turísticas.....	79
<b>Figura 7.</b> Flujograma del servicio.....	83
<b>Figura 8.</b> Flujograma del producto.....	84
<b>Figura 10.</b> Marca de la empresa.....	90
<b>Figura 11.</b> Logotipo de la empresa .....	105
<b>Figura 12.</b> Simbología de colores .....	105

## RESUMEN

El propósito de esta investigación fue la elaboración de un plan de negocios para la implementación de un centro de operaciones turísticas que fortalezca los emprendimientos de la zona de la represa Sixto Durán Ballén; el tipo de investigación es de carácter descriptivo exploratorio con un enfoque cualitativo y cuantitativo, constituido por cuatro fases. En primera instancia se efectuó un estudio de los componentes, económicos, socioculturales, ambientales y turísticos, en donde se determinó que gran parte de la población se dedica a actividades agropecuarias. En la segunda fase, se llevó a cabo el estudio técnico que, por medio de talleres participativos, se lograron identificar socios claves, emprendimientos locales, la comunidad y el gobierno parroquial. En la tercera fase se determinó aspectos legales para el funcionamiento de la empresa; consecuentemente, se definió el segmento que permitió la elaboración de tres tours basados en naturaleza, cultura y ocio. Finalmente, se evaluó la factibilidad del centro de operaciones “La Esperanza”, se pudo establecer que la inversión para iniciar el proyecto es de \$23,302.03 en donde el 40% es aporte de la comunidad y el 60% a través de BANECUADOR. Es importante destacar la viabilidad económica del proyecto, pues los resultados permitieron establecer que existe un VAN positivo y un TIR de 67%, determinando que es un negocio rentable. La investigación demostró que la represa Sixto Durán Ballén posee las condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo rural y la generación de emprendimientos vinculados a esta actividad.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo rural, emprendimientos turísticos, centro de operaciones, plan de negocios.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research was the development of a business plan for the implementation of a tourist operations center that strengthens the ventures in the area of the Sixto Duran Ballén dam; The type of research is descriptive-exploratory with a qualitative and quantitative approach, consisting of four phases. In the first instance, a study of the economic, sociocultural, environmental and tourist components was carried out, where it was determined that a large part of the population is engaged in agricultural activities. In the second phase, the technical study was carried out, which through participatory workshops identified key partners, local enterprises, the community and the parish government. In the third phase, legal aspects for the operation of the company were determined, consequently, the segment that allowed the elaboration of three tours based on nature, culture and leisure was defined. Finally, the feasibility of the "La Esperanza" operations center was evaluated, it was established that the investment to start the project is \$23,302.03, where 40% is contributed by the community and 60% through BANEQUADOR. It is important to highlight the economic viability of the project, since the results allowed us to establish that there is a positive NPV and an IRR of 67%, determining that it is a profitable business. The investigation showed that the Sixto Durán Ballén dam has adequate conditions for the development of rural tourism and the generation of enterprises linked to this activity.

### **KEY WORDS**

Rural tourism, tourist entrepreneurships, operations center, business plan.

# CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

## 1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Ecuador, al contar con una gran diversidad de recursos naturales y culturales, se destaca por su valioso potencial para realizar actividades turísticas. Esto ha dado lugar a que se empiecen a crear diferentes tipos de emprendimientos turísticos como fuente generadora de ingresos, con el fin de mejorar la calidad de vida desde un punto de vista social - familiar; sin embargo, estos negocios presentan diversas problemáticas en su desarrollo debido a múltiples factores (Santa María y López, 2019). Como señala Lasio et al. (2020) los emprendimientos en Ecuador según el índice de la actividad emprendedora temprana (TEA), en el 2019 fue de 36.2% superando al 2017 el cual había sido de 29.6%. Lo que quiere decir que alrededor de 3.6 millones de habitantes de Ecuador, estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio.

El desarrollo turístico de Ecuador se ha dado de una manera tradicional; es decir, está dado por servicios como la hotelería, restaurantes, operadores turísticos, transporte comercial y turístico e infraestructura. De acuerdo a la guía de organizaciones de SEPS, como se citó en Mendoza y Loja (2018), en el país existen 71 emprendimientos sociales en el área turística del Ecuador. De acuerdo a datos de la FEPTCE registra 158 comunidades turísticas y cinco cooperativas comunitarias. Así, en Ecuador, el número de emprendimientos sociales del sector turístico (asociaciones y cooperativas) es de 234, que se dedican a actividades de turismo comunitario y a brindar servicios de alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento, entre otros.

De acuerdo con el estudio realizado por el Monitor Global de Emprendimiento (GEM) (2018), el índice de actividad emprendedora fue del 29.62% en Ecuador; es decir, que surgen por la necesidad u oportunidades temporales; pese a ello, no se encuentran catalogados como negocios que puedan tener éxito y sean sostenibles en un futuro. De hecho, en el país los factores limitantes en el desarrollo de los emprendimientos de carácter comunitario, en el sector turístico, son la carencia de conocimientos básicos de gestión, lo que impide tomar decisiones adecuadas, y la

falta de integración, ya que predomina una cultura individual, lo que hace difícil la participación en las comunidades, siendo uno de los principales fracasos para quienes deciden emprender en este ámbito.

Para respaldar el argumento, en cuanto a la influencia de la gestión de los emprendimientos comunitarios en el sector turístico, los estudios de Fernández, Castillejos y Ramírez (2012) plantean que: “Las empresas de carácter social que surgen en comunidades rurales enfrentan una serie de problemas que les impiden su crecimiento y supervivencia” (p.203). Si bien es cierto, las personas que conforman estos grupos son campesinos, amas de casa o personas sin instrucción básica, quienes decidieron crear y gestionar colectivamente una organización empresarial; entonces, al carecer de conocimientos y habilidades técnicas, conllevan una desventaja como débil capital humano en aspectos administrativos y estratégicos, lo cual los hace vulnerables en un mercado cada vez más competitivo y globalizado.

Otro de los factores que limitan el desarrollo de los emprendimientos comunitarios es el temor de iniciar nuevos tipos de negocios bajo esta modalidad; además, el poco involucramiento de la comunidad es otra de las causas que influyen de forma negativa en este espacio. En una comunidad donde se plantee elaborar un emprendimiento social en el sector turístico, los habitantes tienden a mostrar resistencia con respecto a este tipo de negocios y, al momento de involucrarse, no cooperan de forma adecuada. De acuerdo a Larrea y Zambrano (2021) los centros de operaciones turísticas permiten proporcionar información a turistas y potenciales turistas que visitan una determinada zona, que puede ser local, regional o nacional.

Con base a lo expuesto, existen falencias en cuanto a los servicios que brindan estos centros de operaciones debido que el sistema que utilizan es tradicional y poco convencional; es decir, manejan un sistema tecnológico que no se adapta a las nuevas tendencias en tecnología; a esto se suma el inadecuado manejo de la información turística; otra de las problemáticas que presentan en la mayoría de estos centros de operación turística que son administrados por instituciones de manera el personal que operan en estos centros solo cumple un horario de oficina y no están debidamente capacitado en el ámbito de turismo.

Por su parte, la provincia de Manabí se caracteriza por poseer un alto potencial turístico, esto es debido a que dentro de su extensión territorial existe una gran diversidad natural y cultural, sin embargo, la existencia de toda esta potencialidad dentro del territorio ha conllevado a que dentro de las comunidades se empiecen a desarrollar diferentes tipos de emprendimientos direccionados a la actividad turística, pero, las deficiencias en la gestión administrativa por parte de los propietarios de estos negocios, ha ocasionado que los resultados obtenidos no sean tan satisfactorios, teniendo como consecuencia el cierre de estos negocios a corto plazo (Reinoso como se citó en García y Blanco, 2019).

Para Mantuano, Olives, y Caicedo (2019) el principal problema de las comunidades manabitas, es la carencia de fuerza en sus actividades claves y la relación con el cliente. De hecho, no se preocupan por el rediseño e innovación, que pese a poseer recursos naturales y culturales de gran potencial, no logran conseguir que sus clientes regresen. Otro aspecto, son los canales de distribución pues se encuentran obsoletos; no han logrado considerar otros medios. Por último, dentro de la estructura de costos, direccionan la utilidad generada a beneficio de cada familia participante dentro la comunidad; sin embargo, poco es el presupuesto destinado a la reinversión; es decir, al mantenimiento de sus activos fijos, al diseño de nuevas actividades y a la capacitación del personal, indicadores necesarios para la sostenibilidad del negocio comunitario.

En general la situación de los emprendimientos en la provincia de Manabí ha sido deficiente, debido a que existen algunas falencias debido que los procesos administrativos son algo ineficaces, debido a que el personal administrativo carece de organización, trabajo en equipo, planeación, es por ello muchos emprendimientos reflejan resultados limitados. Esto se ve reflejado en los pocos centros de operación turística en la provincia, estos se ubican en Portoviejo y Manta por lo que el desarrollo del turismo se limita al no contar con más centros de operaciones.

La represa Sixto Durán Ballén ubicada en el sitio La Esperanza de la parroquia Quiroga, aproximadamente a 12 kilómetros de la cabecera cantonal de Bolívar, a pesar de ser considerada un recurso con mucho potencial turístico y estar

categorizada como atractivo cultural, tipo realizaciones técnicas y científicas y subtipo obras de ingeniería, como lo mencionan Félix et al. (2019), aún no se ha establecido como un punto turístico clave dentro del territorio, ésto debido al desinterés que tienen las autoridades competentes en el progreso del mismo, lo cual se puede comprobar en la reducida planificación y gestión del atractivo que ha ocasionado un desarrollo lento y desequilibrado de la actividad turística en la zona de la represa.

La represa está ubicada en un espacio en donde existe una gran variedad de flora y fauna, lo cual conlleva a que el recurso se convierta en un lugar propicio para el desarrollo del turismo rural, mismo que hace que su puesta en valor demande, exija y obligue que su administración y promoción esté direccionado al desarrollo sostenible; sin embargo, se han identificado una serie de aspectos negativos que limitan el desarrollo de un centro de operaciones turísticas en esta área: en primer lugar, el desconocimiento técnico que tiene la comunidad en gestionar este tipo de empresa; por otro lado, la poca organización y comunicación entre los mismos para llevar a cabo las actividades turísticas; y, por último, la falta de compromiso, considerando que sin la cooperación adecuada de todos los involucrados, dicho proyecto no será posible.

De la misma manera se indica que los emprendedores dedicados a la gastronomía, artesanías y actividades acuáticas, además de tener un limitado conocimiento en la gestión en actividades turísticas sostenibles, también desconocen temas relacionados con el mercado turístico; esto, a causa del escaso soporte que se le ha brindado a la investigación de oferta y demanda por parte de las instituciones públicas y privadas. Además de que estas entidades, tampoco han tomado esa iniciativa por empezar a establecer asesoría técnica que sirva como apoyo para la creación de nuevos negocios, lo que ha ocasionado que los atractivos y recursos, tanto culturales como naturales junto a los servicios, no se ajusten a las necesidades de la demanda, generando así un reducido nivel de penetración en el mercado y, por ende, mínimas ventas que se vislumbran en un eventual fracaso.

Con relación a la infraestructura de la represa, se observa que, es notable su deficiencia dentro y en los alrededores del área, ya que ésta no cuenta con hoteles

cercanos, por lo que los interesados deben hospedarse en la ciudad de Calceta; asimismo se indica que, en lo que se refiere a telecomunicaciones, la compañía Claro es la que tiene mejor cobertura de señal para llamadas, pero es deficiente para internet, lo cual es un punto muy importante a considerar por los diferentes sectores (público y privado) ya que una buena infraestructura convierte al recurso en un atractivo y, por ende, tiene más acogida turística.

De acuerdo con estas evidencias, Doumet y Yáñez (2014) contribuyen mencionando que las debilidades que posee el área son la escasez de facilidades turísticas tales como muelles, equipos de seguridad, señalética y centros de información turística; de la misma manera se encuentra el incorrecto manejo del suelo, la débil organización, promoción y desconocimiento de la actividad turística en la mayoría de las comunidades, y la inadecuada infraestructura, en cuanto a accesos ligados a lugares con interés turístico en la vía La Esperanza – Membrillo, lo cual ha dado paso a que los emprendimientos y el turismo no se desarrollen de una manera adecuada.

Para Bravo (2018) la creación de una asociatividad es una de las mejores estrategias de desarrollo, ya que permite que las pequeñas y medianas empresas, que cuentan con recursos limitados, puedan realizar acuerdos y alianzas que les permitan crecer de manera equitativa, ofreciéndoles así mayores ventajas competitivas ante la globalización que de manera individual no podrían ser alcanzadas, no obstante, debido a la desunión y un alto nivel de competitividad. Entre los negocios que operan en la represa, no se ha podido crear una asociatividad que contribuya a la generación de alianzas entre emprendimientos, ocasionando así que las nuevas empresas tengan que enfrentarse a una serie de contratiempos que impiden su creación y puesta en marcha.

Es muy notable observar que, dentro de la localidad, existe un déficit de la gestión turística que no ha permitido que dentro del área se desarrolle la actividad puesto que las autoridades locales se centran en la promoción de los recursos, más no en la gestión estratégica sostenible en sus tres pilares: social, económico y ambiental. Por lo consiguiente, dentro del área se evidencia un mal manejo de los recursos turísticos al no llevarse un control, sumado al desinterés de los habitantes, la

escasa inversión pública para el desarrollo turístico de la comunidad, repercutiendo en el poco crecimiento económico de la localidad por lo que el impulso del turismo sería una herramienta esencial para el crecimiento económico y así garantizar una mejor calidad de vida para sus habitantes.

La puesta en marcha de un centro de operaciones en la zona de la represa La Esperanza es fundamental debido a que contribuirá al desarrollo económico y turístico de la localidad; mas, sin embargo, existen limitaciones para que esto se lleve a cabo, como es el caso de la poca inversión y financiamiento, y el desinterés de las autoridades locales para el impulso de nuevos emprendimientos. De estas evidencias se deduce que existen barreras, tales como las altas tasas de interés, que dificultan el acceso a financiamientos o créditos, y los escasos incentivos al capital de riesgo, que impiden la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos, dando paso a que los emprendedores pierdan la motivación inicial, se contribuya al aumento del desempleo y, en ciertos casos, a que las personas opten por la migración.

Ante esto, que afecta significativamente al desarrollo de los emprendimientos ubicados en el área, se plantea la siguiente interrogante:

¿De qué manera el diseño de un centro de operaciones turísticas podría fortalecer los emprendimientos en la zona de influencia de la represa Sixto Durán Ballén?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1. TEÓRICA**

El presente trabajo surge ante la necesidad de fortalecer los emprendimientos turísticos de una localidad a través de un centro de operaciones que permita la organización, desarrollo y ejecución directa de viajes y visitas turísticas que incluyan la provisión de servicios turísticos propios y/o de terceros. De acuerdo con lo planteado por Ordoñez et al. (2020) el emprendimiento y el desarrollo local reflejan el progreso de las comunidades gracias a la generación de empleo en o entradas financieras permitiéndoles mejorar su calidad de vida.

La aplicación de definiciones, aporta significativamente al desarrollo del destino ya que es un tema poco abordado en el país; de modo que, mediante la recopilación de información en fuentes bibliográficas, revistas científicas e investigaciones referentes con las variables ya mencionadas, se toman en cuenta ideas que permitirán a futuro construir criterios adecuados para el desarrollo de investigaciones en otros destinos turísticos.

### **1.2.2. METODOLÓGICA**

Desde la óptica metodológica, la investigación se fundamenta mediante la aplicación de la metodología brindada por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2012) dada la tipología de la investigación catalogada como “emprendimiento” para el desarrollo de su proceso metodológico implementa una serie de fases que van desde la realización de un estudio de mercado hasta la elaboración de una evaluación financiera, mismos puntos que tienen como finalidad analizar aspectos relevantes que permitan llevar a cabo la ejecución del proyecto. La aplicación de esta metodología dentro de este documento es fundamental debido a que abarca una gran variedad de factores que permitirán desarrollar una investigación mucho más completa, logrando obtener así un mayor porcentaje de confiabilidad al momento de la ejecución del proyecto.

Es importante mencionar que esta metodología va a contribuir a la comunidad en general, a futuras investigaciones que pretendan los mismos objetivos; de idéntica forma se beneficiarán en aspectos de gestión, planificación y coordinación de las actividades turísticas; esto es, en torno al desarrollo sostenible de la localidad. Por lo consiguiente, la propuesta se acopla a la realidad de la zona y proporciona herramientas para aquellos emprendedores turísticos que decidan iniciar su negocio.

### **1.2.3. PRÁCTICA**

La implementación de un centro de operaciones turísticas proporcionará servicios de información, promoción, difusión y coordinación de las actividades turísticas que ofrecen los emprendimientos que se encuentran en la zona lo cual representa un beneficio por un lado para los actores públicos dado el reconocimiento del cantón como un icono turístico, por otra parte, las empresas privadas dada la afluencia de turistas que de una forma requieren otros servicios y de forma directa a la comunidad y sus emprendedores. También puede generar una estadística de compra y ventas de productos y paquetes para la toma de decisiones en la cual se realizarán actividades claves relacionadas con el turismo rural para así lograr la satisfacción del cliente. Cabe mencionar que esta investigación contribuirá directamente a la comunidad La Esperanza, a sus habitantes desde el punto de vista que las instituciones públicas aporten al mejoramiento de la infraestructura básica y turística de manera que se pueda dar impulso al desarrollo del turismo en la comunidad, se reconocerá las potencialidades del área y se establecerán nuevos productos turísticos; alrededor de este centro se estipula pautas y normativas en el cual se conserve el área y se aplique la base de la sostenibilidad.

### **1.2.4. SOCIAL**

El diseño de un centro de operaciones turísticas es el primer paso en el empoderamiento de los emprendedores sobre la importancia y contribución de la actividad turística para el desarrollo local. Un centro de operaciones turísticas trae consigo beneficios sociales como capacitaciones, oportunidades de participación en la ejecución de las actividades de turismo desde un enfoque de equidad social

(género, edad, raza, religión, etc.) y el desarrollo de nuevas habilidades individuales y colectivas que generan un ecosistema comunitario de cooperación con valores compartidos que fortalecen la identidad local y el accionar conjunto de la comunidad para el buen vivir. Por lo que es esencial el involucramiento de la comunidad; es decir, que sea partícipe de las actividades que giren en torno al centro de operaciones. Entonces será necesario impulsar la sostenibilidad en sus diferentes elementos (social, económico y ambiental) logrando una equidad justa e igualitaria.

### **1.2.5. ECONÓMICA**

Bajo una perspectiva económica, la creación del centro de operaciones turísticas permitirá la venta de productos y servicios que se ofertarán en la Represa La Esperanza; en cuanto a sus emprendimientos, pueden implementar la venta de *souvenir* o artesanías con materiales propios de la zona, esto con el fin de generar otras opciones de ingresos económicos; el desarrollo de nuevos productos atraerá a las empresas públicas y privadas que buscarán invertir en proyectos de esta índole, generando plazas de empleo y beneficios distribuirlos de forma homogénea entre todos los involucrados.

Cabe destacar que los negocios se consideran una fuente de desarrollo local, según Ordóñez, Rodríguez y Ordóñez (2020) ya que, mencionan, que el emprendimiento puede ser observado de diferentes maneras. Sin embargo, siempre beneficiará a la comunidad, ya que genera empleos y, por lo tanto, mejora su economía, por lo cual es considerado un elemento muy importante ya que contribuye al progreso de un área determinada.

### **1.2.6. AMBIENTAL**

En la parte ambiental, esta investigación tiene como finalidad la conservación del medio ambiente, es decir, promover la sostenibilidad sin afectar a las zonas de consumo ya sea de forma directa e indirecta, por lo que los emprendedores y la comunidad tendrán como eje este tipo de emprendimientos para crear negocios en los que se tome en cuenta la preservación y conservación de los espacios naturales, es decir, que estén en armonía con el medio ambiente.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), cuando se trata de la operación turística deben considerarse los objetivos básicos para su desarrollo; entre ellos la conservación de recursos históricos, culturales y de cualquier otro tipo, para un uso futuro, a su vez que benefician a la sociedad del presente. El proyecto de investigación se enfocará en el adecuado manejo y cuidado ambiental dentro de la comunidad La Esperanza, debido que se establecerá pautas al cuidado y preservación de los espacios naturales para que el turismo de la localidad sea sostenible. Desde esta perspectiva, el centro de operaciones turísticas se encargará de llevar una adecuada gestión de las actividades que se desarrollen en la localidad y que las mismas no generen impactos ambientales; de la misma forma emplear técnicas de conservación y protección de los recursos naturales. Finalmente, incentivar a los turistas por el respeto de los valores naturales y culturales de los anfitriones.

### **1.2.7. LEGAL**

Legalmente esta investigación se fundamenta en la Constitución de la República del Ecuador (2008), la cual en su capítulo IV, artículo 66, numeral 15, habla sobre el derecho a desarrollar actividades económicas y menciona que éstas se pueden desarrollar tanto de manera individual o colectiva; esto, conforme a cada uno de los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental que maneje cada emprendimiento. Por su parte, la Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación (2020), en su capítulo I, artículo 2, establece sus objetivos como ley, entre los cuales se destacan dos para esta investigación: primero está el literal b que trata sobre el fomento de la eficiencia y la competitividad de emprendedores, y el literal f que se basa en el fomento de la innovación del desarrollo productivo.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan de negocios para la implementación de un centro de operaciones turísticas que fortalezca los emprendimientos en la zona de influencia de la represa Sixto Durán Ballén.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado para analizar la potencialidad de un centro de operaciones turísticas en la Represa Sixto Durán Ballén
- Desarrollar un estudio técnico que determine la micro localización, equipos y estructura organizacional para la implantación del centro de operaciones turísticas.
- Definir aspectos relacionados con la planificación y administración del centro de operaciones turísticas.
- Efectuar una evaluación financiera del proyecto para determinar la viabilidad económica del centro de operaciones turísticas de la represa Sixto Durán Ballén.

## **1.4. IDEA A DEFENDER**

El diseño de un centro de operaciones turísticas fortalecería los emprendimientos en la zona de influencia de la represa Sixto Durán Ballén.

## **CAPÍTULO II. REVISIÓN CONCEPTUAL DEL NEGOCIO**

El presente capítulo tiene como propósito la recopilación de antecedentes teóricos, de tal modo que permita al investigador interpretar de una manera más ordenada y coherente el tema de investigación. Los temas de plan de negocios y emprendimiento han sido objeto de varias investigaciones, teorías y conceptos, lo cuales permiten comprender cuál es la incidencia de ellos en la economía. Resulta preciso mencionar que se ha recogido el aporte de varios autores y organismos, tanto nacionales como internacionales para sustentar el tema de investigación. A continuación, se podrán apreciar las temáticas de la variable dependiente e independiente.

### **2.1. EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO Y DESARROLLO LOCAL**

Un emprendimiento se crea con el objetivo de obtener ganancias financieras, por lo cual es muy importante que posea un plan de negocio bien estructurado de tal modo que mejore la calidad de vida del emprendedor y a su vez de la comunidad, ya que esta fomenta la creación de empleos, por tal motivo es importante el apoyo de las autoridades en el desarrollo o progreso de estos negocios.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, Oyarvide, Nazareno, Roldán y Ferrales, (2016) manifiestan que “el emprendimiento es uno de los mejores caminos para crecer económicamente como: persona, como organización y, en sentido más amplio, como país, tanto así que los gobiernos han implementado programas y proyectos para fomentar y apoyar esta vía de desarrollo” (p.76). Un negocio representa una oportunidad de mejora financiera, es decir, es considerada como una solución a las dificultades económicas que tienen las comunidades, regiones o países.

De la misma manera la Corporación Andina de Fomento (como se citó en Ordóñez, Rodríguez y Ordóñez, 2020) indica que, en lo que se refiere a emprendimiento en América Latina se concibe como un beneficio en temas financieros, es decir, es la solución para las personas que no tienen trabajo, ya que es un generador de empleos y por lo tanto de ingresos en la cual se ve favorecida la comunidad. En

este continente el 28.7% es trabajador autónomo, mientras que el 54.8% es pagado y el 4% es contratante.

Aunado a la situación, estos mismos autores mencionan que, los nuevos negocios mejoran el rendimiento económico de un país, como consecuencia de una mezcla de los elementos que conforman la producción que incitan a que se realicen modificaciones en su diseño. Los bienes y servicios que estas empresas dan a conocer a los clientes presentan una cualidad única que llega hasta las empresas proveedoras de suministros, lo cual fomenta que la empresa se convierta en una competencia y que productos sean innovadores, permitiendo así el progreso económico o financiero de la empresa (Ordóñez et al., 2020).

El emprendimiento y el desarrollo local reflejan el progreso de las comunidades ya que mediante la creación de emprendimientos se generan empleos en la cual la sociedad se ve beneficiada debido a que obtienen ganancias o entradas financieras lo que les permite mejorar su calidad de vida. A este análisis contribuye Ordóñez et al. (2020) ya que menciona que, el emprendimiento puede ser observado de diferentes maneras, sin embargo, siempre beneficiará a la comunidad ya que genera empleos y por lo tanto mejora su economía, por lo cual es considerado un elemento muy importante en un área ya que contribuye al progreso de un área determinada.

En el contexto turístico, los emprendimientos contribuyen al desarrollo local en los lugares en los que se desarrollan este tipo de actividades, donde se interactúa con las áreas culturales y ambientales, además se practica según las modalidades a escoger y representa el impulso para el desarrollo de nuevos productos innovadores como el turismo rural, bienestar y social. “Las comunidades rurales a través de pequeñas iniciativas productivas gestan procesos de producción, dirigidos a explorar y potenciar escenarios empresariales dinámicos, eficientes, rentables y competitivos, que son conocidos como emprendimientos comunitarios.” (Ordóñez et al., 2020, p.123).

A su vez, Tapia, Tapia, Moscoso y Ortíz (2017) indican que el progreso de la comunidad es una sucesión que abarca varios aspectos como la mejora de la población local, además existen diferentes proposiciones conformadas por

estrategias territoriales y locales, que buscan generar, diseñar y elaborar leyes que determinen un gran avance para el territorio.

Por otro lado, Ambrogui (2017) expresa que la palabra eco desarrollo apunta a los 3 ejes de sostenibilidad como un método para que las futuras generaciones gocen de lo que nosotros disfrutamos actualmente. Esta definición hace énfasis a una nueva manera de progreso ya que se basa en la mejora económica del país y en el manejo de los espacios naturales tomando en cuenta temas financieros, sociales y ambientales, es decir este concepto fomenta ideas nuevas con miras hacia el desarrollo sustentable.

Barragán y Ayaviri (2017) mencionan que, el emprendimiento turístico y el desarrollo local deben ser analizados como un factor importante, ya que contribuye al crecimiento del turismo interno, integrando la parte comunitaria y natural, lo que hace posible un crecimiento en diferentes alternativas que generen beneficios para el territorio, localidad y las diferentes regiones. En este sentido, en la actualidad la actividad turística es contemplada como una industria que aporta a la economía de un país, sin embargo, es importante que se planifique y gestione de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales para así disfrutar de los recursos en el presente y futuro.

Ecuador es considerado uno de los países con mayor incidencia del negocio en la región latinoamericana, de acuerdo con las cifras presentadas por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se mantiene en un valor del 29,6%, en la cual las personas de edad adulta, conservan la aspiración de poner en marcha un emprendimiento. A su vez, esta actividad involucra directa o indirectamente a millones de personas que buscan mejorar su calidad, por tal motivo el negocio se encuentra estrechamente ligado con el desarrollo o progreso de no tan solo los emprendedores sino de la comunidad (Cesibel, 2019).

Según Barragán y Ayaviri (2017) en un estudio que tuvo como finalidad determinar la correlación existente entre innovación, negocio y desarrollo local de la parroquia de Salinas de Guaranda, se estableció que el emprendimiento incide de manera significativa en el desarrollo local de la población de esta área, lo cual se sostiene con la afirmación del 91,1% de personas encuestadas en las que se indica que los

emprendimientos que se encuentran actualmente en Salinas contribuyen al desarrollo local ya que genera empleos mediante sus empresas como: la fábrica de producción de lácteos, confites y chocolates, la hilandería y tejidos, elaboración de artesanías, cooperativa de ahorro y crédito y turismo comunitario.

El emprendimiento turístico y el desarrollo local están estrechamente ligados ya que los negocios generan empleos y por ende no solo el emprendedor se beneficia con esto sino también la población o el país, es así que las autoridades al notar esto han decidido contribuir con el desarrollo de los negocios como un factor importante capaz de asegurar el bienestar de los ciudadanos.

## **2.2. CRITERIOS CLAVES PARA LA CONFORMACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES**

Hoy en día es muy importante que los emprendedores pongan en marcha su negocio de acuerdo a los diferentes ejes de la sostenibilidad ya que estos buscan un equilibrio entre lo social, ambiental y económico, de tal modo que se satisfagan las necesidades presentes y futuras, lo cual llama la atención de los turistas debido al buen manejo que se le da al área donde se desarrolla el emprendimiento por parte de los emprendedores y de la comunidad.

Según Gessa y Nuria (como se citó en Oyarvide et al. 2016) para que un negocio se considere sostenible se debe de crear de una manera sistematizada de tal modo que esto permita regularizar la imaginación y los nuevos hallazgos de los espacios, bienes y servicios, como respuesta a las dificultades que se presentan de manera social y ambiental de tal manera que esto favorezca al medio ambiente. En sí, se trata de crear negocios los cuales hagan de las amenazas una congruencia para desenvolverse en el ámbito sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017) menciona que, el motivo por el que se conservan los recursos naturales y culturales es para su uso continuo en el futuro, al mismo tiempo que reportan beneficios al desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales. La calidad ambiental se mantiene y mejora y se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes en la cual el destino retiene su prestigio y potencial

comercial. En sí, se basa en las actividades naturales y culturales y su cuidado hacia el futuro, donde debe haber una buena gestión y mejorar ciertos aspectos como la utilización de las áreas verdes con miras a fomentar el cuidado del medio ambiente.

Con ello los emprendimientos de turismo sostenible se enfocan en los recursos ambientales, donde deben existir los beneficios del cuidado al ambiente, en respetar áreas verdes, fomentar prácticas turísticas sostenibles y resolver problemas en relación a la sostenibilidad. En el contexto turístico este es aplicable a todas las formas de turismo y en todos los tipos de destinos, incluido el turismo de masas. Se manifiesta que el desarrollo sostenible se fomenta en los 3 ejes (económico, social y ambiental), sin embargo, para ello se analiza un desarrollo sostenible contemplando actividades económicas estrechamente relacionadas al turismo sostenible.

Alaña, Capa y Sotomayor (2017) sostienen que el desarrollo sostenible en emprendimientos turísticos comienza a notar que la colectividad en el planeta maneja mal los espacios naturales por tal motivo empiezan a deteriorarse, olvidándose que sin ellos el progreso económico o financiero occidental debido al suceso del siglo XVIII de ningún modo se hubiese dado, a su vez es importante mencionar que cada día aumenta más la cantidad de recursos que se pueden restaurar que no se utilizan de una manera adecuada como el agua, selvas, etc.

De acuerdo con Osorio (2017) “el desarrollo sostenible se plantea como la alternativa factible para enfrentar la problemática ambiental y mantener el crecimiento económico” (p.4). Es por esta razón que en el tema turístico sostenible en donde está la parte ambiental, se deben buscar alternativas que contribuyan al mejoramiento sostenible, el cual se manifiesta mediante estrategias que puedan crear un proceso eficaz.

La OMT (como se citó en Oyarvide et al. 2016) presenta los principios primordiales para que la actividad turística se torne sostenible los cuales son:

- Conservar los espacios naturales y proteger la cultura de un área determinada, ya que esto contribuye a que en un futuro se sigan manteniendo estos espacios;

- El crecimiento del turismo se debe de planear y sus acciones deben estar encaminadas a los 3 ejes de la sostenibilidad como lo son: social, cultural y ambiental;
- El buen estado del medio ambiente de un lugar se conserva y perfecciona;
- Se debe de lograr la complacencia del turista y mantenerlo y el lugar que hace de receptor conserva su buena postura y su productividad; y
- Los ingresos económicos que se obtienen por la actividad turística se divide en partes iguales con la comunidad.

De acuerdo con Martínez (2017) el turismo está muy ligado a diferentes aspectos de acuerdo a las modalidades existentes, como lo es el turismo alternativo que es considerado como una fuente de desarrollo local sostenible para las comunidades, además es un nuevo punto de partida para direccionar a los turistas a conocer este tipo de turismo, por los cuales se identifican modalidades del turismo sostenible como:

- Turismo rural (vivencial),
- de aventura,
- ecoturismo y
- turismo comunitario

Sin embargo, también se debe de considerar al patrimonio natural - cultural, debido a que generan gran aporte en cuanto a riqueza del conocimiento y al desarrollo turístico. Unos de los aspectos a considerar en los lugares que hacen de receptor es la destrucción de espacios verdes, lo cual genera que el destino no crezca de manera adecuada y esto hace que el turista no adquiera una vivencia única durante la excursión y por ende hace que su estadía no sea del todo agradable.

En este aspecto, el gobierno ecuatoriano, mediante el Ministerio de Turismo (como se citó en Oyarvide et al. 2016) ha creado un manual el cual tiene como objetivo que los emprendimientos a la hora de brindar sus servicios al cliente lo hagan de una forma adecuada al producto y al tipo de cliente al que esté direccionado su negocio, el cual esta gestión está conformada por 5 elementos que son: brindar

certeza de que no le pasará nada malo al turista para que se sienta seguro; buena condición, de tal manera que el visitante se sienta satisfecho al adquirir el bien o servicio; enlace, ya que mediante esto se obtiene beneficios; lugar que hace de receptor y bienes, para así lograr que se diferencie de la competencia ; y marketing debido a que esto capta la atención del turista.

Según Taxis et al. (como se citó en Agila, Tello y Buñay, 2018) existen algunos ejemplos de buena gestión de emprendimientos de ecoturismo como el de Costa Rica, así mismo existen iniciativas atractivas en Colombia, Perú, Chile, México y Ecuador, en la cual el que tengan éxito es en consecuencia a la realización a largo plazo de reglas, medidas y políticas públicas claras que permiten el progreso de la actividad productora de entradas financieras porque promueve tanto a nacionales como extranjeros, un ejemplo de este tipo de ecoturismo es el que se desarrolla en las Islas Galápagos, en Ecuador.

Actualmente, la mayoría de los emprendimientos turísticos se formulan sobre la base de la sostenibilidad, pero ésta es muy difícil de alcanzar totalmente en la práctica, por lo que su interpretación puede resultar muy subjetiva. Por esta razón, aunque existen certificaciones de prestigio mundial que se enmarcan en la gestión sostenible de los recursos, sus lineamientos tienen una alta connotación ambiental, un ejemplo de ello es la ISO 14000; en términos turísticos, no existen parámetros estandarizados para la medición de la sostenibilidad, por lo que la denominación de un emprendimiento como sostenible se fundamenta en la base de una propuesta y no de la acción, derivando en la ausencia de un sustento técnico, que permita categorizar un emprendimiento como sostenible y en efecto, llevar un registro de aquello.

En Ecuador, no se registran emprendimientos turísticos certificados como sostenibles, en base al cumplimiento de indicadores propuestos en una normativa. En la práctica, se toma como referencia aquellos emprendimientos en los que se promueve un manejo responsable de las dimensiones económica, social y ambiental. Un ejemplo claro es la Isla Santay perteneciente al cantón Durán que tiene como uno de los negocios con mayor progreso al turismo sostenible también conocido como turismo verde, el cual es un término que la Organización Mundial

de Turismo (OMT) conceptualiza como la actividad turística que se basa en la naturaleza (Agila, Tello y Buñay, 2018).

El turismo sostenible integra el cuidado del medio ambiente y asimismo hace énfasis a la repartición financiera de manera equitativa con toda la comunidad y a la conservación de su cultura, es por eso que la integración de este tipo de turismo es importante en los emprendimientos turísticos ya que permite que el emprendedor además de obtener ingresos también piense en el bienestar del lugar donde ha decidido poner en marcha su negocio y en la conservación de su identidad.

### **2.3. ASOCIATIVIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**

Dentro del mundo empresarial, la evolución del mercado ha generado que el nivel de la competitividad crezca de una manera acelerada y ante esto, los gobiernos se han visto en la necesidad de implementar normas y medidas que han hecho que, tanto las pequeñas como medianas empresas tengan muchos más obstáculos a la hora de su operatividad. Ante esto, la asociatividad se ha transformado en un mecanismo de desarrollo funcional, el cual tiene como finalidad crear agrupaciones entre diferentes empresas de menor tamaño que busquen un objetivo en común, logrando incrementar su nivel de impacto y posición dentro del mercado.

Para Cardona y Jarava (2016) la asociatividad es un mecanismo que permite a las micro, pequeñas y medianas empresas crear agremiaciones para de esta manera generar alianzas estratégicas con compañías más grandes en donde cada una juegue un papel importante para que así los beneficios obtenidos sean repartidos en partes iguales, convirtiéndose en una herramienta para afrontar la apertura de mercados y la globalización. Del mismo modo Alfonso, Peña y Riaño (2019) hablan sobre la asociatividad y la conceptualizan como una cooperación que se da entre las pequeñas y medianas empresas, en donde cada entidad continuará siendo dueña de su jurisdicción y gerencia, decidiendo de manera voluntaria el nivel de participación que tendrá en el gremio.

Se entiende a la asociatividad como la agrupación entre empresas de pequeño y mediano tamaño que tengan como finalidad unir fuerzas y de manera conjunta realizar una búsqueda que permita dar alcance a un objetivo en común, lo que al

mismo tiempo daría paso a que la competitividad entre negocios crezca y se incremente el desarrollo local, mejorando la calidad de vida de la comunidad y sus habitantes.

Según Francés y Blanco (como se citó en Bravo, 2018) cuando se está tratando sobre la creación de una asociatividad argumenta que para que se pueda llevar a cabo cualquier proceso asociativo es necesario, como mínimo, cumplir con cuatro condiciones específicas:

1. Proyecto en común. Esto generará que todos los involucrados unan fuerzas que satisfagan sus necesidades y contribuyan a la resolución de problemáticas.
2. Compromiso mutuo. Los participantes deben asumir sus responsabilidades y obligaciones dentro de los objetivos grupales establecidos, todo con la finalidad de alcanzar el proyecto común.
3. Objetivos comunes. Formular planes de acción que encaminan al cumplimiento de las metas propuestas, esto es fundamental para que todos los involucrados logren llegar al mismo destino.
4. Riesgos mutuos sin dejar de lado su libertad como empresa. Formar una asociatividad para obtener resultados que de manera independiente podrían ser difíciles de alcanzar, conservando la individualidad gerencial de cada empresa asociada.

Cuando el nivel competitivo en el mercado incrementa y se globaliza, la necesidad por parte de las empresas en participar dentro de procesos asociativos toma fuerza, esto debido a que el crear gremios permite a los participantes tener un mayor impacto en el mercado. Para Perales (como se citó en Bravo, 2018) la asociatividad trae consigo una serie de ventajas, las cuales son:

- Aumento en la productividad y competitividad entre los participantes.
- Mayor poder y capacidad dentro de negociaciones con proveedores y clientes en mercados globalizados.
- Reducción de costos de transacción y mitigación de riesgos.
- Apertura de nuevos mercados y nuevas formas de organización.

- Mejoramiento en la gestión de la cadena de valor, logrando alcanzar economías más eficientes.
- Acceso a productos con nuevas tecnologías y a mejores financiamientos.
- Avances en investigaciones y desarrollo de nuevas tecnologías en favor del bien común.

Mientras que para Szmulewicz y Gutiérrez (como se citó en Bravo, 2018) las principales dificultades de asociatividad que se reflejaban dentro de las agrupaciones, especialmente las que se desarrollaban dentro de áreas rurales, son:

- Rasgos diferenciadores en ámbitos socioculturales.
- Poca confianza entre las personas.
- Antecedentes con malas experiencias y falta de seguridad en cumplir las metas.
- Poca paciencia para ver resultados.
- Escasez del tiempo.
- Poco interés por participar al principio.
- Niveles de educación bajos.
- Dependencia del gobierno local y falta de autonomía de actores locales.
- Carencia de visión de empresa asociativa a largo plazo.

Se entiende a la asociatividad como una alternativa estratégica mediante la cual un grupo de negocios buscan alcanzar un mismo objetivo en común, conservando su autonomía jurídica y su independencia gerencial. De acuerdo con Howald (como se citó en Bravo, 2018) la mejor manera de implementar procesos asociativos dentro de un grupo de empresas es identificar cuáles son los intereses comunes que tienen entre ellas, sin embargo, su aplicación en muchos casos no resulta ser tan sencillo, ya que cada empresa cuenta con objetivos empresariales y estratégicos propios, mismos que no quieren ser mostrados a la competencia.

Muñoz y Paredes (2018) manifiestan que, en Ecuador las empresas de pequeño y mediano tamaño son considerados como aquellos negocios que ofrecen la mayor cifra de empleos y de rentabilidad para las familias con escasos recursos económicos, pero, son estos mismos negocios quienes enfrentan diversas problemáticas relacionadas con el alcance de los niveles de productividad, la

integración en la competitividad y el crecimiento como empresa que les permita establecerse dentro del mercado.

Según Espín, Flores y Pinos (2018) en Ecuador se pueden evidenciar un gran número de casos de asociatividad y como ejemplo ante este se tiene el caso del Centro de Turismo Comunitario Palacio Real, mismo que se encuentra ubicado en la parroquia Calpi del cantón Riobamba y trata básicamente de una determinada forma de organización empresarial dentro de la cual interactúan personas y empresas que son originarias de la misma localidad. De acuerdo con Carrasco, Sucuy y Chávez (2016) otro ejemplo de asociatividad es el de Pukara Tambo que es un centro turístico que se encuentra localizado en la parroquia Cacha del cantón Riobamba, que se está conformado por una serie de emprendimientos que ofrecen a los turistas servicios tales como la restauración, alojamiento, guianza, entre otros.

El mayor problema que tienen las empresas en el Ecuador frente a la asociatividad es que quienes son propietarios de estos negocios no tienen conocimiento sobre cómo implementar un buen sistema administrativo que les permita ejercer una buena gestión con estrategias que fortalezca su operatividad, bajo este fundamento no se ha aprovechado a la asociatividad como una herramienta de desarrollo (Muñoz y Paredes, 2018).

## **2.4. INNOVACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO RURAL COMUNITARIO**

Según Porter (como se citó en Sánchez, García, Vargas y Pelegrín, 2018) la innovación es uno de los factores primordiales que inciden dentro de la competitividad de las empresas, esto les permite generar a las organizaciones una diferenciación que a futuro se traduce en mayor riqueza a la sociedad.

De acuerdo con Astudillo y Prada (2017), el sistema económico global está pasando por una fase de cambios acelerados, los cuales son generados principalmente por el nivel de innovación que se vive hoy en día a nivel mundial, esto resulta ser un factor estimulante para la transformación del modelo productivo; para el desarrollo de una economía flexible; y para el mejoramiento de la competitividad. Méndez (como se citó en Astudillo y Prada, 2017) menciona que la innovación permite acelerar la producción, reducir los costes, aumentar los niveles de impacto,

incrementar el margen del mercado hacia nuevos tipos de segmentos y mejorar el funcionamiento y organización de una empresa.

Para Játiva (2017) el innovar es encontrar nuevos o mejores usos a los recursos de los que ya se dispone, se entiende entonces a la innovación como un proceso de evolución en donde se realiza la incorporación de novedades, propuestas, inventos que dan como resultado nuevos productos, servicios o procedimientos que dentro del campo encuentran una aplicación exitosa, logrando imponerse dentro del mercado.

Asimismo, Játiva (2017) indica que, las invenciones e innovaciones son la clave para el desarrollo económico y para que la implementación de esta se haga de manera correcta se plantean diferentes casos de cambios para ser considerados como una innovación, estos son:

- a) Introducción en el mercado de un nuevo producto, con el que los clientes no están aún familiarizados.
- b) Implementación de un mecanismo de producción.
- c) Creación de un nuevo punto de adquisición de materia prima.
- d) Apertura de un nuevo mercado en nuevos destinos.
- e) Implantación de una nueva estructura en un mercado.

La finalidad de estos principios es hacer énfasis en la creación de nuevos productos, procesos, estructura y apertura de mercados, como también del diseño de nuevas formas de tratar comercialmente con procesos ya existentes.

Ahora, este tipo de innovación hace referencia a una de forma tangible, sin embargo, también existe otro modelo que va enfocado a otros productos y servicios, la cual es la innovación intangible. De acuerdo con Díaz y Guambi (2018), la innovación constituye el motor que impulsa hacia el desarrollo y crecimiento empresarial, es por esto que una empresa, dentro del mercado debe de tener un alto nivel de competitividad y no solamente haciendo énfasis en sus productos y servicios tangibles, sino que también en los tangibles, ya que si bien es cierto

actualmente los clientes prestan mayor atención a los componentes intangibles que generen una ventaja competitiva difícil de imitar frente a las empresas rivales.

Según Díaz y Guambi (2018) para que las empresas puedan destacar sus productos y servicios innovadores deben de diseñar estrategias de comercialización y marketing efectivos que generen grandes impactos dentro del mercado para así poder resaltar entre la competencia. La innovación es uno de los fundamentos clave para el desarrollo de la actividad emprendedora. Según Vélez y Ortiz (2016) establecen a la innovación como la incorporación de una idea nueva y útil, del mismo modo mencionan que el emprendedor innova mediante la implementación de ideas junto a la mejora de productos y servicios, a través de la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios.

El vínculo existente entre el emprendimiento y la innovación se genera a través de que los dos están llamados a presentar soluciones concretas que les hagan frente a los nuevos cambios desafiantes que se generan a diario por la economía y la sociedad. Las Políticas Sociales en América Latina (SOPLA, 2016) mencionan que, el emprendimiento y la innovación tienen un papel importante en beneficio al mejoramiento de la productividad y desarrollo de la capacidad para competir de manera eficaz dentro de una sociedad cada vez más intercomunicada.

De acuerdo con Salazar, González, Sánchez y Sanmartín (2018) la innovación es una de las razones que fomenta el desarrollo económico ya que es considerada como un proceso para la transformación de la economía, sociedad y cultura que introduce nuevos bienes y servicios en el mercado; nuevos métodos de producción y transporte; la apertura de un nuevo mercado; la generación de nuevos proveedores de materia prima; y el cambio de organización en los procesos de gestión.

En el ámbito turístico Astudillo y Prada (2017) mencionan que existe una interesante paradoja, de acuerdo con ellos el turismo es un sector que se encuentra sometido a una serie de procesos con constantes cambios, unos cada vez más innovadores que otros, lo cual hace que esta se convierta en una actividad muy dinámica y de creciente aceptación social; pero es un sector que, por sus

características como lo son la presencia alta de PYMEs, los costes elevados, el escaso sentido emprendedor, entre otras, no se encuentra entre los más dinámicos en cuanto a la generación de innovaciones.

Para Salazar et al. (2018) el fenómeno de la innovación cobra cada día mayor importancia y debe estar presente en toda y cada una de las actividades económicas de los países, es por tal motivo que se considera a la innovación como un factor primordial para la creación y desarrollo de nuevos proyectos, estructuras y procesos, el acto de innovar como bien lo menciona el autor del documento es la capacidad y cualidad que posee la persona para lograr generar nuevas ideas y proyectos emprendedores que midan y caracterizan cuáles son las transformaciones que se dan en la sociedad.

Según Erazo (2018) la necesidad por parte de las empresas en integrar al factor innovación como parte de sus estrategias de comercialización frente al desarrollo y crecimiento del mercado, conservación de sus productos y supervivencia competitiva frente a los acelerados cambios y avances tecnológicos que se van dando a nivel mundial es un tema que ha sido abarcado por diferentes y reconocidos autores especializados en temas empresariales.

De acuerdo con Yumisaca, Mendoza y Benavides (2019), en Ecuador las empresas dedicadas a ofrecer servicios turísticos han subestimado la importancia que tiene la innovación dentro del desarrollo de sus actividades, aunque si bien es cierto, si se han desarrollado grandes avances direccionados al mejoramiento en la prestación de sus servicios, estos aún siguen siendo pocos en comparación a otras industrias. A pesar de todos los avances que las empresas turísticas han generado en cuanto a innovación este aún es muy limitado, generando insatisfacción por parte de los turistas, debido a que muchos de estos avances solo se han visto en la creación de estrategias de comercialización y promoción y no dentro de los productos o servicios como tal (Yumisaca, Mendoza y Benavides (2019).

Tafur, Vélez, Alejo, Zumba y Jácome (2018) también hace referencia de la innovación en Ecuador pero esta vez desde un ámbito tecnológico y menciona que el país aún se encuentra muy retraso en lo que corresponde a la innovación tecnológica, de acuerdo con este para mejorar la calidad exigida por la demanda

es necesario plantearse una nueva propuesta que provea al sector turístico de nuevas tecnologías que no solamente sean de última generación, sino que también sean ecológicas con el medio ambiente y que estas a su vez se puedan encontrar a precios accesibles tanto para los grandes y pequeños emprendimientos.

Yumisaca, Mendoza y Benavides (2019) mencionan que la innovación en el sector turístico ecuatoriano aún es un aspecto que no se ha abarcado y planteado de una manera exhaustiva y convincente, esto debido a diferentes factores que no facilitan su estudio y que conllevan a generar innovaciones más pequeñas y poco diferenciadoras que difícilmente llegan a llamar la atención de los turistas. De acuerdo con Erazo (2018) en Ecuador, hasta el año 2014, según datos del INEC, un 54,5% de las empresas se consideraron innovadoras, un 2,31% se enmarcaron como potencialmente innovadoras y un 43,18% de las empresas no se establecieron como innovadoras.

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2017) expresa que, dentro del sector turístico ecuatoriano existe una gran problemática que va relacionada con la innovación de productos y servicios enfocados al turismo que estén ajustados a la demanda actual del mercado, aunque el país posee una gran diversidad de recursos naturales, culturales, el nivel de aprovechamiento que a estos se les da aún es mínimo, a su vez menciona que otro de los problemas que se dan en el turismo en el país es el escaso seguimiento y continuidad hacia las acciones de promoción y comercialización desarrolladas para la creación de nuevos productos y destinos en el país, mismo que conlleva a que los turistas elijan otros destinos que sí se encuentren posicionados y que poseen una oferta mucho más diversificada.

## **2.5. ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL UNA OPORTUNIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO**

De acuerdo con Sanagustín, Lafita y Moseñe (como se citó en Moral, Fernández y Sánchez, 2019) el turismo rural se caracteriza por fomentar e incentivar el desarrollo de pequeños territorios en donde se encuentra como entorno predominante la naturaleza y en donde se posee una identidad propia lo cual

genera que la oferta sea única. De igual manera Solsona (como se citó en Moral, Fernández y Sánchez, 2019) menciona que este tipo de actividad que se desarrolla dentro de un espacio rural genera que el turista viva experiencias irrepetibles, esto debido a que la combinación que se da al momento de unificar el entorno ambiental, con el patrimonio y la cultura local en la prestación de los servicios.

Moral, Fernández y Sánchez (2019) define al turismo rural como una actividad que le brinda al turista una amplia oferta de ocio integral en manera de respuesta hacia la motivación e intereses por interactuar con el medio natural y rural, en donde además de esto se pueda tener contacto con las costumbres y tradiciones locales, convirtiéndola a esta en una actividad única y singular. Si bien es cierto, esta modalidad de turismo, en comparación con el turismo de masas, tienen grandes discrepancias y es por eso que es llamado como turismo alternativo o nuevo turismo ya que, a diferencia del turismo de masas que lo que busca es atraer a la mayor cantidad de turistas sin pensar en la conservación y protección de los recursos, el turismo rural fomenta el cuidado de la identidad, el entorno y los recursos.

Según Bayas y Mendoza (2018) en el desarrollo del turismo rural las comunidades juegan un papel importante, ya que son ellos los que brindan esa esencia cultural ancestral de la zona que hacen única a la actividad turística como tal y como ejemplos de emprendimientos que se han desarrollado con un enfoque rural mencionan a la Finca Café Color Tierra, Finca Sarita, Hacienda La Esperanza y Finca La Favorita, todos estos son recursos turísticos poseen un alto potencial dentro de su entorno, su riqueza tanto cultural como natural hacen que los turistas que visitan estos lugares vivan una experiencia única e inimaginable.

Dentro de la actividad turística existen diferentes tipos de modalidades, sin embargo, ahora pasaremos a hablar sobre una en específico que va de la mano con el turismo rural, misma que es el turismo de aventura. Cruz (como se citó en Robles, 2018) menciona que lo que este tipo de turismo busca es tener como principal actividad la realización de deportes que tenga un alto nivel de esfuerzo y capacidad física que sea al aire libre y en un entorno natural atractivo. Ahora, si bien es cierto, tanto el turismo rural como el de aventura poseen un vínculo especial y este se basa en que estas dos modalidades encajan dentro de un entorno rural

en donde normalmente los destinos son poco comunes, de cierta manera exótica a cualquier otro tipo de actividad turística.

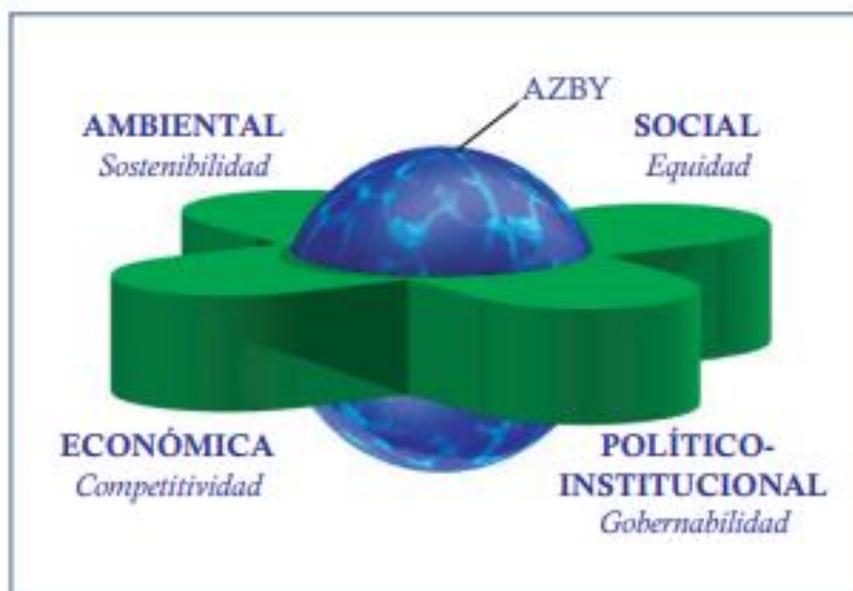
Para Robles (2018) el turismo de aventura es una actividad que se practica en montañas, ríos, bosques, mar, etc., en donde, por lo general, el turista que lo realiza tiene una serie de cualidades que lo caracterizan y diferencian de los demás; éste suele ser activo, dinámico, aventurero, que tiene destreza y experiencia en manejar diferentes tipos de terrenos y deportes; a estos turistas les gusta la adrenalina y el reto que representa el desarrollo de actividades que conlleven un alto riesgo. Ahora, Herrera, Guevara, Castillo y Castillo (2017) mencionan que el turismo rural es una actividad compuesta por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda que se encuentra motivada por el contacto de un entorno autóctono, donde la naturaleza, la cultura de la población local y las tradiciones sean sus principales atractivos.

La mayor característica por la cual estos dos tipos de turismo son considerados como una oportunidad para la práctica de un turismo sostenible, es que tanto el turismo de aventura y el turismo rural no tienen como principal finalidad llamar a un número grande de turistas, sus principios van embarcados más en el cuidado, protección y mantenimiento de los recursos naturales en donde se practican dichas actividades turísticas para de esta manera conservarlos durante el mayor tiempo posible. Tal y como lo definen Lalangui, Espinoza y Pérez (2017) el turismo sostenible consolida sus bases en encontrar un equilibrio entre la actividad económica y el medio ambiente junto a su biodiversidad, en donde estos últimos sean lo menos expuestos posible ante el desarrollo de alguna actividad turística.

## **2.6. GESTIÓN ORGANIZATIVA COMUNITARIA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS COMUNIDADES RURALES**

La gestión organizativa comunitaria se la define como un proceso por medio del cual los encargados, ejecutan ciertas actividades conectadas con el fin de conseguir sus objetivos estratégicos y tácticos; la organización comunitaria permite planificar gestionar y poner en orden los objetivos tácticos siendo fundamental en donde se da a conocer los valores humanos y talentos individuales para resolver de forma efectiva los problemas sociales, económicos y políticos de la comunidad (Pozo,2017). Por lo general la participación comunitaria es aquella en donde la comunidad participa activamente tomando decisiones, asumiendo responsabilidades específicas fomentando la creación de nuevos vínculos de colaboración en mejorar las condiciones de vida”, según la Constitución del Ecuador como se citó en (Tomalá, 2017).

Entonces la concepción de la gestión organizativa para el desarrollo sostenible en comunidades rurales se la puede definir como el orden, planificación, gestión que se debe dar en el territorio rural con enfoque en la sostenibilidad; de acuerdo a Bayas y Mendoza (2018) describe que la gestión turística es unos de los temas más sobresaliente en la actualidad debido que buscan garantizar la eficacia en la administración de las actividades, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de las comunidades y el éxito del turismo en la comunidad. Por lo que es esencial que dentro de la organización comunitaria debe centrar sus esfuerzos en la planificación territorial y desarrollo comunitario ya que por medio de la misma se garantizará que los espacios sean preservados por todos y todas, logrando equidad en el territorio en los aspectos socio-económicos, socio-ambientales y socioculturales.



**Figura 1.** Sistema Territorial Multidimensional  
Fuente. Sepúlveda (2008)

El enfoque que se debe llevar en las comunidades rurales es multidimensional e intertemporales tal como se observa en la figura anterior cuyos vértices son la equidad, la sostenibilidad, la competitividad y la gobernabilidad, en si son los componentes de la sostenibilidad: social, económica, ambiental y político institucional; por lo consiguiente el desarrollo sostenible comunitario debe de enfocar una distribución ordenada de las actividades productivas de conformidad con su potencial de recursos naturales y culturales, la perspectiva es la puesta en marcha del territorio con normativas que permita el desarrollo del turismo en el territorio.

Bajo esta perspectiva resulta crucial que las comunidades anfitrionas generen habilidades de gestión en su entorno comunitario es prescindible empoderar a los protagonistas del desarrollo endógeno, incrementar la calidad de vida, procurar la salud ambiental y facilitar las condiciones para la práctica de un turismo sostenible para el desarrollo comunitario, bajo una perspectiva de sostenibilidad fuerte, para lograr: autonomía, independencia y autosuficiencia, instrumentando a la comunidad para tener el control de su cultura, medio natural, política, economía y sociedad, diseñando su futuro Tetrault como se citó en (Lárraga, Rivera, & Vega, 2018).

## **2.6. MODELOS DE NEGOCIOS TURÍSTICOS EN TERRITORIOS RURALES**

Para que un emprendimiento turístico tenga éxito en su desarrollo ya sea que esté ubicado en zonas rurales o urbanas debe de crear un plan de negocios, ya que este documento toma en consideración puntos muy importantes para su puesta en marcha y además representa una ventaja competitiva siempre y cuando el plan esté bien estructurado en torno a la realidad del mercado, por tal motivo es muy importante que este documento se actualice constantemente.

Según Bueno (como se citó en Huerta, 2018) un modelo de negocio turístico es un documento en el que se detalla lo que la empresa va a ofrecerle al comprador, el modo que llegará a las personas que desean adquirir el producto o servicio y cómo se relacionan entre sí con sus distribuidores, trabajadores y con el entorno donde se desenvuelve el negocio, por ello es muy importante la creación de este plan ya que refleja la manera para ser competitivo, por lo que debe estar actualizándose constantemente, es decir debe ser progresista debido a los cambios habituales que tiene el mercado.

Aunado a la situación Zott y Amit (como se citó en Cavazos, 2016) mencionan que esta temática representa una conexión entre oferta y demanda, además de que vincula a los actores claves y facilita la comprensión de los componentes de intercambio que se pueden adoptar, los recursos financieros que se van a utilizar para su puesta en marcha, como dar a conocer de una manera estratégica los productos y servicios de la empresa y el valor agregado por el que se debe optar para que así el negocio tenga éxito.

Piñeiro (como se citó en Quiñonez y Laverde, 2019) las empresas que se encuentran en zonas rurales poseen procedimientos debidamente determinados. Son grupos de personas considerados desde su distribución debido a que todo negocio involucra un modelo más o menos arbóreo y se conforma de una asociación la cual tiene como objetivo el beneficio en común.

A su vez Quiñonez y Laverde (2019) manifiestan que diversos proyectos en el que han realizado diagnósticos relacionados con territorios rurales concuerdan en que

es necesario tener en cuenta factores críticos, los cuales forman parte de la base que debe tener un negocio rural para desarrollar su modelo de negocio. Desde este punto se determina la integración de los siguientes componentes:

- i) organizacional
- ii) asociatividad
- iii) trabajo en equipo
- iv) productividad

Estos elementos forman parte de la estructura interna de la empresa y no se pueden desprender o hacer a un lado en la propuesta de un modelo de negocio en empresas rurales, debido a que frecuentemente en estos negocios se despliegan problemas en los componentes anteriormente mencionados, las cuales, si no se busca una solución de manera oportuna, fracasaría cualquier intento de crear un modelo de negocio seguro.

De acuerdo con Pérez (2018) la integración del turismo sostenible en territorios rurales de América Latina, ha dado un impacto positivo ya que es considerado como un factor de progreso, el cual contribuye a crear nuevos modelos de negocios relacionados con esta área. Tiene como fin la integración de la comunidad al generar empleos dignos y equitativos a los grupos que poseen mayor vulnerabilidad como lo son las mujeres y adolescentes, impidiendo de esta manera la migración a las zonas urbanas en busca de trabajo.

De la misma manera se expresa que, en las empresas internacionales hay un consenso en las que se determina a el turismo en zonas rurales como una solución a la pobreza de las comunidades, de la misma manera, como una forma de aprender a proteger y conservar el entorno y las costumbres del lugar, por lo cual se podría confirmar que debido a la inclusión del turismo sostenible en áreas verdes nace una nueva ruralidad en este continente.

La Ruta para el Éxito de Negocios Innovadores Rurales, RUNIN, posee las herramientas necesarias para la creación de modelos de negocios relacionados con empresas rurales, esta metodología está compuesta por 4 herramientas las cuales permiten:

1. **Evaluar fácilmente**, es decir ejecuta el diagnóstico de la empresa y el reconocimiento de su modelo de negocio actual.
2. **Modela tu negocio fácil**, crea un modelo de negocio con el objetivo de que la empresa rural haga más efectiva su relación con el consumidor, de tal modo que pueda acceder a mercados diferenciados y mejor pagados, todo esto bajo una perspectiva sistémica e interactiva.
3. **Planea fácil**, contribuye a la creación de un plan de acción que facilite la priorización de acciones para la ejecución del modelo de negocio.
4. **Monitorea fácil**, permite el seguimiento de los objetivos determinados en el modelo de negocio propuesto, para establecer la viabilidad y el triunfo de este documento.

La metodología RUNIN da a conocer una ruta para así poder lograr identificar las necesidades de las empresas rurales y establecer propuestas de valor a sus bienes, a partir de las acciones que se realizan en los diferentes espacios institucionales (Quiñonez y Laverde, 2019).

Según Parra, Cisneros, y Velasteguí (2019) las zonas rurales se caracterizan por permitir un desarrollo de las empresas turísticas de fácil acceso con niveles altos de crecimiento y rentabilidad. Cabe mencionar que se ha evidenciado la escasez de estudios relacionados a la empresa turística rural en el país. De hecho, los atractivos turísticos son la principal motivación para que el turista ingrese, ya sea por la naturaleza, cultura, geografía y su gente. Explícitamente aquellas empresas que se desarrollen dentro de un área rural bien organizadas, constituyen una oportunidad para que las comunidades se integren en la actividad turística dentro del sistema productivo, aunque hay que tomar en cuenta que para que esto suceda se debe analizar el entorno, los atractivos, los recursos que disponen y a su vez, establecer mecanismos de planificación adecuados para el potencial turístico de la zona. Adicional a ello, es necesario la unificación de los organismos tanto públicos como privados a fin de proponer y mejorar el desarrollo rural sostenible.

Por otra parte, emprender en espacios rurales trae consigo impactos positivos según lo plantea el Centro Europeo de Postgrado y Empresa (CEUPE) (2020) se distinguen tres tipos:

### - **Económicos**

Dentro de este ámbito se contemplan varios aspectos, empezando por la generación de renta, que como en cualquier actividad que se emprenda, en este caso va más allá dada la necesidad de que ésta sea generada de forma sustentable asegurándose que los recursos económicos sean en beneficio de la calidad de vida de la población implicada. Por otra parte, beneficia en la generación de empleos, directos indirectos e inducidos en otros sectores, en otras palabras, se le conoce como el efecto multiplicador. También mejora la distribución de la renta ya que su distribución es equitativa y participativa, así mismo, atrae las inversiones en los núcleos receptores de turismo rural.

Otro de los beneficios recae en la diversificación económica, siendo una de las razones principales para apostar en los territorios rurales, siendo realistas, aunque esta actividad productiva se orientó en la línea de constituir un complemento para diversificar la economía de base agraria del medio rural, en la mayoría de los casos ha conducido más a una sustitución de la actividad principal que a una diversificación económica real. De la misma forma, contribuye a la aportación rápida de divisas que equilibran la balanza nacional de pagos, esto sucede cuando el turismo rural tiene potencial para atraer turismo receptivo internacional los destinos turísticos se benefician con el ingreso de divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos de la economía nacional.

### - **Socioculturales**

El principal objetivo del desarrollo turístico local es incrementar o mejorar la calidad de vida de la población implicada. Este tipo de turismo posee un gran potencial para convertirse en un instrumento eficaz que sirva para combatir la pobreza de las áreas rurales y elevar su calidad de vida. Por otra parte, estimula el interés de la comunidad por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico. En un origen el turismo rural se basó en la utilización del patrimonio arquitectónico rural es así, que en diferentes núcleos rurales el patrimonio arquitectónico estaba infravalorado y era más un símbolo de retraso y pobreza que de progreso. Los nuevos emprendimientos turísticos, que apostaron por recuperar o bien imitar esa

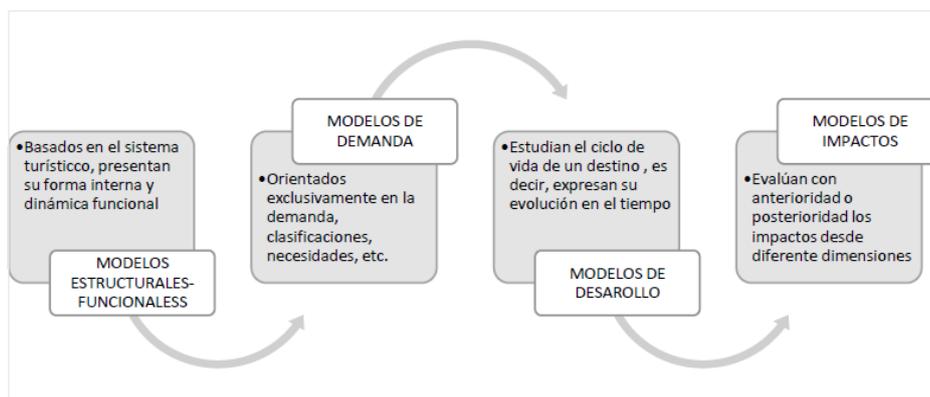
arquitectura tradicional, así como las costumbres y el folklore, han demostrado su viabilidad, logrando un gran efecto demostrativo, provocando así un cambio en la actitud local.

Desde el punto de vista social el turismo puede ser un modelo mediante el cual las comunidades rurales pueden ayudar a romper sistemas jerárquicos tradicionales impulsando un sistema de movilidad social más justo y equitativo. Por último, los intercambios de turistas o residentes les ayudan a estos últimos a tener una visión más abierta de la sociedad y comunicarse mejor con los segmentos de la población.

#### - **Entorno natural**

Partiendo de la consideración de que el medio natural es una de las principales motivaciones para viajar a los espacios rurales, es obvio plantearse que se debe conservar ese capital natural lo mejor posible, ya que es un recurso básico para el turismo rural. En la actualidad constituye un gran valor para la oferta turística estar asociada a un área natural protegida o bien estar inmersa en el territorio de la misma. La demanda turística rural evalúa este hecho como algo atractivo y de gran valor social. Otro punto a considerar es la planificación y gestión de los espacios naturales, pues, están sujetos a planes y medidas, que regulan la actividad turística en el espacio y el tiempo, considerándola a esta como una buena herramienta para la financiación de la conservación de estos territorios.

En cuanto a los modelos que se relacionan con el turismo de acuerdo a Martin (2018) se encuentran los modelos estructurales que son aquellos que se basan en el sistema turístico, por otro lado, los modelos de demanda que son aquellos que están relacionados con las necesidades del turista o cliente, el modelo de desarrollo abarca el ciclo de vida en un espacio y por último los modelos de impactos son aquellos que permiten medir con anticipación los impactos desde diferentes dimensiones.



**Figura. 2.** Tipologías de modelos conocidos

*Fuente.* Martín (2018) como se citó en García (2017)

Los modelos van a cambiar de acuerdo a los espacios donde se desarrolle el turismo involucrando aspectos económicos, socioculturales, ambientales y de gestión, recalcando que el modelo debe adaptarse a las situaciones del territorio. El modelo deberá presentar una metodología acorde en donde se garantice el manejo turístico sostenible, principalmente el modelo deberá de tener un proceso de acciones en relación a la planificación y organización del lugar, además de establecer un estudio in situ para lograr las mejores estrategias y acciones, y así aplicarlas en los diferentes ejes locales y lograr el desarrollo de la comunidad (Mero y Palma, 2021).

Otros modelos que se aplican en territorios rurales es el modelo CANVAS, que permite conocer los aspectos claves de un negocio es decir cómo se relacionan y componen entre sí; el modelo CANVAS es muy utilizado en empresas y en destinos turísticos debido a la forma de componer el negocio de una manera estructurada y directa. De igual manera, es una herramienta que permite tener una visión global de negocio, esto facilitará innovar para adaptarte a los cambios del mercado. El otro modelo que se puede identificar es el modelo integrado, que se asocia a las pequeñas y medianas empresas, en este modelo debe existir un fuerte capital social que se entiende como aquellas relaciones sociales que se deben dar en el territorio combinando factores cooperación y reciprocidad favoreciendo el surgimiento y desarrollo de esta forma empresarial.

Todo emprendimiento turístico debe tener un plan de negocios ya que este documento es la guía de la empresa, el cual debe estar en constante revisión debido a los cambios que ocurren con la oferta, demanda, competencia y en el entorno, sin embargo, en lo que se refiere a áreas rurales el emprendedor debe tomar en cuenta los factores críticos que se necesitan en una empresa rural para la creación de su propuesta de modelo de negocio como lo son: organización, asociatividad, trabajo en equipo y productividad.

## **CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo se detalla la metodología del trabajo de investigación que a su vez tiene como objetivo, diseñar un plan de negocios para la implementación de un centro de operaciones turísticas que fortalezca los emprendimientos en la zona de influencia de la represa Sixto Durán Ballén, con la finalidad de involucrar a la comunidad quienes serán los beneficiados directos en el proyecto. La metodología utilizada se estableció a partir del instructivo del Reglamento de la Unidad Integración Curricular de Carreras de Grado de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. La misma se desglosa en cuatro fases: estudio de mercado, estudio técnico del negocio, administración y planificación del negocio y evaluación financiera del proyecto.

Debido a la escasa información secundaria levantada existente sobre antecedentes del área de estudio, se realizó una investigación exploratoria con el propósito de ejecutar un diagnóstico de la comunidad involucrada, complementando los resultados obtenidos con una investigación bibliográfica. Para la obtención del segundo y tercer objetivo específico, se efectuó un estudio descriptivo que permitió investigar las necesidades y deseos de los turistas actuales y potenciales, así como determinar cuál sería la estructura organizativa y administrativa que más se ajusta a la comunidad.

Los resultados obtenidos a partir de los mencionados estudios, fueron muy relevantes para la consecución del tercer objetivo, ya que la elaboración de un plan financiero estaría determinada en función de las estimaciones de visitantes potenciales, así como de los costos de adecuación necesarios a realizar para cubrir las expectativas turísticas de dichos visitantes, adaptando la oferta a la demanda.

El estudio tiene un enfoque mixto, es decir, que intervienen los valores cualitativos ya que los datos pueden develar detalles subjetivos como; actitudes, comportamientos o posibles tendencias, por otro lado, el uso del método cuantitativo para la obtención de datos medibles y comparables ya que habitualmente se utilizan valores estadísticos. A continuación, se delimita el área de estudio donde se llevará a cabo la investigación.

### 3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se desarrolló en el cantón Bolívar este se ubica en la costa interna de la provincia de Manabí, es bordeado por los cantones: al norte Chone, al sur Portoviejo, al este Junín y al oeste Tosagua. Se divide políticamente en tres parroquias: Calceta, Quiroga y Membrillo. Cuenta con una superficie total de 537.57 km<sup>2</sup>.

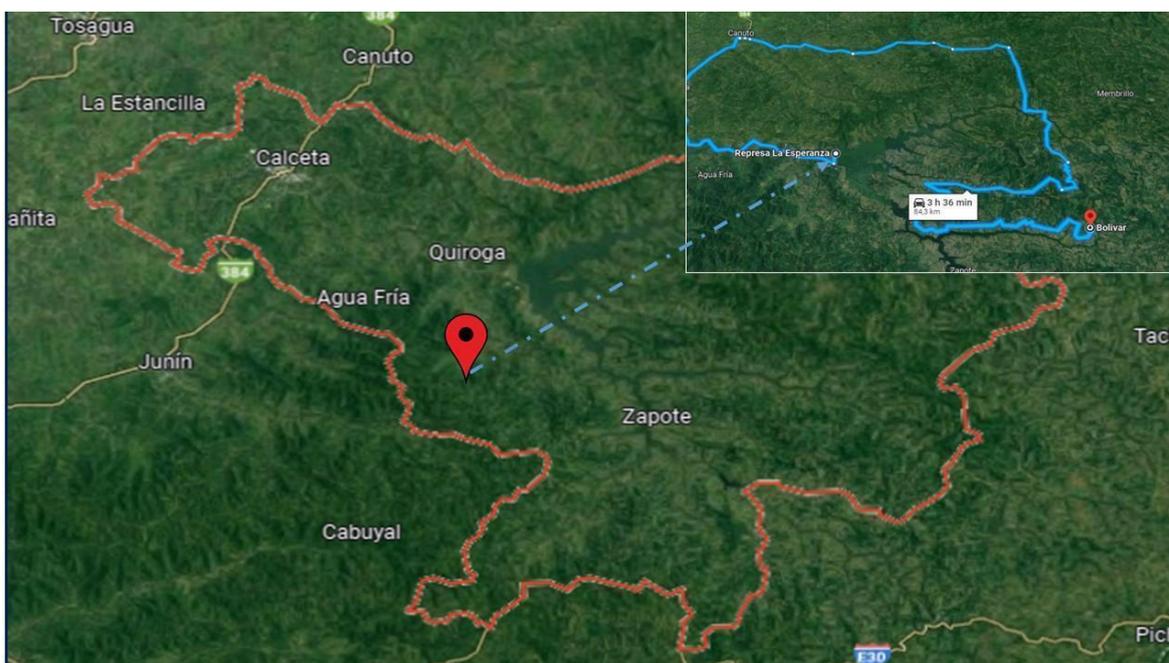


Figura 3. Delimitación del área de estudio.

Fuente. Google Maps (2022)

El diseño de la investigación se estableció en función a la modalidad de emprendimientos del Instructivo del Reglamento de la Unidad Integración Curricular de Carreras de Grado de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López en la que se determinaron 4 procesos fundamentales las cuales contribuyeron de manera organizada y precisa la parte operativa de esta investigación como:

Estudio de mercado, la cual se basa en exponer un análisis fundamentado y comparativo de información crucial sobre la oferta y la demanda turística, así como competidores y empresa de la que se planea formar parte; estudio técnico del negocio, en este epígrafe se debe analizar y determinar la localización óptima del emprendimiento, el tamaño, infraestructura, maquinaria, herramientas, insumos, etc.; así como la descripción de los procesos que integran la cadena de producción

del producto o servicio a ofrecer y la determinación y organización del recurso humano para garantizar la parte operativa del proyecto.

Aunado a la situación también se comprende la administración y planificación del negocio, en este punto se especifica los elementos administrativos y de planificación de la empresa, desde su esquema organizativo, legal (normativa para operación/permisos/marca/patentes), mercado (segmento/nicho/clientes), producto, localización (local/oficina/terreno) y estudios ambientales (si amerita) y como última fase está la evaluación financiera del proyecto, en la que se contempla el análisis de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, capital de operación, proyección de ventas, flujos financieros, estados financieros proyectados, indicadores de evaluación financiera (TIR, VAN).

En función de esto se desglosa el procedimiento metodológico con sus respectivas actividades, métodos, técnicas y herramientas:

**Tabla 1.** Modelo de planificación.

<b>FASES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS</b>
<b>1. Estudio de mercado</b>	a) Caracterizar el área de estudio. b) Analizar la oferta. c) Estudiar la demanda. d) Analizar la potencialidad del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Método analítico-sintético</li> <li>● Método descriptivo</li> <li>● Revisión bibliográfica.</li> <li>● Cuestionario de encuestas y entrevistas</li> <li>● Inventario turístico</li> <li>● Hoja de cálculo Excel</li> <li>● Matriz de potencialidades</li> <li>● Visitas técnicas de campo</li> </ul>
<b>2. Estudio técnico del negocio</b>	a) Identificar los socios claves. b) Determinar las actividades claves de la cadena del negocio. c) Definir la infraestructura necesaria para el negocio. d) Determinar los recursos claves para el funcionamiento del negocio. e) Establecer el recurso humano necesario	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Talleres participativos.</li> <li>● Ficha de inventario de insumos.</li> <li>● Ficha técnica de maquinarias y equipos.</li> <li>● Visitas técnicas de campo.</li> <li>● Entrevista.</li> </ul>
<b>3. Administración y planificación del negocio</b>	a) Determinar los aspectos legales necesarios para el funcionamiento del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Revisión bibliográfica.</li> <li>● Visitas técnicas de campo.</li> </ul>

	b) Definir el segmento de mercado.	
	c) Definir estrategias de marketing "4P".	
<b>4. Evaluación financiera del Proyecto</b>	a) Determinar la inversión total del proyecto.	● Ficha de costos.
	b) Proyectar los ingresos por ventas.	● Ficha de proyección de ventas.
	c) Analizar los indicadores de evaluación financiera.	● Ficha de proyección de estado financiero.
	d) Resultados esperados	● Hoja de cálculo Excel.

*Fuente.* Los autores.

## FASE I. ESTUDIO DE MERCADO

Esta fase tuvo como objetivo estudiar los elementos que conforman el mercado turístico como lo son: oferta, demanda y potencialidades, por tal motivo dentro de esta primera fase se decidió realizar un análisis de cada uno de estos componentes.

Para el desarrollo de la primera actividad llevó a cabo la realización de una caracterización del área de estudio en donde, a través de una revisión bibliográfica, se desarrolló una descripción situacional que detalle cuál es el estado en el que se encuentra el territorio. Dentro de este apartado se abarcaron aspectos tales como la ubicación geográfica, el clima, infraestructura, la economía y producción, la conectividad, aspectos ambientales, la salud y transporte con la ayuda del método descriptivo.

Luego, para analizar la oferta se utilizó el catastro turístico del cantón Bolívar (2021), el cual permitió identificar y registrar los atractivos, recursos y servicios que se ofertan dentro del territorio, al mismo tiempo se realizó la aplicación de una serie de entrevistas dirigidas a los emprendimientos de la zona, esto con la finalidad de recolectar información sobre cada uno de los componentes que conforman la oferta turística del área de estudio, todo esto con la ayuda del método analítico- sintético.

Posteriormente, se procedió al desarrollo de un estudio de la demanda en donde, mediante la utilización de una encuesta dirigida a los turistas, se pudo recolectar información sobre sus características, motivaciones y demás detalles que establezcan cuál es el perfil del turista que llega al territorio, la información recolectada fue aplicada por la plataforma digital Google Forms, esto se dio porque a inicios de la investigación de campo se encontraba la crisis mundial ocasionada

por el COVID 19, por lo tanto, se acudió al uso de plataformas digitales. Las encuestas se realizaron en la última semana de agosto del 2021. Se validaron los datos a través de un filtro el cual se dividió en dos secciones: la primera dirigida a los visitantes de la represa La Esperanza con fines turísticos y la segunda relacionada a establecer el perfil del turista, el proceso de datos se lo realizó a través de una hoja de cálculo en Excel.

Para la selección de la muestra se lo hizo de tipo probabilístico debido a que las encuestas se aplicaron de manera aleatoria hacia los turistas y para definir el número a aplicar se tomó como referencia la metodología de evaluación de destinos turísticos de González y Conde (como se citó en Vera, Alfonso y García, 2019) donde el nivel de confianza se establece en un 95% con un error estándar del 7% como se detalla en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde:

Z = nivel de confianza. 1.96

P = probabilidad de éxito o proporción esperada. 0.5

Q = probabilidad de fracaso. 0.5

D = precisión (error máximo admisible en término de proporción) 0.07

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.07^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.005184} = 196$$

Como resultado se tendrían 196, mismas que fueron aplicadas a los visitantes que lleguen a la represa. Dentro de esta se formularán una serie de preguntas que permitirán establecer cuál es el perfil de la demanda. (Ver anexo 17)

Por último, se realizó un análisis de potencialidad del área de estudio mediante la aplicación de una matriz de potencialidades en donde se evaluaron los factores claves para identificar cuáles son las capacidades que el territorio puede desarrollar a partir de sus recursos de interés.

## **FASE II. ESTUDIO TÉCNICO DEL NEGOCIO**

La segunda fase se estableció en base al desarrollo de un estudio técnico del negocio dentro del cual se planteó desarrollar un análisis de cada uno de los elementos necesarios para la creación y funcionamiento del negocio. Este apartado consta de cinco actividades. En la primera se tuvo la identificación de los socios claves que forman parte del funcionamiento del emprendimiento, para la identificación de estos se aplicaron una serie de entrevistas y talleres participativos para detectar a las posibles personas que se encuentren interesadas en ser socios del proyecto.

Para la segunda actividad se determinaron las actividades claves de la cadena del negocio mediante la realización de visitas técnicas de campo a la zona y de talleres participativos. Luego se tuvo como tercer punto el definir la infraestructura necesaria para el negocio, teniendo como herramienta la aplicación de una ficha técnica (Ver anexo 11) de maquinarias y equipos para de esta manera poder tener un registro sobre lo que se necesita.

Después de esto se procedió a determinar los recursos claves para el funcionamiento del negocio mediante la utilización de una ficha de inventario (Ver anexo 12) de insumos en donde se vaya llevando un registro sobre los materiales principales y fundamentales que se necesitan para dar inicio al negocio. Ya como última actividad se estableció el recurso humano necesario para la puesta en marcha del emprendimiento, para el cumplimiento de esta se realizaron talleres participativos en el territorio.

## **FASE III. ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO**

Para el desarrollo de la tercera fase se establecieron los elementos administrativos y de planificación que conforman la estructuración y desarrollo del proyecto teniendo como base tres actividades.

En cuanto a la primera actividad se planteó determinar los aspectos legales necesarios para el funcionamiento del negocio mediante la realización de una revisión bibliográfica, esto con la finalidad de tener fundamentos legales que justifiquen y apoyen a la creación de nuevos emprendimientos.

Luego para la segunda actividad se definió el segmento de mercado a través de talleres participativos y visitas técnicas de campo que permitió conectar con la comunidad, saber cuáles son sus intereses y de manera conjunta, definir el tipo de mercado al cual estará enfocado el emprendimiento.

Como último punto se definieron las estrategias de marketing enfocadas en las 4P (producto, precio, punto de venta y promoción) con la finalidad de darle una mayor fuerza de impacto del negocio en el mercado turístico, para la creación de estas estrategias se realizaron talleres participativos con la comunidad.

#### **FASE IV. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

Para esta última fase se planteó la elaboración de una evaluación financiera que detecte los recursos económicos para llevar a cabo el proyecto mediante la implementación de una serie de fichas creadas en el programa EXCEL.

Como primera actividad se determinó la inversión total del proyecto y para esta se estableció el monto de inversión total que se necesita mediante una ficha de costos (ver anexo 14) en donde se presentan cada uno de los recursos que se utilizaron junto a su valor estimado, para después mediante un sumatorio total plantear el monto final.

Después se definió la proyección de los ingresos por ventas mediante la implementación de una ficha de proyección de ventas (ver anexo 15) el cual permitió conocer la previsión de ingresos generados durante un periodo de tiempo determinado. Por último, se analizaron los indicadores de evaluación financiera a través de una ficha de proyección de estado financiero para de esta manera

establecer un valor aproximado sobre el estado financiero que se tendrá de aquí a un cierto número de años, así mismo, se determinó si el negocio es o no rentable a través de los indicadores financieros VAN y TIR.

### **3.2. RESULTADOS ESPERADOS**

La represa Sixto Durán Ballén cuenta con una variedad de recursos potenciales para ser desarrollados, no obstante, es imprescindible contar con una infraestructura turística adecuada para atraer a la demanda, puesto que la oferta es escasa; se espera que se desarrollen nuevos emprendimientos acorde a los segmentos encontrados para brindar una mejor experiencia al turista y que de esta forma sea incentivado a regresar.

Por otra parte, se considera que la ubicación del centro de operaciones turística es un punto clave para brindar mayor apoyo a los emprendimientos de este sector se espera que con la difusión de los productos y servicios se genere mayor afluencia de turistas y una óptima organización.

Así mismo, mediante la definición de nuevos productos turísticos se conseguirá captar diferentes segmentos ya que están direccionados a grupos de amigos, familia y visitantes de todas las edades con motivaciones distintas. Cabe mencionar que la implementación de las estrategias del marketing mix juegan un rol importante para el posicionamiento de dichos productos.

Finalmente, con la puesta en marcha de este proyecto permitirá la obtención de beneficios en el ámbito socioeconómico de los actores involucrados, creando fuentes de empleo adicionales, promocionando y preservando la cultura local, así mismo ayudará a los emprendedores a desarrollarse profesionalmente dentro de este espacio descubriendo nuevas habilidades y aptitudes sintiéndose empoderados por la actividad que realizan a futuro se espera; el aumento de orgullo local, intercambios respetuosos con los viajeros, y la valorización de la equidad.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. FASE 1. ESTUDIO DE MERCADO

#### 4.1.1 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

La caracterización del área de estudio se la efectuó en base a la comunidad La Esperanza, ya que permitió tener una visión clara de las generalidades y potencialidades de la comunidad, en primera instancia se abordó datos generales del cantón para posteriormente describir las características de la comunidad.

El cantón Bolívar, de acuerdo a su Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial (2015 – 2026), se encuentra situado en el sector oriental de la provincia de Manabí, su posición astronómica es 0 grados, 50 minutos y 39 segundos de latitud sur y 80 grados, 9 minutos y 33 segundos de longitud oeste. El cantón limita al Norte con el Cantón Chone, al sur con Portoviejo y Junín, al Este con Pichincha y, al Oeste, con Tosagua. Tiene una superficie territorial de 537.8 Km<sup>2</sup>, y posee una parroquia urbana Calceta y dos rurales: Quiroga y Membrillo.



Figura 4. Ubicación geográfica del Cantón Bolívar.

Fuente. Gobierno de Manabí (2015)

En concordancia con lo expuesto anteriormente se menciona que, según Vera y Zambrano (2019), el área de estudio de la investigación se encuentra ubicada en la comunidad de La Esperanza perteneciente a la parroquia Quiroga del cantón Bolívar, en la provincia de Manabí, Ecuador. Quiroga es una parroquia situada en la zona rural del cantón Bolívar que está conformada por 19 comunidades, de las cuales 13 son rurales y 6 urbanas compuestas por barrios, sus límites son: al Norte, el río Carrizal (Calceta); al Sur, Calceta y Junín; al Este, las riberas del embalse La Esperanza y las elevaciones de Severino (Calceta) y, al Oeste, el estero La Pita y el sitio Patón (Junín). Su clima es cálido-húmedo y está ubicada a 32 metros sobre el nivel del mar.

### **Hidrografía.**

La comunidad La Esperanza, tal y como mencionan Félix et al. (2019), se encuentra en la confluencia de los ríos Burro, Cañas, Bejuco y Trueno, los cuales conforman el río Carrizal, edificada en la cabecera de la cuenca hidrográfica del mismo; esta cuenca, llamada represa Sixto Durán Ballén, posee un área de 445 km<sup>2</sup>, acumula 450 millones de metros cúbicos de agua, cubriendo un área de embalse de 2.250 Ha.

En la década de los 70, la presa fue diseñada en el marco de un “Proyecto de Propósito Múltiple Carrizal Chone”, que integra a la presa y al área de riego Carrizal-Chone. Después de varios estudios realizados, asumió el proyecto que tuvo como objetivo la construcción de la presa la compañía española Dragados y Construcciones S.A., la cual dio paso para que la obra se construya en 1992 y finalice en 1996.

Hoy en día, el manejo y control de la presa se encuentra a cargo de la Corporación Reguladora del Manejo Hídrico de Manabí y SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua). La creación de la presa, sin duda alguna, ha traído consigo grandes beneficios para el cantón. El puerto y presa La Esperanza pertenecen al estado y se encuentra bajo el control de la Municipalidad del Cantón Bolívar y bajo la administración de SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua), y gracias a los servicios de la Escuela de Policía ubicada en la parroquia Quiroga la presa en conjunto con el puerto son controlados y vigilados por la misma. Félix et al. (2019).

**Orografía.**

Esta zona está caracterizada por las selvas de montaña ecuatoriales, con bosques muy húmedos, semis húmedos y seco tropical, los efectos ecológicos y paisajísticos de elevación de masa condicionan la presencia de selva nublada en diferentes alturas del territorio continental. La cadena montañosa de la costa se la conoce como cordillera costera que se encuentra bordeando la línea de costa. Sus máximas alturas llegan a los 800 m.s.n.m.

Por lo general se encuentra coronada por bosques primarios y secundarios. Las partes de montaña baja y las cercanas a las riveras de la represa y el río Carrizal han sido deforestadas para diversos usos tales como asentamientos humanos, tierras para pastoreo de ganado y cultivos agrícolas diversos tales como cacao, plátano, maíz, maní. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del cantón Bolívar, 2015 – 2026)

**Económico.**

Las actividades económicas que giran en torno al cantón son la agricultura, pesca, ganadería de acuerdo al GAD Bolívar (2019) el territorio presenta característica eminentemente agraria predominando productos como el café, cacao, y cítricos; además, de poseer recursos tantos naturales y culturales y su condición rural agro productiva que pueden ser aprovechados en el ámbito de turismo, más sin embargo el territorio presenta problemáticas que afectan al territorio tal es el caso de la deficiente planificación estratégica direccionado al turismo, es importante mencionar que el turismo rural comunitario empieza a cobrar fuerza y se ve reflejado en el dinamismo de todos los componentes que se encuentran en el área de estudio.

La población económicamente activa del cantón según datos del censo (2010) provistos por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), UNFA y AME (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas) se muestra un importante peso en el desarrollo de las actividades económicas, que giran en torno al municipio, con el 2%, en tanto que el resto del Estado abarca el 12% del total. Esto se traduce en el rol que tiene la cabecera cantonal.

En efecto, a ella acuden los habitantes del cantón por tres motivos importantes: la provisión de bienes o la venta, en los días de feria; la realización de gestiones ante las autoridades municipales, gubernamentales y judiciales, y, probablemente, por estudios y trabajo en menor proporción, desde zonas aledañas a la cabecera.

Desde la construcción de la represa han existido muchos inconvenientes en el ámbito económico, uno de ellos fue la reducción de hectáreas cultivables, lo cual provocó que los habitantes tuvieran una pérdida de ingresos debido a que el principal ingreso de los pobladores era la agricultura. En la actualidad no existen salidas laborales que promuevan el desarrollo en las comunidades cercanas incluida la del puerto La Esperanza, lo que provoca un sinnúmero de inconvenientes, el más lamentable el abandono de las comunidades. Cabe destacar que esta población vive de la pesca, agricultura, gastronomía, transportación y esporádicamente del turismo en fechas de feriados.

### **Socio-Cultural.**

La represa Sixto Durán Ballén junto con sus comunidades alberga una rica diversidad cultural, fruto de la preservación de las manifestaciones del montubio manabita el cual es arraigado a la tierra y sus actividades. Dentro del ámbito social, de acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Quiroga (2016), esta ha tenido un proceso de crecimiento poblacional en los últimos años, ya que mediante la información proporcionada por el Censo INEC realizado en el 2010 se contaba con una población de 3767, mismos que representaban el 9,25% del total de habitantes del cantón Bolívar, de estos datos se estimaba que para el año 2015 el número incrementará a 4909 teniendo como resultado una tasa de crecimiento anual de 5,44% en la población.

Dentro de este mismo documento se menciona que, en cuanto a la clasificación en grupos etarios, la población existente en la parroquia Quiroga es adulta, ya que del total de habitantes el 82,37% se encuentra dentro de un rango entre los 15 a 64 años. Ahora, por parte de la población total por género, se tiene que el sexo predominante dentro del territorio es el masculino con un 61,19% frente a la femenina con un 38,81%.

En cuanto a la organización social, se realizó la recopilación de información mediante el desarrollo de una visita de campo en donde se procedió a la aplicación de una entrevista dirigida a los pobladores locales, obteniendo como resultados que, dentro del territorio durante muchos años ha existido una unión como comunidad en donde no se han presentado ningún tipo de altercado o problemas entre los habitantes de la zona, sin embargo, durante estos últimos años, se ha venido dando un descontrol y falta de organización en el ámbito comercial mismo que empezó a darse desde el desarrollo de la actividad turística dentro del área, lo cual está dando como resultado una desunión por parte de la comunidad.

### **Ambiental.**

El área de estudio posee varios ecosistemas que van desde espacios las cuales se encuentran intervenidas por la actividad humana (agrícola, pecuaria), y áreas naturales conservadas. Los ecosistemas anteriormente mencionados permiten que varias especies animales y vegetales opten por existir, desarrollarse y conservarse en estos espacios.

La represa Sixto Durán Ballén posee una importante diversidad de recursos naturales y culturales, que junto a la producción agrícola permite el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo como el agroturismo; su localización y cercanía con otros recursos turísticos ya posicionados lo convierte en un lugar estratégico para la realización del turismo. Sin embargo, existen inconvenientes para que el agroturismo se desarrolle en la zona de estudio debido a varias faltas como: la infraestructura turística, inexistente capacitación y carencia de planes de desarrollo y modelos de gestión para la región. (Doumet & Yáñez, 2014)

### **Turismo.**

La parroquia Quiroga, según su PDOT (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial) posee una gran riqueza natural como: los balnearios, senderos, bosques entre otros, los cuales dan lugar a la realización del turismo rural. Uno de los puntos turísticos más significativos de la parroquia y de la provincia de Manabí es la represa la Esperanza ya que posee cuatrocientos cincuenta millones de metros cúbico de agua aproximadamente y es adecuada para el deporte acuático,

principalmente para la pesca deportiva de la tilapia y el langostino, e idénticamente las diversas aves y vegetales en su entorno.

La Esperanza se encuentra rodeada de lugares con un especial atractivo como la isla de los pájaros, lugar donde se localizan gaviotas de origen marino que alternativamente emigran en los períodos de invierno o verano lo cual lo hace un lugar propicio para practicar el turismo. A su vez, posee otros espacios turísticos tales como: Las lagunas de Bijagual, cerro de mil pesos en la Mina, la losa en la pavita, balneario san “Jacinto” en el río Carrizal, el cementerio parroquial, los parajes de Murucumba, la gran presa “La Esperanza” convertida en generadora eléctrica, además dotará de agua a varios cantones Manabitas.

En la estación invernal sobre todo en febrero por motivo del carnaval, la población local y nacional visitan los ríos, cascadas en la cual sin duda alguna esto ayuda a la economía de la comunidad. Es importante destacar que el sitio la Esperanza y la represa conocida también por el mismo nombre pueden complementar la oferta turística de cada uno de los cantones de la provincia, siempre y cuando se gestione de una manera adecuada y la innovación esté presente en los productos turísticos que se ofrezcan a los turistas (GAD de Bolívar, 2019).

#### **4.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Para la identificación de la oferta se utilizaron documentos oficiales como el catastro turístico del cantón Bolívar (2021), hay que mencionar que en la parroquia Quiroga aún existe un déficit en cuanto a infraestructura, por tal razón, se realizó entrevistas a los emprendimientos donde se logró identificar que los servicios disponibles dentro del área se ven enmarcados en el ámbito de gastronomía y recreación turística, llegándose a evidenciar que existe una falta de emprendimientos direccionados al hospedaje. Para complementar la oferta del territorio, se detallan los componentes de la oferta de la parroquia Calceta dada la cercanía al área de estudio.

## PARROQUIA QUIROGA

En lo que corresponde a los servicios de recreación, se logró identificar la existencia de algunas actividades que son brindadas por parte de los habitantes de la comunidad local, una de estas es el paseo en canoa la cual consiste básicamente en darle un recorrido en canoa a los turistas por las aguas de la represa Sixto Durán Ballén, lo atractivo de estos recorridos es que visitante pueda apreciar de manera más profunda y cercana la gran biodiversidad existente dentro del recurso, llegando a apreciar durante el viaje diversas especies de aves como el garrapatero, la garceta, el pato silbador, el carpintero y muchas más.

En cuanto a los precios, estos varían dependiendo el tipo de recorrido que se vaya a hacer, si se desea dar un pequeño por los alrededores de las represa el precio será de 5 dólares por canoa, luego, si el recorrido que se desea dar es por varias zonas de la represa adentrándose un poco más, este precio subiría a los 10 dólares por canoa, ya de ahí, se desean dar recorridos mucho más extensos los precios se darán dependiendo la distancia que se desea recorrer y el tiempo que se tomará en la realización de éste.

Por otra parte, dentro del área de la represa existen pequeños paseos en botes (ver anexo 5) con asientos para dos personas, estos, a diferencia de los paseos en canoa, son más adquirido por las parejas que llegan a disfrutar de una linda tarde en la represa, los precios de estos paseos son de 5 dólares el bote por cada media hora. Para este servicio solo cuentan con dos botes en la actualidad funcionando dentro del área turística de la represa.

En cuanto a restauración se trata (ver anexo 6), actualmente la oferta de alimentos y bebidas ha disminuido drásticamente debido al confinamiento que se generó por el brote del COVID-19, aun así, dentro del área algunos comuneros han seguido practicando esta actividad, siendo actualmente 3 puestos de comida los que se mantienen en funcionamiento. Dentro de la oferta gastronómica se puede encontrar lo que son empanadas de manera diaria, ya para lo que es almuerzo los platos que se ofrecen son los que se enmarcan dentro del ámbito cultural de la zona, siendo el seco de gallina criolla, la guatita, caldo de gallina criolla, entre otros, mismos que están entre los precios de 3 a 5 dólares.

La identificación de los recursos naturales y culturales dentro de la comunidad La Esperanza se encuentran en el entorno del embalse Sixto Durán Ballén los cuales sirvieron para el diseño de nuevos productos de turismo alternativo, entre los que destacan los siguiente (ver Tabla 2).

**Tabla 2.** Recursos de la represa de La Esperanza.

NOMBRE DEL RECURSO	LOCALIZACIÓN			CLASIFICACION DEL RECURSO			JERARQUÍA
	CANTÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
Mirador La Esperanza	Bolívar	Quiroga	La Esperanza	Sitios naturales	Montañas	Colina	I
Fiesta de la asociación de pescadores	Bolívar	Quiroga	La Esperanza	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	I
Cerro mil pesos	Bolívar	Quiroga	La Esperanza	Sitios naturales	Montañas	Colina	I
La regata	Bolívar	Quiroga	La Esperanza	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos deportivos	I
La Isla	Bolívar	Quiroga	La Esperanza	Sitios Naturales	Isla	Colina	I
Platos típicos de la comunidad La Esperanza	Bolívar	Quiroga	La Esperanza	Manifestaciones culturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	II
Puerto La Esperanza	Bolívar	Quiroga	La Esperanza	Sitios Naturales	Sitios Naturales	Natural	II

*Fuente.* Elaboración de los autores

La comunidad La Esperanza y dentro de la represa Sixto Durán Ballén cuenta con una diversidad paisajística que permite la realización de diferentes actividades en torno al turismo (agroturismo, turismo de aventura, ecoturismo, turismo deportivo entre otras); se pudo identificar 7 recursos turísticos, en donde 5 tienen jerarquía I y 2 jerarquía II, estos se emplean para el diseño de productos turísticos en la localidad.

En esta comunidad existe la posibilidad de realizar proyectos de vinculación con la comunidad en donde puedan hacer recorridos guiados por toda la comunidad aprovechando los recursos con los que dispone. Es importante mencionar que en la actualidad se ha posicionado con gran éxito la marca de “Vuelta al Campo” en donde se realizan actividades con toda la bioseguridad, estas actividades son:

pesca deportiva, deportes de aventura como kayak, competencias deportivas como regatas, caminatas, paseos en canoa/ lancha, visitas guiadas, observación de flora y fauna, gastronomía, eventos programados, camping, ciclismo.

La oferta existente dentro de la represa Sixto Durán Ballén es muy limitada y esto es debido a que dentro de este territorio actualmente son pocos los negocios que se encuentran laborando. Dentro de la zona no existen establecimientos de hospedaje en donde los turistas puedan pernoctar, mucho menos centros de diversión nocturnos como bares o discotecas, durante los días de lunes a viernes son dos los emprendimientos disponibles en donde se pueden adquirir alimentos y bebidas, y para los días sábados y domingos estos aumentan a 3 y en ciertas ocasiones 4. Para el área de recreación el territorio está disponible para la práctica de diferentes tipos de deportes acuáticos, sin embargo, debido a la falta de recursos económicos por parte de los lugareños su oferta es limitada.

### **PARROQUIA CALCETA**

Como planta turística complementaria se tomó a la parroquia Calceta por ser la cabecera cantonal además de encontrarse a 14 km de Quiroga. En cuanto al hospedaje se pudo evidenciar que los locales que ofrecen el servicio de alojamiento 14 establecimientos los cuales se dividen por categorías: 1 Hotel de primera categoría, 5 de segunda categoría considerados hostales, 3 Hostales de tercera clase uno de ellos calificado como pensión, 1 Hotel – Laboratorio y adicional a estos, 4 hoteles de carretera o también llamados Moteles. En la tabla 3 se puede visualizar cada uno de los establecimientos de hospedaje con sus respectivas categorías, habitación y plazas.

**Tabla 3.** Inventario de establecimientos de hospedaje del cantón Bolívar

<b>Nº</b>	<b>Establecimiento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Plazas</b>
1	Hotel Carrizal inn	Primera	14	34
2	Hotel Cacao	Segunda	20	40
3	Hostal Bolívar	Segunda	13	35
4	City Camping	Segunda	5	20
5	El Centenario	Segunda	6	20
6	Hotel Maratea	Segunda	10	30

7	Hostal Galicia	Tercera	11	30
8	Hostal Bolívar	Tercera	9	27
9	Hostal Calceta	Tercera	10	20
10	Hotel El Higuérón	Hotel-laboratorio	10	30
11	Motel Il Piacere	Motel	10	10
12	Motel El Paraíso		8	8
13	Motel Holly Days	Motel	10	10
14	Motel Punto G	Motel	5	5
<b>TOTAL</b>			<b>338</b>	

*Fuente.* Elaboración propia a partir del GAD Municipal Bolívar (2021)

Por otra parte, en el área de restauración se identificaron 67 establecimientos de alimentos y bebidas uno de ellos es la Asociación de Bares y Restaurantes del Mercado Central, este se encuentra ubicado en la calle 10 de agosto y Bolívar entre Cesar Ovidio Villamar y Sergio Domingo Dueñas, a lado del Cuerpo de Bomberos de la ciudad. Consta de 40 locales los mismos que ofrecen varias opciones de comidas, entre ellas batidos, tostadas, seco de pollo, guatita, entre otros, en cuanto al horario de atención se encuentran divididos en dos jornadas, 20 en la noche y 20 en el día. Hay que resaltar que este servicio ha tenido un crecimiento considerable, dado que han aumentado 1409 plazas en su capacidad total (ver Tabla 4.). A continuación, se muestra el listado de los establecimientos de alimentos y bebidas formales del cantón con su respectiva categoría y capacidad de los restaurantes.

**Tabla 4.** Inventario de establecimientos de restauración del cantón Bolívar

<b>Nombre</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Categoría</b>
Bar Cevichería "El Chavito"	28 personas	Bar-Cevichería
Encebollados "El Che"	19 personas	Picantería
Bar Cafetería "Keyrita"	4 personas	Cafetería
Restaurante Hotel Carrizalinn	35 personas	Restaurante
Cevichería "Pulpo Paul"	24 personas	Picantería
Oh Lala Pizzería	10 personas	Pizzería
Cevichería "Bailón"	28 personas	Picantería
Coffee D' Juanita	32 personas	Cafetería
Pizzería Antojitos	12 personas	Pizzería
El Punto del sabor	7 personas	Quiosco
Restaurante "Agua Azul"	25 personas	Restaurante
Menudo Bar	8 personas	Cafetería
El Rincón de la Fe"	8 personas	Cafetería

Parada 360	28 personas	Picantería
Asadero Su pollo	20 personas	Restaurante
Asados Chumo	20 personas	Restaurante (fin de semana)
Atmosfera Fast Food Drink	25 personas	Bar-Restaurante
Chirros Steak House	25 personas	Bar-Restaurante
Marialy Espresso	16 personas	Cafetería
Encebollados El Pirata	28 personas	Picantería
Encebollados Sol de Manta	28 personas	Picantería
Pizzería Luigi	20 personas	Pizzería
El Meson Casero	32 personas	Restaurante
Restaurante KLZ	24 personas	Restaurante
Mami Nina Restaurante	60 personas	Restaurante
Asados La Tablita	32 personas	Restaurante
Asadero Fernández	35 personas	Restaurante
Encebollados Mi Respeto	6 personas	Quiosco
Asadero Esquina de Ales	28 personas	Restaurante
Encebollados D'nato	24 personas	Picantería
Asados D'Barros	28 personas	Restaurante
El Baron de Dios	10 personas	Cafetería
D'Milton Restaurante	20 personas	Restaurante
Buen Provecho Restaurante	28 personas	Restaurante
El Rincón del Español	20 personas	Restaurante
La Choza	30 personas	Restaurante
Lo Mejor del Chamo	12 personas	Restaurante
D'Leyte Food and Drink	26 personas	Bar-Restaurante
Waffle Place	18 personas	Cafetería
María Food	12 personas	Restaurante
Nallely	16 personas	Restaurante
Encebollado D' Portoviejo	16 personas	Picantería
Manaba de Cepa	22 personas	Restaurante
Chifa Asia	20 personas	Restaurante
Asadero San Antonio	15 personas	Restaurante
Cevichería Restaurante Saboreame	20 personas	Restaurante
Asado D'licia	8 personas	Restaurante
Biquingo Pizzería	12 personas	Pizzería
Food Art	24 personas	Restaurante
Encebollado Guayaco	28 personas	Picantería
El Ricón del Antojo	15 personas	Restaurante
Restaurante y Asados Avenida Estudiantil	20 personas	Restaurante
La Carreta de Rosita	12 personas	Quiosco
Pizzeria Doble vía	8 personas	Pizzería
Shawarma Express	25 personas	Bar- Restaurante
Delicias del Venezolano y algo más	16 personas	Restaurante

El Altoque	20 personas	Restaurante
Asadero- Restaurante Su mejor Pollo	40 personas	Restaurante
Picaditas Platanales	28 personas	Restaurante
La Meche	15 personas	Restaurante (fin de semana)
Domingo Criollo	32 personas	Restaurante (fin de semana)
La Caída del Sol	20 personas	Restaurante
Bar Restaurante Platanales	20 personas	Restaurante
City Camping	25 personas	Alojamiento-Restaurante
Parrillada San Bartolo	16 personas	Restaurante
Comedor Don Marcelo	12 personas	Restaurante

*Fuente.* Elaboración propia a partir del GAD Municipal Bolívar (2021)

De acuerdo con el Departamento de Turismo, respecto a los establecimientos de recreación se constató que existe un total de 10 centros de diversión los cuales dan un total en cuanto a su capacidad de 1040 personas (GAD Municipal Bolívar, 2021) no obstante, cabe considerar que el cantón Bolívar cuenta con recursos llenos de naturaleza como balnearios de agua dulce y comida típica de la zona, además de sus recursos culturales, todos estos aspectos hacen que el visitante se sienta relajado y disfrute de ellos. Se representan en la tabla 5.

**Tabla 5.** Inventario de establecimientos de recreación el cantón Bolívar

Nº	Establecimiento	Categoría	Capacidad
1	City camping	Centro recreacional	80 personas
2	Quinta El Rocío	Centro Recreacional	100 personas
3	Quinta Linda	Centro Recreacional	200 personas
4	El Regocijo	Centro Recreacional	200 personas
5	Quinta Colina del Sol	Centro Recreacional cultural y ecológico	200 personas
6	El Cipriano	Centro Recreacional	100 personas
7	Quinta San Ramón	Centro Recreacional	80 personas
8	Quinta el Oasis	Centro Recreacional	20 personas
9	Finca agroecológica Perezoso	Centro Recreacional y ecológico	30 personas
<b>Capacidad total</b>			<b>1040 personas</b>

*Fuente.* Elaboración propia a partir del GAD Municipal Bolívar (2021)

Es importante conocer el inventario de recursos naturales y culturales con el mayor potencial para el desarrollo de las actividades turísticas, ya que servirán como insumos clave para la articulación de paquetes turísticos en el territorio. El inventario de recursos y atractivos turísticos del cantón Bolívar se exponen a continuación (ver Tabla 6).

**Tabla 6.** Inventario de atractivos y recursos turísticos del cantón Bolívar

Nº	Recurso	Categoría	Jerarquía	Ubicación
----	---------	-----------	-----------	-----------

1	Calceta histórico	Manifestaciones Culturales	II	Calceta
	Espam MFL	Manifestaciones Culturales	II	Calceta
	Balneario Platanales	Sitios Naturales	I	Calceta
	Fiestas patronales de San Agustín	Manifestaciones Culturales	II	Calceta
	Paraje Natural y cultural Quinta del Sol	Manifestaciones Culturales	I	Calceta
	Artesanías en Paja Mocora	Manifestaciones Culturales	I	Calceta
	Represa Sixto Durán Ballén	Manifestaciones Culturales	II	Calceta
	Cerro Mil Pesos	Sitios Naturales	I	Quiroga
	Lagunas Bijagual	Sitios Naturales	I	Quiroga
	Finca el Perezoso	Sitios Naturales	I	Calceta
	Cacada Chapulí	Sitios Naturales	I	Membrillo
	Acantilado La Mina	Sitios Naturales	I	Membrillo
	Cascada y acantilado el Rocal	Sitios Naturales	I	Membrillo

*Fuente.* Elaboración propia a partir del GAD Municipal Bolívar (2021)

#### 4.1.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA.

Para el estudio de la demanda se hizo un estudio probabilístico, ya que se seleccionó de manera aleatoria a los turistas, luego se procedió a la aplicación de una encuesta (Ver anexo 17) a través de la plataforma de Formularios de Google, se realizó por este medio debido a que se aplicaron en tiempos de pandemia, por tal razón, los datos obtenidos se procesaron en una hoja de cálculo de Excel. La recolección de información permitió determinar el perfil del turista que visita la represa Sixto Durán Ballén.

Para el desarrollo de la encuesta se procedió a dividirla en dos secciones en donde, la primera parte constaba de una pregunta simple que tenía como funcionalidad la filtración de los encuestados que han visitado la represa La Esperanza con fines turísticos y de los que no lo han hecho, y en la segunda sección se establecen 16 preguntas las cuales estuvieron direccionadas a establecer el perfil del turista que visita la represa Sixto Durán Ballén.

El estudio de la demanda correspondió una muestra probabilística las encuestas se aplicaron de manera aleatoria simple, fue un total de 343 encuestas que se filtraron en dos secciones, la primera sección correspondió al grupo que no había realizado turismo en la Represa La Esperanza (143 encuestas) el segundo grupo fue a los que sí habían realizado turismo en el área de estudio (196 encuestas). La población que se le aplicaron las encuestas fue a nivel nacional tomando como referencia a conocidos, amigos, familiares, que también enviaron el cuestionario a sus amigos todo esto sirvió para la recolección de datos.

### Sección 1 de 2.

En cuanto a la primera y única pregunta de la sección uno, trataba sobre una pregunta simple que tenía como finalidad el separar en dos grupos a los encuestados, misma en donde se preguntaba si el turista había practicado la actividad turística durante los últimos dos años dentro de la represa La Esperanza.

#### 1. ¿Ha realizado turismo rural en la represa Sixto Durán Ballén en los últimos dos años?

**Tabla 7.** Turismo rural en la represa

Turismo rural en la represa	Frecuencia	Porcentaje
Si	196	57%
No	143	43%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*343</b>	<b>100%</b>

Fuente: Los autores

**Análisis.** Los resultados obtenidos de las 343 encuestas realizadas reflejaron que, 143 personas, correspondiente al 43% del total, no ha realizado turismo rural en la represa Sixto Durán Ballén en los últimos dos años, mientras que el 57% restante si ha realizada turismo dentro del territorio durante estos últimos dos años. Con esta primera información obtenida se puede evidenciar que poco más de la mitad de las personas encuestas han realizado turismo en la represa Sixto Durán Ballén.

### Sección 2 de 2.

Para esta segunda sección el número de encuestados dependió completamente del número de personas que respondieron con un “Si” a la pregunta sobre la

práctica de turismo en los últimos dos años dentro del territorio de la represa, la importancia de dejar en claro esto es debido a que a partir de este punto el total de encuestados pasó de ser 337 a 190, ya que para las personas que contestaron con un “No” automáticamente se les finalizó la encuesta.

## 2. Ciudad de Residencia.

Tabla 8. Residencia

Residencia	Cantidad	Porcentaje
Calceta	63	32%
Tosagua	41	25%
Chone	32	16%
Junín	17	8,7%
Portoviejo	12	6,1%
El Carmen	4	2,0%
Quito	3	1,5%
Canuto	1	0,5%
Santo Domingo	2	1,0%
El Empalme	1	0,5%
Santa Elena	2	1,0%
Manta	2	1,0%
Bachillero	1	0,5%
Ambato	1	0,5%
Sucre	1	0,5%
Durán	1	0,5%
Santa Ana	1	0,5%
San Clemente	1	0,5%
Esmeraldas	1	0,5%
Arenillas	1	0,5%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

Fuente. Los autores

**Análisis.** De los datos obtenidos se logró evidenciar que, del total de personas que visitan la represa La Esperanza, el 32% del total son turistas provenientes del mismo cantón Bolívar, después de este se encuentra el cantón Tosagua con un 25%, seguido de este está el cantón Chone con un 16% y ya con porcentajes menores tenemos a Junín con 8.7% y Portoviejo con 6.1%, luego existe una categoría establecida como otros en donde se encuentran plasmados otras ciudades con resultados inferiores al 2% los cuales todos juntos representan el 12%

del total de encuestados. El análisis de esta información recopilada se centra en que la principal demanda que tiene actualmente la represa se encuentra constituida por un turista aledaño al territorio, dando como resultado los principales consumidores del turismo que se está dando en dentro de La Esperanza son turistas locales y cercanos a esta.

### 3. Género

**Tabla 9. Género**

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	88	45%
Femenino	107	55%
LGTBI	1	0,5%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

*Fuente. Los autores*

**Análisis.** En cuanto a este apartado, de las 196 respuestas que se obtuvieron, el 55% indicaron que pertenecían al género femenino mientras que un 45% señaló que pertenecían al masculino. Como se puede observar en la información recopilada, aunque el porcentaje de mujeres es mayor en comparación al de los hombres, sin embargo, esta diferencia no es tan elevada como para marcar criterio mayor. Esta información ayuda a entender que dentro del territorio no existe una predominancia de uno de los géneros, al contrario de esto, se puede evidenciar que existe un equilibrio entre ambos bandos, lo cual al momento de desarrollar actividades y paquetes turísticos es de mucha importancia.

### 4. Edad

**Tabla 10. Edad**

Edad	Cantidad	Porcentaje
Menos de 18	2	1%
18 – 25 años	76	39%
26 – 33 años	58	30%
34 – 40 años	15	8%
Más de 40	45	23%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

*Fuente. Los autores*

**Análisis.** La información recopilada dentro del factor edad demostraron que el 39% de los encuestados que visitan la represa Sixto Durán Ballén se encuentran en un rango de edad entre los 18 a 25 años de edad, seguido de este se encuentran las personas que están entre un rango de los 26 a 33 años con un 30%, luego está con un 23% las personas entre un rango de más de 40 .Estos resultados reflejan que la edad de la demanda que visita la represa La Esperanza se encuentra dentro de un nivel joven - adulto, dejando entender que aún es un tipo de demanda con posibilidades de practicar actividades turísticas de diferentes tipos.

## 5. Situación Laboral

Tabla 11. Situación laboral

Situación laboral	Cantidad	Porcentaje
Empleado	118	60%
Desempleado	45	23%
Jubilado	3	2%
Autoempleado	12	6%
Otro (Estudiante)	18	9%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

Fuente. Los autores

**Análisis.** Dentro de los parámetros a evaluar se encontraba como quinto punto determinar la situación laboral de los encuestados, de los cuales los datos recopilados reflejaron que un 60% se encuentra en un estado de empleado, un 23% actualmente está desempleado y un 6% señaló que son autoempleados, luego de esto el 9% corresponde a diferentes opciones las cuales juntas conforman ese porcentaje, finalmente el jubilado que reflejó un 2%. La mayor parte de los encuestados actualmente se encuentran trabajando y generando ingresos, considerando también que algunos se encuentran también desempeñando un trabajo de manera eventual, sin embargo, el nivel de desempleo que se refleja en un nivel muy alto, esto es importante considerar al momento de establecer precios en los productos y servicios turísticos.

## 6. Nivel de Ingresos

Tabla 12. Nivel de ingresos

Nivel de ingresos	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$500	101	52%
\$500 - \$1000	82	42%
\$1001 - \$1500	10	5%
Más de \$1500	3	2%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

Fuente. Los autores

**Análisis.** En cuanto al nivel de ingresos, la recopilación de datos reflejó que un 52% del total de personas que visitaron la represa Sixto Durán Ballén actualmente ganan menos de \$500 al mes, por otro lado, un 42% mencionó que sus ingresos se encuentran entre \$500 y \$1000 por mes, luego un 5% indicó que sus ingresos están entre \$1001 y \$1500, y por último un 2% señaló que sus ingresos mensuales superan los \$1500 al mes. Esto refleja que en el mayor de los casos las personas poseen unos ingresos, que está entre el salario mínimo y un poco más. Esto, al igual que el apartado anterior, es importante analizar al momento de establecer precios en productos y servicios turísticos ya que es de aquí de donde se reflejará la capacidad de consumo de los turistas.

## 7. Nivel de Estudios.

Tabla 13. Nivel de estudios

Nivel de estudios	Cantidad	Porcentaje
Primaria	3	2%
Secundaria (Bachiller)	49	25%
Superior Universitario	128	65%
Superior Técnico	11	6%
Posgrado	5	2,6%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

Fuente. Los autores

**Análisis.** Los datos recopilados en el ítem de nivel de estudios demostraron que el 67.4% se encuentra en la rama de superior universitario, un 25.8% dentro del grado de secundaria o bachiller como se lo conoce locamente y un 2.6% posee un posgrado. Estos resultados reflejan la importancia que la población le está tomando

a la educación hoy en día, demostrándolo así con más de un 60% de los encuestados dentro de un rango superior universitario, lo cual da a entender que son personas con una mayor capacidad de razonamiento que saben tomar sus decisiones de una manera más crítica.

## 8. ¿Cómo se informó sobre la represa Sixto Durán Ballén?

**Tabla 14.** Medios de información

Medios de Información	Cantidad	Porcentaje
He venido otras veces	103	52,6%
Por medio de amigos y familiares	135	68,9%
Por redes sociales	90	45,9%
En ferias	16	8,2%
Publicidad en TV, radios, folletos	10	5,1%
Por la web, buscadores	11	5,6%
Trabajo de investigación	1	0,5%

*Fuente.* Los autores

Debido a que esta pregunta se la colocó como respuesta múltiple, cada una de las opciones ubicadas será representada conforme al número de elecciones que tuvieron por parte de los 196 encuestados.

**Análisis.** De acuerdo a la información recopilada se evidenció que, el 68.9% de los encuestados se informó sobre la represa La Esperanza por medio de amigos y familiares, luego un 52.6% ubicó que ya habían estado en el lugar anteriormente, un 45.9% señaló que se habían informado mediante las redes sociales, un 8.2% por medio de ferias, el otro 5.6% mediante la web y buscadores digitales, un 5.1% a través de publicaciones en medios de televisión y folletos, y un 0.5% adicionaron que su información sobre la represa provino por el desarrollo de trabajos de titulación. Al interpretar estos datos se evidencia que la mayor fuente de información que tiene los turistas que visitan la represa es a través de las recomendaciones brindadas por parte de los amigos y familiares.

## 9. Califique de 1 al 10 los factores que incidieron más en su decisión de viaje a la represa Sixto Durán Ballén, siendo 1 nada importante y 10 altamente importante.

**Tabla 15.** Decisión de viaje

Decisión de viaje	Frecuencia más baja (1-4)	Frecuencia más alta (5-10)
El clima	29	167
Oferta de restauración	35	161
La cercanía en a su lugar de residencia	30	166
Relación calidad/precio	27	169
Visitar a familiares y amigos	36	160
Tranquilidad del atractivo	25	169
Negocios o motivaciones profesionales	34	156
Alejarse presión/estrés	27	169
Curiosidad por conocer	26	170
Tradición o costumbres	28	168
Buenas referencias (información)	26	170
Por el ambiente del sitio	25	171
Amabilidad/hospitalidad de su gente	25	171
Seguridad	29	167
Actividades turísticas en el destino	26	170
Uso de protocolos de bioseguridad	31	165

*Fuente.* Los autores

**Análisis.** Para este punto se le pidió a los encuestados que calificarán del 1 al 10 los principales factores que incidieron en su decisión de viaje hacia la represa, de los cuales se obtuvo como resultado que los mayor importancia fueron, la relación precio calidad con 48 personas que lo catalogaron entre la calificación de 8, 9 y 10 señalándolos como muy y altamente importante, luego le sigue el clima con 47 votos; posteriormente la tranquilidad; el alejamiento de la presión y el estrés; y la curiosidad por conocer, cada uno con 42 votos; y la amabilidad junto a la hospitalidad de su gente con 31. Estos son los principales factores que los encuestados consideraron al momento de decidir viajar hacia la represa Sixto Durán Ballén, mismos que ayudan a identificar el tipo de actividad hacia la cual está interesada la demanda.

## 10. ¿Cómo realiza sus viajes?

**Tabla 16.** Compañía de viaje

Realiza sus viajes	Cantidad	Porcentaje
Solo	12	6%
En pareja	62	32%

Con familia	80	41%
Con amigos	42	21%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

Fuente. Los autores

**Análisis.** Los resultados obtenidos en esta pregunta reflejaron que, de los 196 encuestados el 41% decide realizar sus viajes en acompañamiento de su familia, un 32% lo prefiere realizar junto a su pareja, por otra parte, un 21% lo realiza con amigos y un 6,3% lo decide hacer de manera solitaria. Con estos datos se refleja que en más del 50% de los casos las personas deciden viajar en conjunto con la familia, por lo cual es importante contar con una oferta que se encuentra direccionado hacia ese tipo de turistas, en donde la adquisición ya sea de un producto o servicio la pueda realizar desde el más grande hasta el más pequeño.

### 11. Medio de transporte en sus viajes.

Tabla 17. Medio de transporte

Medios de Transportes	Cantidad	Porcentaje
Vehículo propio	87	44%
Transporte público	73	37%
Alquiler de vehículos	14	7%
Vehículos de familiares y amigos	22	11%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

Fuente. Los autores

**Análisis.** La información obtenida dentro de esta pregunta reflejó que el 44% de los encuestados utiliza como principal medio de transporte un vehículo propio, luego el 37% indicó que realiza sus viajes a través de transporte público, el 11% mediante vehículos de familiares o amigos y un 7% señaló que realiza alquiler de vehículos. Mediante estos resultados se puede apreciar que los principales medios de transporte que utilizan los turistas que visitan la represa Sixto Durán Ballén son el vehículo propio y el transporte público, reflejando de esta manera lo importante que es tener una accesibilidad en buen estado.

### 12. Duración de la visita.

Tabla 18. Duración de la visita

Duración de la visita	Cantidad	Porcentaje
Excursión 1 día	123	63%
1 a 2 días	60	31%

3 a 6 días	8	4%
De 7 días o más	5	3%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

Fuente. Los autores

**Análisis.** En cuanto a esta pregunta, la recopilación de datos dio como resultado que el 63% de los turistas que visitaron la represa estuvieron únicamente de excursionistas con una duración menor a un día, después con un 31% están las personas que realizaron una visita entre 1 a 2 días, un 4% mencionó que su visita era de 3 a 6 días y un 3% indicó que su visita superó los 7 a más días.

Estos resultados reflejan que la mayor parte de los turistas que van a la represa La Esperanza van únicamente como excursionistas y esto se puede deber a varios factores como los escasos de la oferta hotelera en la zona, la práctica de un turismo local, la baja capacidad de gastos, entre otros, sin embargo, esta información es de importancia para los emprendimientos locales a la hora de realizar sus productos y servicios turísticos.

### 13. ¿Qué actividades realizó en la represa?

Tabla.19. Actividades en la represa

Actividades en la represa	Cantidad	Porcentaje
Recorridos guiados en lanchas	123	62,8%
Visita a cascadas	102	52%
Gastronomía típica	112	57,1%
Caminatas por senderos	46	23,5%
Observación de aves	46	23,5%
Pesca	22	11,2%
Acuáticas deportivas	28	14,3%
Fiesta	1	0,5%
Ninguna	1	0,5%

Fuente. Los autores

Debido a que esta pregunta se la colocó como respuesta múltiple, cada una de las opciones ubicadas será representada conforme al número de elecciones que tuvieron por parte de los 196 encuestados.

**Análisis.** Los datos obtenidos reflejaron que el 62.8% realizó los recorridos guiados en lancha durante el tiempo que estuvo en la represa, luego el 52% mencionó que había realizado visita a cascadas, un 57.1% señaló que disfrutó de la gastronomía

típica del territorio, la caminata por senderos fue realizada por un 23.5%, en la observación de aves un 23.5% indicó que practicó esta actividad. En cuanto a las actividades acuáticas deportivas fue realizada por un 11.2% y la pesca por un 14.3%, sumado a esto menciono de manera adicional que las actividades realizadas en el momento de la visita a la represa estuvieron enmarcadas más en el ámbito del disfrute de la naturaleza.

Con estos datos se evidencia que las tres principales actividades realizada por los turistas son los recorridos en lancha, la gastronomía típica y la observación de aves, dejando en claro con esto lo importa que es empezar a reforzar estas actividades turísticas para que así el nivel de experiencia y disfrute por parte de los turistas se eleve.

**14. Valore de 1 al 10 los siguientes servicios, siendo 1 el menos importante y 10 indispensable para operar en el lugar.**

**Tabla 20. Servicios**

Servicios	Frecuencia más baja (1-4)	Frecuencia más alta (5-10)
Servicios higiénicos	34	162
Acceso para discapacitados	49	147
Gastronomía	29	167
Hospedaje	52	144
Guías locales	40	156
Información	36	160
Centro de interpretación	53	143
Señalética turística	32	164
Guías bilingües	72	124
Transporte	31	165

*Fuente. Los autores*

**Análisis.** En este apartado se pidió a los encuestados valorar del 1 al 10 los servicios más indispensables que deben de existir en la represa desde su punto de vista para poder operar de manera correcta, considerando la puntuación de 8, 9 y 10, los resultados obtenidos reflejaron que, en el ámbito de gastronomía, 36 personas lo indicaron como importante, luego otro de los más calificados fue el servicio de transporte el cual tuvo 30 votos como servicio importante, después se tienen los servicios de guías locales y hospedaje con 28 votos cada uno como

servicio indispensable. En cuanto a los servicios de información tuvo 26 puntos como servicio indispensable, seguido de este se encuentra la señalética turística con 25 votos como servicio importante.

Con estos resultados se observa el interés que tienen los turistas por el disfrutar de la comida local y esto se refleja en el hecho de ser uno de los servicios más votados como indispensable dentro de la represa y como segundos servicios más indispensable se encuentra el transporte, entendiendo así lo importante que es mantener en funcionamiento y buen estado estos aspectos que son claves para el desarrollo turístico del territorio.

### 15. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete turístico?

**Tabla 21.** Disposición de pago

Pago por un paquete turístico	Frecuencia	Porcentaje
Hasta \$20	108	55%
\$21 a \$40	64	33%
\$41 a \$59	20	10%
Más de \$60	4	2%
<b>Total (*según la muestra)</b>	<b>*196</b>	<b>100%</b>

*Fuente.* Los autores

**Análisis.** En cuanto a los resultados obtenidos en este apartado, se logró evidenciar que el 55% de los turistas que visitan la represa llegarían a cancelar por la adquisición de un paquete turístico hasta 20 dólares, por otra parte, un 33% mencionó que estaría dispuesta a pagar entre 21 a 40 dólares, un 10% reflejó que su disposición estaría más por los 41 a 59 dólares y un 2% llegaría a cancelar más de 60\$ dólares por un paquete de esto. Los resultados evidencian el limitado consumo que tienen los turistas al momento de adquirir un producto turístico, es por esta razón que los precios que se llegan a dar dentro de este deben de estar acorde al tipo de demanda que reciben.

### 16. ¿Cuál de estos dos tipos de organización de viaje es la que usted más realiza?

**Tabla 22.** Tipo de organización de viajes

Tipos de organización de viajes	Frecuencia	Porcentaje
Contratación de paquetes turísticos	181	92%
Viajes por su cuenta propia	15	8%

Total (\*según la muestra)

\*196

100%

Fuente. Los autores

**Análisis.** La información que se recopiló con esta pregunta reflejó que el 92% de los turistas realizan sus viajes por su propia cuenta, mientras que un 8% si realiza contratación de paquetes turísticos a través de operadoras. Lo que se evidencia con este resultado es que la mayor parte de los turistas que llegan a la represa Sixto Durán Ballén no realizan contrataciones de paquetes turísticos, siendo una demanda que llega directamente a su destino de manera propia, dejando de lado todo el trabajo que realizan las operadoras turísticas.

## PERFIL DEL TURISTA

De la misma forma se procedió a presentar el perfil de turista potencial que posee el área de estudio mediante una figura ilustrativa en donde se reflejarán los datos recopilados que caracterizan a la demanda. (ver Tabla 23).

Tabla 23. Perfil del turista que visita la represa Sixto Durán Ballén.

PERFIL DEL TURISTA	
<b>Ciudad de procedencia</b>	El 32% de los encuestados son residentes del cantón Bolívar
<b>Sexo</b>	Femenino con 54.7%.
<b>Edad</b>	Entre 15 a 25 años con un 69%.
<b>Situación laboral</b>	Un 52.6% de los encuestados son empleados.
<b>Nivel de ingresos</b>	El 80% de los encuestados genera menos de \$500 al mes.
<b>Nivel de estudios</b>	El nivel de estudios de los encuestados resultó ser superior universitario con un 67.4%.
<b>Factores que incidieron en su decisión de viaje.</b>	Calidad/precio con 48 votos, seguido del clima con 47.
<b>Compañía en sus viajes</b>	Según datos el 40% de los encuestados viaja con la familia.
<b>Duración de la visita</b>	Menor a un día con el 61.1%
<b>Medio de información sobre la represa Sixto Durán Ballén.</b>	El 52.6% de los encuestados se informó por medio de amigos y familiares.
<b>Medio de transporte</b>	Vehículo propio con un 43.7%, seguido del transporte público con un 38.9%.
<b>Disposición de pago</b>	Hasta \$20.00(56.8%)

Fuente. Los autores

En función a los resultados se pudo evidenciar que los turistas que llegan a la represa Sixto Duran Ballén, son nacionales provenientes del cantón Bolívar, es decir, que se cuenta con un turismo interno, aunque cabe destacar que gracias a la promoción e implementación de actividades llegan visitantes de diferentes puntos del país como; Machala, Quito, Ambato, Santo Domingo entre otros. Por otra parte, se cuenta con una un segmento relativamente joven, con estudios universitarios

que realizan los viajes en compañía de la familia. Otro aspecto importante, es que lo que realmente influye en su decisión de viaje es la relación de calidad precio seguido por el buen clima y ambiente del lugar, así también, se destaca que la duración de visita es menor a un día, esto se debe a la débil infraestructura turística, a la carencia de servicios y falta de promoción de paquetes turísticos que incentiven a los visitantes a permanecer más días en el destino.

#### 4.1.4. ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD.

El análisis de la potencialidad se lo efectuó en base a la comunidad La Esperanza a los recursos identificados en la zona de estudio; para la evaluación de la potencialidad del territorio se desarrolló la matriz de potencialidades de autoría de Villegas y Sánchez (2000) en la cual establece una escala de valoración del 1 a 3 siendo (1=moderado, 2=importante, 3=muy importante), lo que permitió valorar cuantitativamente aspectos como caracteres (cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo) pero en base al reconocimiento de los atractivos turísticos. Además, se tomó en consideración la clasificación del 1 al 4 en valoración de atributos para definir que los recursos sean oportunos y de evaluación factible, estos criterios son dinámica, utilización, accesibilidad y equipamientos turísticos de manera que se reconozcan los recursos con mayor potencialidad (ver Anexo 17).

**Tabla 24.** Matriz de Potencialidades.

<b>Recurso</b>	<b>Valor</b>	
Puerto La Esperanza	19	
La Regata	18	<b>Mayor potencialidad</b>
Mirador La Esperanza	17	
Patos típicos de la comunidad La Esperanza	16	
La Isla	15	
Fiesta de la Asociación de los pecadores	13	



Potencialidad turística.	<b>0,15</b>	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Infraestructura turística.	<b>0,20</b>	1	0,20	1	0,20	1	0,20	1	0,20
Accesibilidad	<b>0,10</b>	3	0,30	2	0,20	3	0,30	2	0,20
Diversificación de la oferta	<b>0,20</b>	2	0,40	1	0,20	2	0,40	2	0,40
Calidad de los servicios	<b>0,15</b>	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30
Participación en el mercado.	<b>0,10</b>	2	0,20	2	0,20	2	0,20	1	0,10
Hospitalidad	<b>0,10</b>	2	0,20	2	0,20	2	0,20	2	0,20
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>205</b>		<b>160</b>		<b>185</b>		<b>185</b>

*Fuente.* Los autores

En lo que respecta a la matriz de potencialidades, aunque los resultados obtenidos reflejan una mejor puntuación para la Represa Sixto Durán Ballén o, como se la conoce localmente, represa La Esperanza, es evidente que existe una deficiente gestión turística. La mayor fortaleza de cada una de las represas señaladas es su potencialidad turística, de acuerdo al espacio en el que se encuentran, y esto se debe a que dentro de las zonas donde están localizadas cada una de ellas se presenta una abundante riqueza natural y cultural. Sin embargo, en ninguno de estos lugares existe una buena infraestructura turística implementada de hecho, existen una serie de limitantes que afectan en su desarrollo es por esto que la calificación es muy baja, aunque existen proyectos enfocados a la actividad turística en donde se han implementado señaléticas turísticas, estas no han significado un mayor impacto dentro del territorio.

En lo que corresponde a la accesibilidad, la represa Sixto Durán Ballén cuenta como una vía pavimentada y en muy buen estado, teniendo así una buena posición frente a sus competidores que, aunque también cuentan con una accesibilidad no es superior a la de La Esperanza. Por otra parte, si bien es cierto en lo que respecta a la participación en el mercado existe una gran similitud entre La Esperanza frente a cada uno de sus competidores, lo cual da a entender que tienen la misma fuerza de impacto dentro del mercado, mismo caso es el que se da en el factor de hospitalidad en donde se refleja una puntuación similar.

En cuanto a la diversificación de la oferta, la represa Sixta Durán Ballén tiene una calificación aceptable, aunque no es la mejor de todas con esto se puede evidenciar que aún existe mucho trabajo por delante por parte de los emprendimientos dentro

de la zona, ya para la parte de la calidad de servicios, muy independientemente de la diversificación de este, la represa Sixto Durán Ballén posee una puntuación muy semejante en comparación a sus competidores.

Frente a sus principales competidores la represa Sixto Durán Ballén posee una leve ventaja, y esto es debido a que, dentro de su territorio, la actividad turística, durante estos últimos dos años, se ha dinamizado de una mejor manera; sin embargo, esa ventaja tampoco es tan alta ya que, si bien es cierto dentro de los otros territorios, también se desarrolla el turismo, aunque éste sea de una menor escala. Uno de sus principales factores a favor es la diversificación de su oferta, en donde, además de contar con la belleza paisajística de la zona, también se le ofrece al turista la posibilidad de poder disfrutar de las actividades con las que se cuentan en ella.

## 4.2. FASE 2. ESTUDIO TÉCNICO DEL NEGOCIO

### 4.2.1. IDENTIFICAR LOS SOCIOS CLAVES.

Para continuar con el desarrollo de la investigación se procedió a la aplicación de una entrevista (Ver anexo 8) direccionada hacia los principales actores que participan dentro de la actividad turística en el territorio, todo esto con la finalidad de lograr identificar a los socios claves que pasarán a ser partícipes en la creación del centro de operaciones turística en la represa Sixto Durán Ballén. A continuación, se presentan los representantes entrevistados de cada sector (ver Tabla 4.26).

**Tabla 26** Representantes entrevistados

<b>NOMBRE</b>	<b>SECTOR</b>	<b>CARGO</b>
Fernando del Valle	Emprendimientos turísticos locales	Presidente de los emprendimientos
Enrique Solórzano	GAD Parroquial Quiroga	Director del departamento de Turismo
José Rodríguez	Comunidad	Propietario de la asociación de Canoeros

*Fuente.* Los autores

Una vez identificados los actores involucrados de cada identidad se procedió a la aplicación de la entrevista. A continuación, se detalla el resumen con el análisis de las interrogantes formuladas (ver Tabla 27).

**Tabla 27** Resumen de entrevistas

PREGUNTAS	DESCRIPCIÓN
¿Cuál es su perfil?	Los entrevistados se identificaron como responsables de cada sector, son quienes informan a las personas bajo su cargo de las novedades que ocurren dentro de la actividad turística.
¿De qué manera aportará dentro del centro de operaciones turísticas?	Los emprendimientos turísticos aportan como complemento de la oferta pues son quienes brindan productos y servicios a los turistas, en cuanto a la dirección de turismo es el ente regulador de esta actividad y quienes apoyan a los emprendedores en capacitaciones o con presupuesto para desarrollar ciertas mejoras. Finalmente, la comunidad interviene en la experiencia turística pues son ellos los dueños de sus costumbres, tradiciones, enseñanzas ancestrales que transmiten a los visitantes.
¿Cuáles son sus antecedentes con respecto al trabajo en grupo? ¿han existido problemas con este tema?	La experiencia que tuvieron hace poco tiempo fue negativa ya que intervino una empresa externa que tenía como objetivo desarrollar el turismo en esta zona, sin embargo, al poco tiempo fueron dejando de lado a la comunidad de tal forma que redujeron sus beneficios y al final solo se enriquecían ellos mismos.
¿Cuáles son sus objetivos personales? ¿Hacia dónde quiere su negocio?	Crecer como persona y llevar sus negocios a otro nivel, ya que es el sustento diario para su familia y para su porvenir.
¿Cuál es su forma de actuar cuando enfrenta circunstancias difíciles?	Con una buena actitud no desviándose de su objetivo y proponiendo soluciones ante las problemáticas que surgirán en el camino.
¿Considera que su participación dentro del centro de operaciones será de mucha importancia?	Realmente es de gran importancia ser parte de este proyecto ya que de esta manera lograremos por un lado una mejor organización, una institución legalmente constituida y sobre todo la participación de todos los involucrados aportará en la experiencia y la capacidad de mejorar día a día con la finalidad de dar a conocer a la Represa Sixto Duran Ballén tanto nacional como internacionalmente.

*Fuente. Los autores*

La entrevista fue aplicada a los diferentes sectores que participan de manera directa e indirecta en la actividad turística que se da dentro del territorio, estos participantes son los emprendimientos locales, la comunidad y el gobierno parroquial. Las preguntas que estructuraron la entrevista tuvieron como objetivo establecer un perfil que refleje los intereses de cada parte participante, cuáles han sido sus antecedentes laborales y la manera en cómo estos contribuirían al desarrollo del centro de operaciones.

A continuación, en la siguiente tabla, se reflejarán cuáles fueron los socios claves identificados, dentro de la misma también se describirá cuáles serán las contribuciones que estos le brindarán al centro de operaciones turísticas. (ver Tabla 29.)

**Tabla 28.** Identificación de los socios claves.  
**IDENTIFICACIÓN DE SOCIOS CLAVES**

<b>SOCIOS CLAVES</b>	<b>CONTRIBUCIÓN</b>
<b>Comunidad Local</b>	Vinculación con el centro de operaciones turísticas y disponibilidad para el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos con enfoque cultural, implementación de servicios complementarios a la actividad turística.
<b>Emprendimientos turísticos</b>	Asociación de sus productos y servicios turísticos al centro de operaciones turísticas, creación de nuevas ofertas que estén al alcance de todas las personas que llegan a la represa Sixto Durán Ballén.
<b>GAD Parroquial</b>	Vinculación con el proyecto para la implementación del centro de operaciones turísticas, prestación de equipos y maquinarias para el mejoramiento de las rutas de acceso y para la limpieza del territorio, implementación de señalética turística y la realización de publicidad sobre el centro de operaciones y las actividades turísticas existentes en la represa.

*Fuente.* Los autores

Se conoció las problemáticas que giran en torno a la represa La Esperanza identificando que la gestión y planificación es deficiente, no llevan un control de los visitantes que llegan al lugar, sumado a la carencia de políticas públicas respecto al turismo y conservación del medio ambiente; limitado estudio de impacto ambiental en los recursos turísticos, imagen negativa respecto a limpieza, limitados servicios básicos del área de estudio y sitios turísticos, bajo uso de los canales de comercialización para promocionar los recursos; también se evidencia el poco interés por parte de las empresas públicas y privadas para incentivar a la comunidad a desarrollar un turismo rural comunitario a plenitud, además se puede notar una baja inversión por parte del GAD de Bolívar y el parroquial hacia la infraestructura básica como: adecuación de las vías, implementación de señaléticas turísticas, mejoramiento de los servicios básicos.

En relación a lo planteado, dentro de los socios clave para el centro de operaciones turísticas se encuentra la comunidad local quien es partícipe directa o indirectamente a la actividad, de hecho, son quienes conocen el territorio, poseen conocimientos ancestrales y costumbres que pueden transmitir a los visitantes. Por otro lado, están los emprendimientos turísticos, quienes a través de este negocio promocionarán y comercializarán sus servicios y productos. Finalmente, el GAD Parroquial quienes serán una pieza fundamental para la gestión y organización del territorio de manera que cuenten con una infraestructura turística adecuada.

#### **4.2.2. DETERMINAR LAS ACTIVIDADES CLAVES DE LA CADENA DEL NEGOCIO.**

Las actividades claves de la cadena del negocio se establecieron considerando la oferta existente dentro del territorio y el nivel de participación que los involucrados vayan a tener dentro del centro de operaciones turísticas. Mediante la aplicación de la matriz de potencialidades descrita en apartando anteriores, visitas técnicas en el territorio y talleres participativos en la comunidad se llegó a la conclusión de que, la represa Sixto Durán Ballén tiene como principal potencial la práctica de deportes acuáticos y de recorridos guiados, en donde el turista pueda llegar a experimentar y vivir momentos únicos en contacto con la naturaleza, con una belleza paisajística inigualable ,además cuenta con una accesibilidad precisa que hace que reciba afluencia de turistas constantemente, sin embargo, debido a la falta de experiencia y capacitación por parte de los pobladores locales estas actividades aún no se han desarrollado de manera ideal.

A continuación, se expone mediante una ficha de participación de talleres comunitarios planteado por Solís y Maldonado (2012) aportando con elementos para recoger, organizar y utilizar la información. Para ello, se realizó una ficha que comprende todos los datos necesarios para identificar las actividades claves a realizar (ver Tabla 29).

**Tabla 29.** Hoja de trabajo de taller participativo

<b>PLAN DE TRABAJO</b>
<b>Objetivo:</b> Determinar las actividades claves del centro de operaciones turísticas en conjunto de la comunidad y representantes de los emprendimientos.
Tema del taller

“Socialización de la propuesta del centro de operaciones turísticas para la represa Sixto Duran Ballén”.

ACTIVIDADES	RESULTADOS	TIEMPO EMPLEADO	Nº PARTICIPANTES
Bienvenida de los participantes	Se realizó la bienvenida por parte de los integrantes del proyecto a la comunidad y emprendedores.	15 minutos	20
Propuesta de la creación del centro de operaciones turística	Se dio a conocer el propósito de la implementación del centro de operaciones y los beneficios que trae consigo.	1 hora	20
Diagnóstico de la situación actual	Los participantes dieron a conocer las principales problemáticas dentro de las actividades turísticas se destacaron las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de capacitaciones en temas de servicio, innovación y financiamiento.</li> <li>- Poca participación de gran parte de las familias de la comunidad.</li> <li>- Mal estar interno dentro de la asociación de emprendimientos turísticos a causa de la falta de normas, políticas y reglamentos para regular estas actividades.</li> </ul>	1 hora	20
Propuesta de la organización y actividades claves	En gran parte la comunidad estuvo de acuerdo de incluir las actividades claves como: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Logística interna</li> <li>- Sistema de reservas</li> <li>- Servicio de alimentación</li> <li>- Venta de paquetes turísticos</li> <li>- Seguimiento post venta del producto</li> <li>- Realización de talleres</li> <li>- Capacitaciones a la comunidad</li> </ul> <p style="text-align: right;"><i>Fuente. Los autores</i></p>	1 hora	20

De acuerdo a la tabla 4.28 se planteó como actividades claves las enfocadas en la prestación del servicio, ventas del producto, administración y financiación del negocio estableciéndose tal como se refleja a continuación:

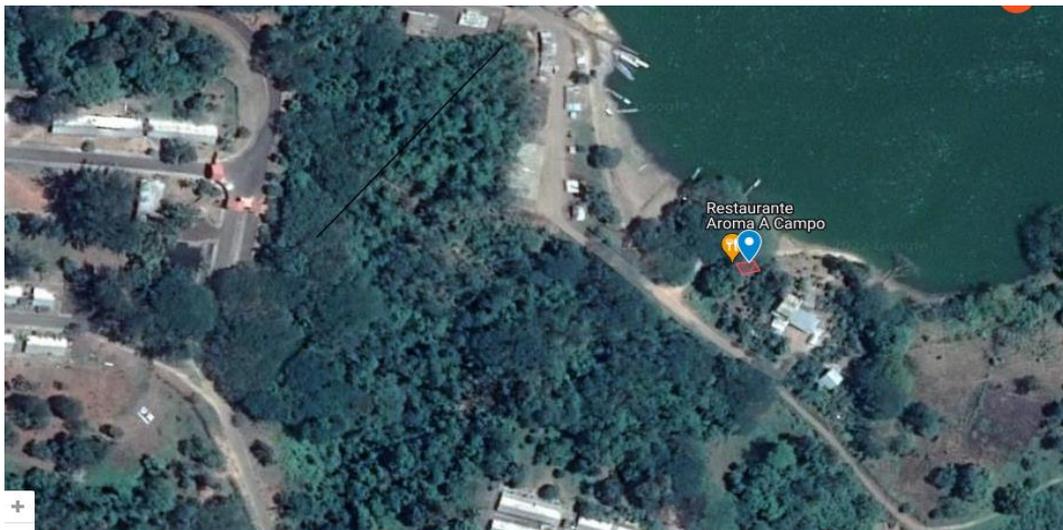
**Actividades claves:**

- Logística interna
- Sistema de reservas
- Servicio de alimentación
- Venta de paquetes turísticos
- Seguimiento post venta del producto
- Realización de talleres

- Capacitaciones a la comunidad
- Convenios con organizaciones externas

#### 4.2.3. DEFINIR LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA PARA EL NEGOCIO

Acorde con la investigación realizada, se determinó que el lugar más adecuado para ubicar el centro de operaciones turísticas es cercano a la represa Sixto Durán Ballén. Para esto, se hicieron los respectivos trámites de la compra venta de un lote de 10x 10m<sup>2</sup>, el terreno pertenece a la Sra. Mercedes Loor encargada del restaurante de la represa. Esta ubicación (ver figura 4) da la oportunidad de contactar de primera mano a los visitantes que llegan al atractivo con fines de recreación, brindándoles todas las posibilidades turísticas y gastronómicas con las que cuenta el recurso, atendiéndolos en un ambiente que ofrezca confort y calidez.



**Figura 5.** Ubicación del centro de operaciones turísticas  
Fuente. Google Maps

El diseño del centro de operaciones es de una planta, distribuida por 3 áreas o stand en donde se comparte información pertinente que giran en torno a la comunidad; en esta empresa se otorgará confianza, seguridad y ante todo calidez con una atención de calidad y personalizada, la finalidad es promocionar el turismo

interno y a nivel provincial. Además, se deberá orientar sobre aspectos relacionados con el destino, atractivos turísticos, servicios, planta turística y eventos por lo general se debe brindar confianza acerca de la calidad de los servicios turísticos, contribuir a solucionar eficazmente los reclamos presentados por los turistas con proveedores de los servicios turísticos. Generar información respecto de los principales problemas del turismo y aportar estrategias de solución.

El Manual de Calidad para la Gestión de turismo Comunitario del Ecuador (2016) establece que la infraestructura a implementar dentro de una organización comunitaria será de acuerdo a las necesidades de los habitantes, así como de los recursos que encuentren en el medio, todo ello con el fin de generar armonía en el ambiente. En el caso de material de construcción (madera, palma, paja, entre otros) estos deberán provenir de fuentes manejadas de manera sostenible y los materiales utilizados no deberán estar en peligro de extinción.

En el centro de operaciones tendrá normas y políticas que deben regirse y cumplirlas:

- Fomentar el turismo rural sostenible comunitario.
- Mantener buenas relaciones entre el personal de trabajo y los habitantes de la comunidad.
- Impulsar el desarrollo de capacitaciones turísticas.
- Potenciar los recursos turísticos.
- Fomentar la equidad social y la igualdad de género en la comunidad.
- Desarrollar acciones para la conservación de los espacios naturales y culturales.

Por lo tanto, tendrá una superficie de 56m<sup>2</sup> misma que comprende 3 stands de exhibición promocionando los atractivos del cantón, además se contará con folletos informativos para el público, un área de recepción y sala de espera para que los turistas se acerquen a solicitar información acerca de las actividades que ofrece la represa, así mismo, se dispondrá de dos sanitarios para damas y caballeros. Finalmente, una pequeña área privada para archivos y administración.

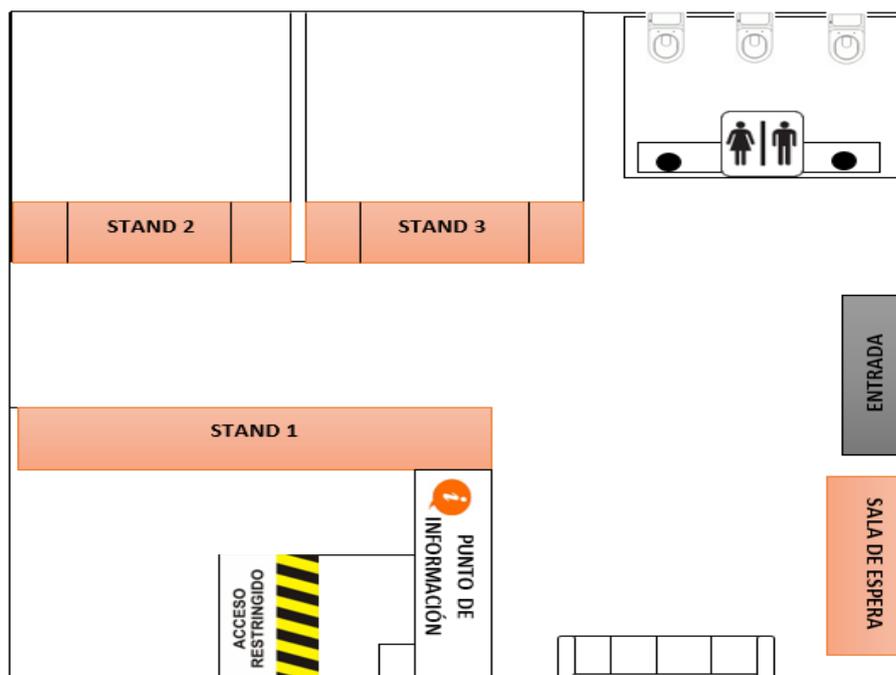


Figura 6. Planta arquitectónica  
Fuente. Elaborado por los autores

Como se puede observar en la figura 6. de esta forma se plasmará el centro de operaciones turísticas, en el punto de información los turistas obtendrán todos los datos acerca de las actividades que se pueden realizar en la represa La Esperanza, así como precios, duración de los recorridos, eventos, puntos de encuentro entre otros detalles. En los stands se encontrarán con folletos, artículos promocionales tanto de la gastronomía típica de la zona, así como la exposición de cada uno de los recursos turísticos del cantón Bolívar.

Así mismo, se estructuró un completo listado de todos los recursos necesarios que se utilizaran para la creación del centro de operaciones turísticas y así dar inicio con las actividades diarias del lugar. A continuación, se muestran detallados los materiales con sus respectivos valores (ver Tabla 30).

Tabla 30. Materiales de infraestructura y construcción

MATERIALES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Cemento	80	8.50	680.00	
Bloques	300	0.25	250.00	
Arena	140	300.00	300.00	
Ripio	140	300.00	300.00	
Hojas de zinc	8	12.00	96.00	

<b>Gindaduras de 4x6</b>	20	15.00	300.00
<b>Correas de 4x6</b>	24	7.00	168.00
<b>Varilla Enroscable</b>	10	12.00	120.00
<b>Tuercas</b>	80	0.30	24.00
<b>Rodelas Planas</b>	171	0.50	85.50
<b>Clavos de 3</b>	6 libras	2.00	12.00
<b>Clavos de 4</b>	2 libras	3.00	6.00
<b>Clavos de 2 ½</b>	2 libras	1.50	3.00
<b>Lavabo</b>	2	55.00	110.00
<b>Tuberías de agua</b>	1	12.00	12.00
<b>Tubo 3 pulgadas</b>	3	15.00	45.00
<b>Codos de media</b>	8	0.75	6.00
<b>Tablas</b>	15	3.50	52.50
<b>Cuartones de laurel</b>	6	36.00	36.00
<b>Tierra</b>	1 volquetada	100.00	100.00
<b>Ceniza</b>	4 fundas	1.50	6.00
<b>Baño</b>	2	130.00	260.00
<b>Codos de 3 pulgadas</b>	8	3.50	28.00
<b>Mano de obra</b>	4	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>3000.00</b>

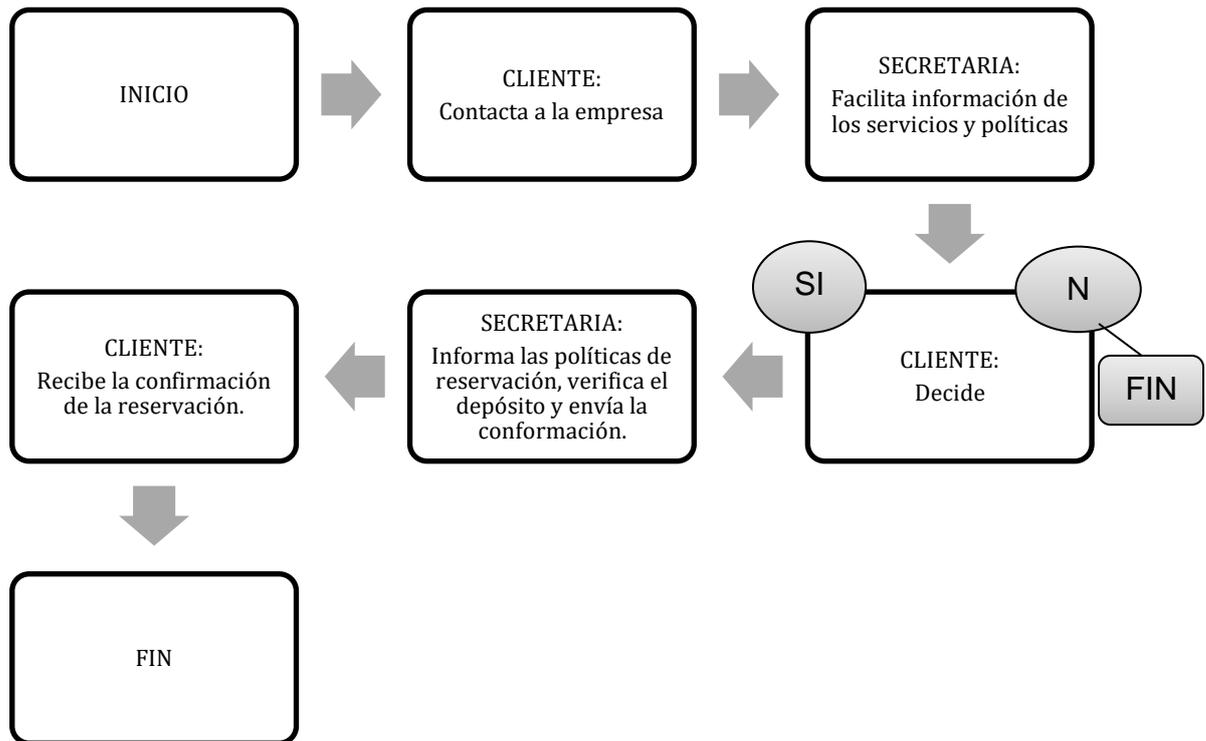
*Fuente. Los autores*

En la tabla 31 se evidencia cada uno de los materiales que se van a utilizar para la creación del centro de operaciones turísticas, así mismo se puede observar la cantidad específica a utilizar el valor unitario y el valor total de cada producto, sumándole a esto el costo de la mano de obra directa que tiene un valor de \$3000,00.

## **PROCESO PARA LA RESERVACIÓN DE SERVICIOS**

Para el proceso del servicio que se brindará a los turistas que visiten el centro de operaciones se deberán seguir los siguientes pasos:

1. El cliente se pone en contacto con la empresa y solicita información
2. La secretaria informa acerca de los servicios que la empresa ofrece y sus políticas de operación.
3. La secretaria brinda información al cliente, las políticas con las que cuenta la empresa
4. El cliente decide si reservar o no los servicios.
5. La secretaria confirma el deposito
6. La secretaria realiza la reservación de los servicios y envía la conformación de la reservación.



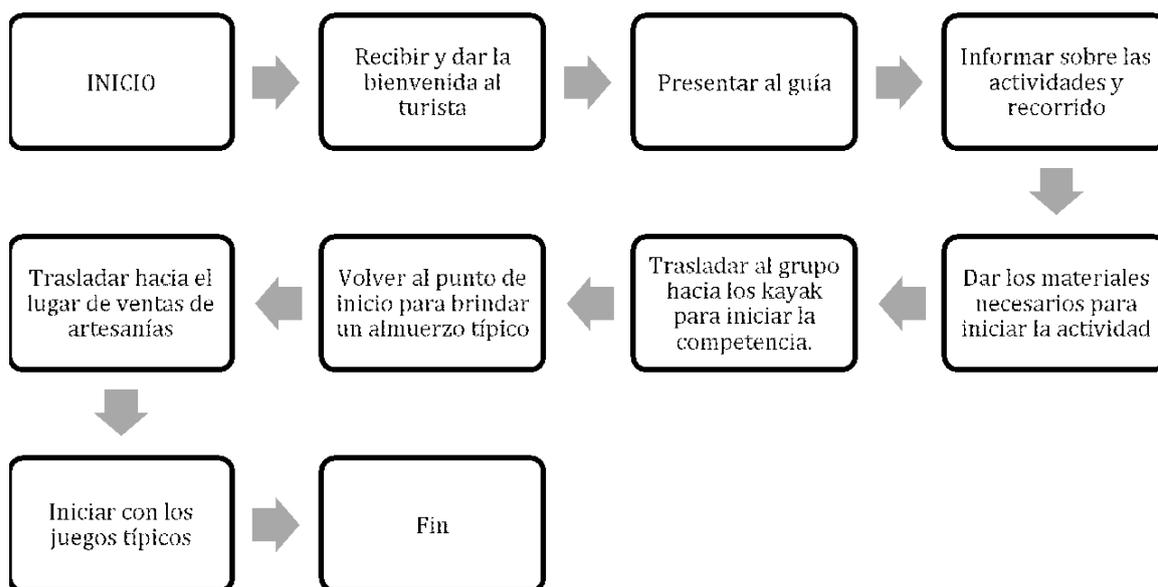
**Figura 7.** Flujograma del servicio

*Fuente.* Los autores

autores

Para el proceso del producto que se brindará a los turistas que visiten el centro de operaciones se deberán seguir los siguientes pasos:

1. El Gerente dará la bienvenida a los turistas deseándoles la mejor experiencia en su visita.
2. El gerente dará paso al guía el cual hará una presentación corta.
3. El guía les informara de las actividades y recorrido.
4. Posteriormente les entregará los implementos necesarios para realizar la actividad.
5. Se dirigirán al punto de salida para iniciar la competencia.
6. Una vez culminado se dará paso a un almuerzo típico.
7. Luego podrán disfrutar de las artesanías del lugar
8. Finalmente, realizarán juegos típicos de la zona
9. Despedida



**Figura 8.** Flujograma del producto

*Fuente.* Los autores

#### 4.2.4. DETERMINAR LOS RECURSOS CLAVES PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO.

Es necesario que todo proyecto sea planificado previamente en su diseño, innovación y en los procesos de servicio. Del mismo modo, conocer las materias primas que se emplearán en la ejecución, los recursos técnicos y humanos, llevando un control adecuado de estos recursos y poder proyectarlos en el tiempo, para así conocer si se adecúan a todas las necesidades iniciales vistas en el proyecto, la optimización de los mismos, con el fin de obtener bajos costos y un excelente servicio a los turistas. A continuación, se muestran los recursos necesarios para la empresa (ver Tabla 31).

**Tabla 31.** Equipos y maquinarias

EQUIPOS DE COMPUTO			
Computadora Hp	2	700.00	1,400.00
Impresora Epson	1	170.00	170.00
Regulador de voltaje	2	40.00	80.00
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>1,650.00</b>

<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS</b>			
Teléfono	1	80.00	80.00
Aire acondicionado	1	500.00	500.00
TV PANTALLA PLANA	1	1,500.00	1500.00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>2,080.00</b>
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
Mesas	4	50.00	200.00
Sillas	12	6.00	72.00
Cubos de madera	2	20.00	40.00
Botiquín e emergencia	1	25.00	25.00
Muebles	6	50.00	300.00
Separadores de oficina	3	50.00	150.00
Escritorio	1	100.00	100.00
<b>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>887.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>27,617.00</b>

*Fuente. Los autores*

#### **4.2.5. ESTABLECER EL RECURSO HUMANO NECESARIO**

Una vez establecidos los recursos necesarios para la empresa en donde intervienen; los materiales, equipos tecnológicos, financieros, es necesario contar con el recurso humano para lograr los objetivos de la empresa, con el que se llevará a cabo el proyecto una vez establecido. Para ello, se incluye cuatro áreas, con el fin de poner en marcha el centro de operaciones turísticas, los mismos, deben contar con el perfil adecuado para la recepción de turistas.

#### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

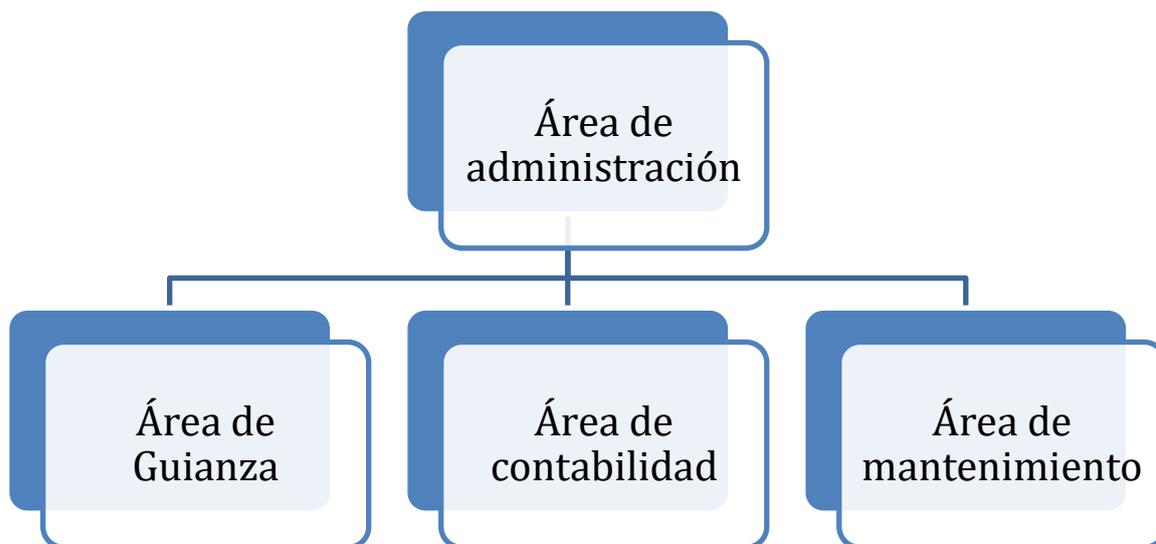


Figura 9. Estructura organizacional

Fuente. Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador (2011)

En la figura 9. se observa el organigrama estructural del centro de operaciones; para ello se tomó como referencia al Manual de Calidad para la Gestión de turismo Comunitario del Ecuador, según las necesidades de la comunidad y el modelo de negocio. A continuación, se muestran los puestos y funciones.

## DISEÑO DEL PERFIL DE PUESTOS CLAVES

### ADMINISTRADOR

De acuerdo al servicio que se brinda se busca un administrativo con amplia experiencia, mínimo con un título superior en Administración de empresas hoteleras y turísticas, que tenga dominio intermedio de Inglés, ya que será el puesto clave dentro del proyecto. (ver Tabla 32)

Tabla 32. Perfil del administrador

GERENCIA	
MISIÓN DEL PUESTO	PERFIL PROFESIONAL
Dirigir la actividad de Turismo en el área asignada, gestionando y coordinando sus recursos y las acciones propias de su objeto social.	<p>Experiencia mínima de 2 años en gerencia empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección y gestión de equipos de personas.</li> <li>• Creación, promoción y comercialización de productos turísticos.</li> <li>• Inglés intermedio</li> <li>• Conocimiento de los mercados turísticos nacionales e internacionales.</li> <li>• Gestión pública del turismo.</li> </ul>

DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	HABILIDADES Y COMPETENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gestión interna de la sociedad y distribución de responsabilidades.</li> <li>● Coordinación y supervisión de todas las áreas enfocando su actuación hacia el logro y consecución de los objetivos establecidos.</li> <li>● Evaluación del desarrollo profesional de las personas dentro de la estructura organizacional.</li> <li>● Desarrollo de relaciones y alianzas estratégicas encaminadas al logro de fortalecer los emprendimientos turísticos de la zona.</li> <li>● Definición de nuevas actuaciones orientadas a mejorar la calidad y desarrollar el potencial de la represa La Esperanza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Liderazgo.</li> <li>● Autogestión personal</li> <li>● Comunicación operativa</li> <li>● Planificación estratégica y visión sistémica.</li> <li>● Orientación a resultados</li> <li>● Resolución de problemas y toma de decisiones.</li> <li>● Negociación</li> <li>● Trabajo en equipo.</li> <li>● Administración del tiempo</li> <li>● Desarrollo de los colaboradores y empoderamiento de los mismos.</li> </ul>

*Fuente.* Los autores

## CONTADOR/A

El conocimiento, las habilidades y la experiencia del contador juegan un papel importante en el crecimiento de una organización. El papel del contador es muy importante en cualquier empresa independientemente del sector al que pertenezca. A continuación, se muestran las principales funciones del mismo (ver Tabla 33).

**Tabla 33.** Perfil del contador

CONTADOR	
MISIÓN DEL PUESTO	PERFIL PROFESIONAL
Ejecutar actividades contables de conformidad a las disposiciones legales vigentes.	Profesional en contabilidad y finanzas, administración de empresas, un año de experiencia como mínimo. <ul style="list-style-type: none"> <li>● Destrezas con números.</li> <li>● Manejo de programas informáticos</li> </ul>
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	HABILIDADES Y COMPETENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Revisión de la contabilidad de la empresa.</li> <li>● Elaborar la nómina y manejarla.</li> <li>● Pago de nómina.</li> <li>● Analizar estados de cuenta financieros</li> <li>● Administrar papelería y demás suministros de oficina y llevar la contabilidad de los mismos.</li> <li>● Pago a proveedores.</li> <li>● Analizar la rentabilidad de los servicios y productos que brinda el centro de operaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Destreza matemática, pensamiento analítico y manejo de recursos financieros.</li> <li>● Expresión escrita, pensamiento conceptual.</li> <li>● Habilidad Analítica y Destreza matemática.</li> </ul>

*Fuente.* Los autores

## EQUIPO COMUNITARIO

El equipo para esta iniciativa comunitaria está conformado por miembros de la comunidad, en el siguiente cuadro se refleja el grado de participación de acuerdo a las actividades turísticas. Se realizan cambios, cada cierto tiempo, de personas que están a cargo de las responsabilidades de cada área, en donde también se eligen al comité directivo de la Comunidad (ver Tabla 34).

Tabla 34. Responsabilidades del Grupo comunitario

Nombre	Responsabilidad
Fernando del Valle	Administración
Juan Solórzano José Rodríguez	Guianza
Angélica Cedeño Mercedes Loor	Contabilidad
Gabriel Loor Luis Loor	Personal de mantenimiento

Fuente. Los autores

Todos los trabajadores implicados en el desarrollo de actividades turísticas, en cualquier ámbito en el que se desenvuelvan, así como en cualquiera de sus áreas de responsabilidad, son responsables de las expectativas de los clientes, es decir, que si no poseen las habilidades, conocimientos y destrezas para desempeñar su cargo afectarán la percepción de la calidad del negocio. Es por ello, que el centro de operaciones contará con el personal anteriormente mencionado, y acorde a cada uno de los perfiles detallados. Si bien es cierto, que para conseguir los mejores resultados es conveniente monitorizar las distintas áreas del negocio y observar el índice de satisfacción o queja de los clientes, para detectar las habilidades que han de ser mejoradas.

## SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

El salario que percibirá el personal administrativo del Centro de operaciones turísticas es el siguiente:

Tabla 35. Costo de personal administrativo

COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO										
Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos	
ADMINISTRADOR	1	600.0	72.0	672.90	8,074.0	600.00	600.0	9,274.0	9,274.80	
CONTADOR	1	450.0	54.8	504.68	6,056.0	450.00	450.0	6,956.0	6,956.10	
<b>SUMA</b>	1	600.0	72.0	672.90	8,074.0	600.00	600.0	9,274.0	<b>16,230.90</b>	

Fuente. Los autores

## SUELDO DEL PERSONAL DE MANO DE OBRA DIRECTA

El salario que percibirá el personal de mano de obra directa del Centro de operaciones es el siguiente:

Tabla 36. Costo de mano de obra directa

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA									
Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
GUIA	1	450.00	54.68	504.68	6,056.10	400.00	450.00	6,906.10	6,906.10
<b>SUMA</b>	1	450.00	54.68	504.68	6,056.10	400.00	450.00	6,906.10	<b>6,906.10</b>

Fuente. Los autores

## 4.3. FASE 3. ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO

### 4.3.1. DETERMINAR LOS ASPECTOS LEGALES NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO.

La importancia de definir el estatuto de constitución de todo negocio, se basa conocer los recursos humanos, materiales y financieros que son requeridos para la distribución de la empresa y su correcto funcionamiento. Para llevar a cabo las actividades en el centro de operaciones turísticas, es necesario contar con la normativa jurídica que ampara el desarrollo de la operación turística en el Ecuador.

Cumpliendo con el Art. 3 de la Ley Orgánica de Comunas, éstas adquirirán personería jurídica, por el solo hecho de atenerse a ella, y administrativamente las comunas dependen del Ministerio de Agricultura y Ganadería, según lo detalla en el Art. 4 de la misma ley, en donde los derechos que la Ley concede a las comunas, estarán supervisados y dirigidos por el indicado Ministerio.

#### Patentes y Marcas

En este apartado es necesario hacer el registro en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Este instituto es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones. La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: invenciones,

obras literarias y artísticas, símbolos, nombres, imágenes, dibujos y modelos utilizados en el comercio (IEPI, 2014).

Por ello se utilizó como certificado la siguiente marca de Centro de operaciones turísticas “La Esperanza”, (Ver figura 8) que no es más que la base sobre la cual se constituye la imagen de la empresa, la distinción y la diferenciación del atractivo, de manera que los clientes perciban la calidad del servicio.



**Figura 10.** Marca de la empresa  
*Fuente.* Los autores

### **Requisitos Municipales**

Se debe visitar el Gobierno Descentralizado Municipal del cantón Bolívar a fin de obtener el permiso de funcionamiento, para ello se requieren las siguientes exigencias: solicitud del permiso de funcionamiento, copia de RUC, copia de la cédula a color y certificado de votación de las últimas elecciones.

### **Requisitos del Servicio de Rentas Internas**

De acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, deben inscribirse en el SRI, todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos. Para ello es necesario lo siguiente:

Sociedades

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución nombramiento del representante legal
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia del documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

### **Requisitos del Ministerio de Turismo**

De acuerdo al Art. 55 del Reglamento General a la Ley de Turismo, todos los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de renovar la Licencia Anual de Funcionamiento hasta los sesenta primeros días del año. Los requisitos son los siguientes:

- Copia y Original del pago del impuesto Predial
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa (Formulario del Ministerio de Turismo) )
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- Pagos por concepto de renovación de Licencia Anual de Funcionamiento

Resumiendo, se puede concluir que, la creación de un centro de operaciones turísticas cercano de la zona rural, generaría un desarrollo positivo en las comunidades aledañas, dado que, mediante la misma se crearía una alianza entre los emprendimientos que ofrecen servicios turísticos, captando así una demanda considerable, y, promocionando los atractivos naturales y culturales, a su vez, se regularían los costos en los diferentes establecimientos de turismo que existen. Las personas tendrán mejor calidad de vida, se reducirá la pobreza, se logrará el equilibrio de género, participarán en actividades, desde artesanos hasta hoteleros y restauradores. Por ello, es importante contar con empresas de este tipo que

promuevan el turismo de la presa La Esperanza utilizando atractivos / recursos turísticos que diversifiquen la oferta del sitio.

#### 4.3.2. DEFINIR EL SEGMENTO DE MERCADO.

El objetivo de este apartado es generar un detalle específico acerca del mercado objetivo, para ello, se realizó un análisis de cada variable de segmentación, las cuales comprenden; variables demográficas, psicográficas y geográficas. La información se sustrajo de las encuestas aplicadas a la demanda (ver Anexo 2) obteniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 37. Variables de segmentación de mercado

<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>	
Sexo	Femenino
Edad	Entre 15 a 25 años
Nacionalidad	Ecuatoriana
Residencia	Cantón Tosagua y Bolívar
<b>VARIABLES SOCIOECONÓMICAS</b>	
Nivel de ingresos	Menos de \$500 al mes.
Nivel de estudios	Universitario
<b>VARIABLES PSICOGRÁFICAS</b>	
Factores que incidieron en su decisión de viaje.	La amabilidad y hospitalidad de los pobladores
Compañía en sus viajes	Familia.
Medio de información sobre la represa Sixto Durán Ballén.	Amigos y familiares.
Medio de transporte	Vehículo propio

*Fuente.* Los autores

De acuerdo a la tabla 37 las variables de segmentación de mercado identificadas permitieron evidenciar el mercado meta y/o target con la finalidad de reducir costos, de manera que se puedan establecer estrategias de plaza, promoción y precios en relación a los resultados extraídos. En relación al análisis de estas variables el mercado meta son turistas nacionales provenientes de la provincia de Manabí, con exactitud de los cantones Tosagua y Bolívar, la edad que predomina es entre 18 a 25 años, por lo tanto, se cuenta con una población relativamente joven. Es importante mencionar que los ingresos económicos son inferiores a \$500 con un nivel de estudios universitario.

Por otra parte, los factores que inciden en su viaje es la amabilidad y hospitalidad de los pobladores, si bien es cierto, es una de las características más representativas del manabita, también mencionan que realizan sus viajes en

compañía de familiares que además se movilizan en transporte propio. Esta segmentación analizada aportará a una buena prestación de servicios y a encaminar más claramente los objetivos propuestos.

Por último, es conveniente acotar que los visitantes acuden a la represa por una duración de menos de un día, considerándose como excursionistas las principales actividades que realizan son recorridos en bote, seguido de visita a las cascadas. Otro aspecto relevante es que los turistas realizan sus viajes por cuenta propia siendo escaso el uso de operadoras y agencias de viaje, además, si se les brinda un producto de calidad estarían dispuestos a pagar por ello hasta \$20. Esto nos demuestra que realmente hacen turismo en la represa La Esperanza y que efectivamente les gustaría poder realizar diferentes actividades.

### **4.3.3. DEFINIR ESTRATEGIAS DE MARKETING “4P”.**

Las estrategias de marketing 4P corresponden a la promoción, producto, distribución y precio, de acuerdo a como se plantee permitirá realizar cambios en los productos en el caso que sean necesarios, con la innovación se podrá captar nuevos clientes dado que cada vez los productos son más personalizados, también se dará a conocer el producto por todos los medios de información ayudando a posicionar la marca en la mente del consumidor y finalmente incrementar las ventas.

#### **4.3.3.1. PRODUCTO**

El centro de operaciones turísticas ofertará 3 tipos de productos promocionales, direccionados al segmento de mercado estudiado, el primer paquete está dirigido a grupo de amigos en donde se proponen actividades orientadas al turismo de aventura y deportes extremos, el siguiente está direccionado a la familia este comprende actividades como; paseos en bote, gastronomía, ciclo paseos. Y, por último, uno que comprenda diferentes segmentos con la combinación de diferentes actividades y una duración de 2 a 3 días, es importante mencionar que estos paquetes están sujetos a cambios de acuerdo a las necesidades de los consumidores. A continuación, se muestran los detalles: (ver Tabla 38, 39, 40).

**PRODUCTO 1**

**Tabla 38. Tour friendly day  
FRIENDLY DAY**

<b>(Full day)</b>
<b>DIA 1</b>
El recorrido toma lugar con el recibimiento en la plaza cívica de Calceta, al llegar a la Represa La Esperanza se brinda el desayuno tradicional manabita. Luego se conduce a los turistas hacia la competencia de kayak que comienza desde la represa hasta la isla del sabor, el participante que ocupe el primer lugar será premiado con un combo deportivo. Después se conduce a recibir el almuerzo típico del lugar, luego se realizarán actividades acuáticas, como paseos en bote y banana flotante, acorde al gusto del turista. Posteriormente se realizarán juegos tradicionales para disfrute de los visitantes. Finalmente tendrán tiempo libre para compra de artesanías y otros accesorios hasta volver al lugar de encuentro.
<b>FIN DE NUESTROS SERVICIOS</b>
<b>EL PRECIO INCLUYE</b>
Transporte turístico. Desayuno y almuerzo. Actividades acuáticas
<b>EL PRECIO NO INCLUYE</b>
Gastos y servicios no detallados en el itinerario

*Fuente. Los autores*

A continuación, se describe cada una de las actividades a realizarse con sus respectivos tiempos.

**DIA 1**

08:00 Concentración en la plaza Cívica de Calceta

08:30 Desayuno típico en La Esperanza.

09:30 Partimos hacia la competencia de Kayak

10:30 Regreso a la represa La Esperanza

12:15 Almuerzo

13:30 Actividades acuáticas

15:00 Inicio de los juegos tradicionales

16:00 Esparcimiento para compras de artesanías, descanso y toma de fotografías.

16:30 Retorno

17:00 Despedida del grupo.

**SERVICIOS QUE INCLUYE**

- ✓ Guía
- ✓ Transporte turístico
- ✓ Alimentación
- ✓ Ingresos a sitios
- ✓ Fotografías

### QUÉ LLEVAR

- ✓ Documentos personales
- ✓ Ropa óptima para montañismo y deportes acuáticos
- ✓ Gorra o sombrero ü Repelente de insectos y bloqueador solar.

### QUÉ NO LLEVAR

- Mascotas
- Objetos peligrosos

### TAMAÑO DEL GRUPO

Máximo 15 PAX y mínimo 10 PAX

### FÓRMULA PARA EL COSTEO DE UN PAQUETE TURÍSTICO

#### COSTOS FIJOS

Alimentación \$8  
pax)

Actividades acuáticas \$15

#### COSTOS VARIABLES

Transporte \$60 (10

**P.T.O. = CF+CV + (10% G.G)**  
#Pasajeros

**P.T.O. = 23+60+ (10% G.G)**

**P.T.O. = 83 + 10.30 = 93.30**

**P.T.O. = 93.30**

**P.V.P. = P.T.O +10% UTILIDAD/**

**P.V.P. = 93.30 + 9.33 / 10 pasajeros**

**P.V.P. = \$10.26 = \$10,50**

Se pudo constatar que el paquete turístico por pax cuesta \$10,50 dólares.

**PRODUCTO 2**

**Tabla 39.** Tour family recreation  
**FAMILY RECREATION**

<b>(Full day)</b>
<b>DIA 1</b>
El recorrido toma lugar con el recibimiento en el terminal de Calceta, al llegar a la Represa La Esperanza se brinda el desayuno tradicional manabita. Luego se conduce a los turistas hacia el punto de partida de la ruta en bicicleta hasta puerto alto, donde pueden observar la flora y fauna del lugar. De retorno a la represa se realizarán paseos en bote hacia la isla donde podrán tomarse fotografías y servirse el almuerzo. Posteriormente, retornara a la represa para realizar actividades acuáticas. Finalmente tendrán tiempo libre para compra de artesanías y otros accesorios hasta volver al lugar de encuentro.
<b>FIN DE NUESTROS SERVICIOS</b>
<b>EL PRECIO INCLUYE</b>
Transporte turístico. Desayuno y almuerzo. Actividades acuáticas
<b>EL PRECIO NO INCLUYE</b>
Gastos y servicios no detallados en el programa

*Fuente.* Los autores

**DIA 1**

08:00 Concentración en el terminal Calceta

08:30 Desayuno típico en La Esperanza.

09:30 Partimos hacia la salida para el ciclo turismo

11:00 Regreso a la represa La Esperanza

11:15 Salida a la Isla

12:30 Almuerzo

15:00 Actividades acuáticas

16:00 Esparcimiento para compras de artesanías, descanso y toma de fotografías.

16:30 Retorno

17:00 Despedida del grupo.

**SERVICIOS QUE INCLUYE**

✓ Guía

- ✓ Transporte turístico
- ✓ Alimentación
- ✓ Ingresos a sitios
- ✓ Fotografías

### QUÉ LLEVAR

- ✓ Documentos personales
- ✓ Ropa óptima para montañismo y deportes acuáticos
- ✓ Gorra o sombrero ü Repelente de insectos y bloqueador solar.

### QUÉ NO LLEVAR

- Mascotas
- Objetos peligrosos

### TAMAÑO DEL GRUPO

Máximo 15 PAX y mínimo 10 PAX

## FÓRMULA PARA EL COSTEO DE UN PAQUETE TURÍSTICO

### COSTOS FIJOS

Alimentación \$10  
 Actividades acuáticas \$15  
 Actividades Turísticas (CicloTurismo) \$5

### COSTOS VARIABLES

Transporte \$60 (10 pax)

**P.T.O. = CF+CV + (10% G.G)**  
**#Pasajeros**

**P.V.P. = P.T.O +10% UTILIDAD/**

**P.T.O. = 30+60+ (10% G.G)**

**P.V.P. = 99+ 9,9 / 10 pasajeros**

**P.T.O. = 90+ 9 = 99**

**P.V.P. = \$10.89 = \$11,50**

**P.T.O. = 9**

Se pudo constatar que el paquete turístico por pax cuesta \$11,50 dólares.

### PRODUCTO 3

Tabla 40. Tour Break day

#### BREAK DAY

(Full day)

##### DIA 1

El recorrido toma lugar con el recibimiento en la plaza cívica de Calceta, posteriormente se procede a llevar a los turistas hacia la finca ecológica Oasis dejarán sus debidas pertenencias para luego dirigirse al desayuno. Luego se los trasladará a la Represa La Esperanza a visitar la feria gastronómica, realizar actividades acuáticas, fotografías, compra de artesanías etc. Luego se trasladarán a la finca para pesca deportiva, después de cenar tendrán tiempo libre para disfrutar de las instalaciones y finalmente se organizará todo lo necesario para acampar.

##### DIA 2

Se toma el desayuno en Oasis. Posteriormente se dirigirán a la Cascada Chapuli a disfrutar de la naturaleza y belleza del lugar, luego se procederá a hacer los preparativos para realizar un picnic alrededor de la cascada para el esparcimiento de los turistas, consecutivamente se llevará a cabo actividades de senderismo, donde se observarán flora y fauna del lugar. De retorno pasarán por la finca ecológica Oasis para retirar sus pertenencias y dirigirse hacia un recorrido por la finca agroturístico el perezoso donde podrán realizar talleres artesanales y ver la elaboración del chocolate. Finalmente se da la despedida para el retorno de los turistas.

#### FIN DE NUESTROS SERVICIOS

##### EL PRECIO INCLUYE

Transporte turístico. Desayuno y almuerzo. Actividades acuáticas

##### EL PRECIO NO INCLUYE

Gastos y servicios no detallados en el programa

*Fuente. Los autores*

##### DIA 1

08:00 Concentración en la plaza Cívica de Calceta

08:30 Desayuno en la finca ecológica Oasis

09:30 Llegada al festival gastronómico

10:30 Actividades acuáticas

12:15 Almuerzo

13:30 Visita a la Isla

15:00 Pesca deportiva en la finca

16:00 Tiempo libre para disfrutar de las instalaciones

18:00 Cena

19:00 Camping

## **DIA 2**

08:30 Desayuno

10:30 Visita a la cascada Chapulí

12:15 Picnic

13:30 Retorno a la finca

14:30 Visita a la finca agroturística El Perezoso

16:00 Elaboración del chocolate

17:00 Retorno

## **SERVICIOS QUE INCLUYE**

- ✓ Guía
- ✓ Transporte turístico
- ✓ Alimentación
- ✓ Ingresos a sitios
- ✓ Fotografías

## **QUÉ LLEVAR**

- ✓ Documentos personales
- ✓ Ropa óptima para montañismo y deportes acuáticos
- ✓ Gorra o sombrero ü Repelente de insectos y bloqueador solar.

## **QUÉ NO LLEVAR**

- Mascotas
- Objetos peligrosos

## **TAMAÑO DEL GRUPO**

Máximo 15 PAX y mínimo 10 PAX

### FÓRMULA PARA EL COSTEO DE UN PAQUETE TURÍSTICO

#### COSTOS FIJOS

Camping \$8  
pax)

Alojamiento \$10

Alimentación \$20

Actividades acuáticas \$10

Ingreso a atractivos \$5

**P.T.O. = CF+CV + (10% G.G)  
#Pasajeros**

**P.T.O. = 53+120+ (10% G.G)**

**P.T.O. = 173+ 17.30 = 190.30**

**P.T.O. = 190.30**

#### COSTOS VARIABLES

Transporte \$120 (10

**P.V.P. = P.T.O +10% UTILIDAD/**

**P.V.P. = 190.30 + 19.03 / 10 pasajeros**

**P.V.P. = \$20,93 = \$21,50**

Se pudo constatar que el paquete turístico por pax cuesta \$21,50 dólares.

Por consiguiente, el centro de operaciones considerará dos estrategias para el posicionamiento de productos, las mismas que le darán un realce a la oferta la empresa y por ende al crecimiento de la demanda (ver Tabla 41).

**Tabla 41. Estrategias de producto  
ESTRATEGIAS DE PRODUCTO**

<b>Necesidades de la demanda</b>	La orientación de los productos del centro de operaciones tendrá como objetivo dar respuesta al interés que tiene el visitante por el turismo rural y de naturaleza mediante la implementación de actividades turísticas innovadoras (kayak, camping, pesca, senderismo, ciclismo etc).
<b>Según la estacionalidad</b>	Las fiestas locales y nacionales se utilizarán para incrementar las ventas (Navidad, fin de año, festivos, carnaval, Semana Santa, días especiales, etc.)

*Fuente. Los autores*

Las estrategias fueron planteadas de acuerdo a dos variables; la necesidad de la demanda en donde se implementarán en las rutas propuestas actividades turísticas

acorde a los gustos y preferencias de la demanda, entre ellas se encuentran; camping, kayak, senderismo, pesca deportiva etc. También se consideró que las ventas aumentarán de acuerdo a las festividades locales y nacionales, por tal razón, se deberá contar con el recurso humano y materiales necesarios para cubrir el a la demanda.

#### 4.3.3.2. PROMOCIÓN

Una vez establecidos los productos se planteó las siguientes estrategias para la promoción del mismo, se utilizará una herramienta muy útil y de fácil acceso como es el diseño de una página web donde el turista podrá informarse acerca de las ofertas, precios, y demás servicios especificados en la plataforma. También se promocionará a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp bussiness. Ahora bien, para un mayor alcance de los productos se vincularán a los emprendimientos cercanos a la represa La Esperanza en los paquetes turísticos, obteniendo así una amplia captación de clientes. Por todo lo anterior, se definen las siguientes estrategias señaladas (ver Tabla 43).

Tabla 42. Estrategias de promoción

MEDIOS PROMOCIONALES	DESCRIPCIÓN	COSTO
<b>Diseñar redes sociales</b>	A través de las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp) del Centro de Operaciones Turísticas, se enviarán enlaces y hashtags de ofertas de servicios y actualizaciones de la empresa a los invitados en la base de datos con el propósito de compartirlos con sus amigos y familiares.	\$300.00
<b>Realizar ferias y festivales</b>	En cada uno de los festivales del cantón se dará a conocer cada uno de los productos ofrecidos por el centro de operaciones, a su vez, se realizarán sorteos para llevarse un paquete familiar. De igual manera se visitarán provincias en donde se pueda presentar los productos con los que se cuenta.	\$2.000,00
<b>Stands promocionales</b>	Dentro del centro de operaciones se encontrarán tres stands donde	\$3000,00

---

se promocionarán cada uno de los recursos del cantón Bolívar además contarán con folletos informativos que incluyen actividades y recomendaciones para su visita.

---

*Fuente.* Los autores

#### 4.3.3.3. DISTRIBUCIÓN

Así mismo, se plantean las estrategias de distribución del producto, tomando en consideración que es un punto clave seleccionar los puntos de venta de acuerdo a la oferta. A continuación, se muestra el cuadro de estrategias de distribución (ver Tabla 44).

**Tabla 43.** Estrategias de distribución  
**ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

<b>Distribución selectiva</b>	Este tipo de estrategia involucra a todos los establecimientos turísticos cercanos a la represa La Esperanza, que serán contemplados en los paquetes turísticos del centro de operaciones, de manera que promuevan los servicios ofertados.
<b>Página Web</b>	La empresa contará con una página web oficial que incluirá la oferta de servicios detallando precios, paquetes y descuentos especiales. La página será sencilla y fácil de utilizar, permitirá realizar reservas on-line y registrarse utilizando sus cuentas de redes sociales. Una vez que el cliente haga su reserva y se registre de manera física u online, se solicitará información personal para crear una base de datos de la empresa.

*Fuente.* Los autores

#### 4.3.3.4. PRECIO

Los precios de venta de los productos ofrecidos por el centro de operaciones se determinaron a través de la realización de los costos de producción de cada uno de los tours, considerando un 10% del costo neto para varios y una utilidad del 100% definida por un análisis que se realizó a base de la competencia (ver Tabla 44, 45 y 46) Los precios de venta están determinados de la siguiente manera:

Tabla 44. Costo de tour 1

<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		
<b>Detalle</b>	<b>P. Venta Unitario</b>	<b>Costo Unitario</b>
Alimentación	10.00	1.00
Actividades Acuaticas	10.00	1.00
Transporte	60.00	6.00
<b>SUMA</b>	<b>80.00</b>	<b>2.67</b>

*Fuente. Los autores*

Tabla 45. Costo de tour 2

<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		
<b>Detalle</b>	<b>P. Venta Unitario</b>	<b>Costo Unitario</b>
Alimentación	10.00	1.00
Actividades acuáticas	10.00	1.00
Transporte	60.00	6.00
<b>SUMA</b>	<b>80.00</b>	<b>2.67</b>

*Fuente. Elaboración propia*

Tabla 46. Costo de tour 3

<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		
<b>Detalle</b>	<b>P. Venta Unitario</b>	<b>Costo Unitario</b>
Alimentación	15.00	1.50
Alojamiento	10.00	1.00
Ingreso atractivos	5.00	0.50
Camping	5.00	0.50
Actividades acuáticas	8.00	0.80
Transporte	120.00	12.00
<b>SUMA</b>	<b>163.00</b>	<b>2.72</b>

*Fuente. Elaboración propia*

Con respecto al precio se han estructurado varias estrategias que ayudarán en la generación e incremento de la demanda en la empresa (ver Tabla 47).

Tabla 47. Estrategias de precio  
**ESTRATEGIAS DE PRECIO**

<b>Precio por paquete</b>	La empresa fija un precio a un conjunto de productos que son complementarios, de tal manera que el precio total resulte menor a la suma de los componentes por separado. La finalidad es estimular al consumidor a comprar el paquete en lugar de adquirir un producto en forma aislada. Un caso particular de los
---------------------------	--

	productos turísticos son los llamados precios todo incluido (transporte, alojamiento, alimentación, visitas guiadas, entretenimiento, etc)
<b>Descuentos aleatorios</b>	Se realizarán ofertas por temporada, la cual consisten en reducir el precio por la contratación del producto, tomando en consideración la base de datos de los clientes registrados.

*Fuente. Los autores*

Las estrategias anteriormente descritas son algunas de las opciones disponibles para la empresa, ya que desde luego la estrategia se puede hacer a medida que evolucione el negocio. En función de lo planteado el centro de operaciones deberá contar con una imagen y eslogan que permita posicionarse en el mercado, por ello, se tomó como referencia tres fases propuestas por los autores Villarroel, Carranza y Cárdenas (2017):

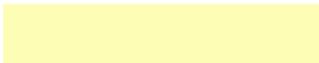
1. Investigar y conocer el entorno competitivo, el público objetivo, la promesa de la marca, atributos, posicionamiento y personalidad deseada.
2. Crear el naming, es decir, definir una palabra ahora el objetivo es encontrar palabras y trabajar de forma creativa, intentando armar conceptos apropiados.
3. El nombre seleccionado deberá atravesar filtros estratégicos se refiere a que tome en consideración la lingüística, simbolismo de sonidos y fonética.

También se debe tener en cuenta la psicología de los colores dado que cada uno tiene un significado diferente, por ejemplo, el color azul impone respeto y autoridad. Ahora si lo que se pretende es representar a la marca gráficamente hablando, se usa un elemento que es muy tradicional para este efecto, denominado logotipo. A continuación, en la figura 4.9 Se muestra la marca de la empresa bajo los criterios expuestos.



**Figura 11.** Logotipo de la empresa  
Fuente. Los autores

Para el desarrollo del logotipo se tomaron como base tres colores gris, amarillo y verde tal como se muestra en la figura 9. Esta imagen representa a la comunidad La Esperanza como un destino de recreación dada a las múltiples actividades que se pueden realizar, la naturaleza que se visualiza en la represa y sus alrededores, la riqueza natural y cultural que posee. Además, simboliza la paz y tranquilidad de disfrutar de un entorno para el escape de la rutina de los visitantes.

<b>COLORES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
	<i>Amistoso, alegre, juvenil, enérgico, felicidad</i>
	<i>Naturaleza, riqueza, tranquilidad, armonía</i>
	<i>Practicidad, Eficiencia, Clásico, Serio</i>

**Figura 12.** Simbología de colores  
Fuente. Los autores

Para concluir, a la Represa La Esperanza llegan turistas de diferentes ciudades del país, en ocasiones extranjeros, sin embargo, aún no se han definido productos turísticos para cada segmento por ello el uso del marketing es una herramienta que ayuda a conocer los gustos y preferencias de los consumidores, además se da a conocer la marca, ayuda a fidelizar a los clientes, aumenta las ventas etc. Si bien es cierto, las redes sociales se han convertido en un medio por el cual los turistas se sienten motivados a visitar un lugar dependiendo del contenido y de las recomendaciones, se debe tener en cuenta que la información sea veraz.

## **4.4. FASE 4. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

### **4.4.1. DETERMINAR LA INVERSIÓN DEL PROYECTO**

Para establecer la inversión del proyecto fue importante conocer cada uno de los recursos económicos necesarios para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa. Para obtener los valores de la inversión se han utilizado proformas de precios respecto a los materiales necesarios para la fase de construcción del proyecto, así como del equipamiento en sus diversas áreas (ver Tabla 24).

En cuanto al financiamiento, se pretende que el presente proyecto sea costeado en 40% por la comunidad involucrada y el 60% por la entidad bancaria BANECUADOR, este ofrece dos tipos de créditos el primero es catalogado como “Impulso Joven” el cual está direccionado para aquellos jóvenes de 18 a 30 años de edad que desean emprender su propio negocio, se pueden financiar hasta \$15.000 con un plazo máximo de pago a 10 años con una tasa de interés de 11% para crédito productivo y 15% para servicios. Se le pregunto a los habitantes de la comunidad si estarían de acuerdo en costear todos los gastos del emprendimiento y mencionaron que no debido que sería un costo muy elevado y no tendrían como financiarlos por eso es que se pretenden que la comunidad aporte el 40% y el 60% por un préstamo bancario.

Por otra parte, se encuentra el crédito de impulso productivo dirigido a empresas ya sean personas jurídicas o naturales que se dedican a actividades turísticas. Con un monto de hasta \$3.000.000. con un plazo de hasta diez años y una tasa de interés del 11,25% para microcrédito y el 9,25% para las pymes. Por lo tanto, se seleccionó la última opción considerando que el monto de la inversión para ejecutar el centro de operaciones será aproximadamente de \$24,516.54 en un plazo de 5 años, con una tasa de interés nominal del 11,25%.

También existe la opción de contar con el Programa de Desarrollo Rural del Norte, PDRN, que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población rural de la zona norte del Ecuador; con la Cooperación Técnica Alemana, GIZ, que apoya e implementa proyectos y programas de desarrollo promoviendo medidas

económicas y cambios estructurales, prestando asesoramiento para asistir a los procesos de reforma.

Por otro lado, también se encuentra el Programa de Financiamiento para el Turismo Rural, debido al impacto ocasionado por el COVID-19, la FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura) otorga un Crédito por orgullo rural a las actividades turísticas en poblaciones rurales. El monto máximo es de 30 millones de dólares para las micro y pequeñas empresas aportan con un financiamiento de hasta el 90%, el plazo es hasta cinco años y en cuanto a la tasa de interés es libre, conforme a las políticas del Intermediario Financiero y negociación del acreditado (FIRA,2020).

## APORTACIÓN DEL GRUPO COMUNITARIO

Una vez establecido el tipo de crédito se procedió a detallar los valores en los que va a intervenir la comunidad, por una parte, contribuirá con la mano de obra para la construcción del centro de operaciones, así mismo, realizará los cubos de madera con materiales propios de la zona. Además, se encargará de las mesas, sillas y botiquín de emergencias, tal y como se muestra a continuación (ver Tabla 48).

**Tabla 48.** Aporte del grupo comunitario

<b>ACTIVOS</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
Construcción (mano de obra)	-	-
Infraestructura	3000.00	3000.00
Equipos y herramientas	2080.00	2080.00
Muebles de oficina	647.00	647.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Materia Prima	556.25	556.25
Otros costos y gastos administrativos	440.00	440.00
Material publicitario	450.00	450.00
<b>TOTAL</b>		<b>7339.08</b>

*Fuente.* Los autores

Por otra parte, se encargará de la materia prima para realizar los paquetes, ya sea alimentación, transporte, actividades turísticas entre otros. También serán responsables en cubrir otros gastos administrativos (materiales de oficina, costos de admisión y capacitaciones, pagos a terceros etc.) y finalmente del material

publicitario. La inversión total es de \$ 23,302.02 en donde \$7,339.08 es por aportación propia y el \$15,593.08 es por crédito. (ver Tabla 4.49).

Tabla 49. Plan de inversión

RUBROS PARA LA INVERSION EN SU NEGOCIO		VALOR	FINANCIAMIENTO	
			PROPIO	TERCEROS (crédito)
	Terreno	8,000.00		8,000.00
	Infraestructura e Instalaciones o Construcciones (Proyectos Nuevos, Ampliaciones, Mejoramiento y Remodelación, edificios, Cabañas, oficinas, etc.)	3,000.00	3,000.00	
	Equipos y Herramientas	2,080.00	2,080.00	
	Equipos de cómputo	1,280.00		1,280.00
	Muebles de Oficina	647.00	647.00	
<b>VALOR TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>		<b>15,007.00</b>	<b>5,727.00</b>	<b>9,280.00</b>
CAPITAL DE TRABAJO	Mano de obra operativa (Cocineros, Camareros, recepcionistas, todo tipo de personal de operación valor aproximado para operar máximo 2 meses).	575.51		575.51
	Personal administrativo	1,352.58		1,352.58
	Materia Prima	781.94	781.94	
	Otros costos y gastos administrativos	440.00	440.00	
	Materia Promocional o Publicidad.	400.00	400.00	
<b>VALOR TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>3,550.03</b>	<b>1,621.94</b>	<b>1,928.08</b>
ACTIVOS DIFERIDOS (todo rubro en el que se incurre antes de la operación del proyecto)	Costos por diseños del proyecto	1,500.00		1,500.00
	Costos por trámites e impuestos	1,245.00		1,245.00
	Costos de constitución de la empresa	2,000.00		2,000.00
<b>VALOR TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>4,745.00</b>		<b>4,745.00</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN (sumar los totales de activo fijo, capital de trabajo y activos diferidos)</b>		<b>23,302.03</b>	<b>7,348.94</b>	<b>15,953.08</b>

Fuente. Los autores

#### 4.4.2. Proyectar los ingresos por ventas

Para la proyección de ventas del negocio, se realizó el cálculo de los días operativos en los que se espera trabajar respecto a cada uno de los tours ofertados, en la tabla 4.50. Se encuentran detallados la cantidad de tours vendidos, en donde, noviembre, diciembre y enero son los meses con mayores ventas dadas la continua afluencia de turistas por festividades.

Para una comprensión clara la estimación de las ventas se la efectuó en base a los 3 tour ofertados tal y como se detallan en las tablas de ventas, en donde el paquete numero 3 es el que tiene más venta en el primer año de operación con un monto de \$21,500,00 con un incremento del 10%.

**Tabla 50. Estimación de ventas por paquetes**

<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS (CANTIDAD DE PAQUETES VENDIDOS)</b>				
DETALLE	TOUR 1	TOUR 2	TOUR 3	TOTAL
ENERO	100	98	97	295
FEBRERO	70	71	72	213
MARZO	65	54	59	178
ABRIL	65	62	61	188
MAYO	72	75	71	218
JUNIO	68	65	56	189
JULIO	56	43	41	140
AGOSTO	87	89	83	259
SEPTIEMBRE	90	96	80	266
OCTUBRE	80	80	99	259
NOVIEMBRE	176	187	145	508
DICIEMBRE	150	120	149	419
<b>TOTAL</b>	<b>1079</b>	<b>1040</b>	<b>1013</b>	<b>3132</b>

*Fuente. Los autores*

Por consiguiente, para realizar el cálculo de la estimación de ventas por cantidad monetaria se multiplica el precio de venta de cada tour por la cantidad de los productos detalladas anteriormente, donde se puede observar que el tour tres es uno de los más elevados, aunque no es muy demandado dado que la estadía es más extensa. (ver Tabla 51)

**Tabla 51. Estimación de ventas en cantidad monetaria**

<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS (CANTIDAD MONETARIA)</b>						
DETALLE	Tour 1	Tour 2	Tour 3	TOTAL		
PRECIO	\$ 10.50	\$ 11.50	\$ 21.50			
M	\$ 1,050.00	\$ 1,127.00	\$ 2,085.50	\$	\$	\$ 4,262.50
ES	\$ 735.00	\$ 816.50	\$ 1,548.00	\$	\$	\$ 3,099.50
ES	\$ 682.50	\$ 621.00	\$ 1,268.50	\$	\$	\$ 2,572.00
ABRIL	\$ 682.50	\$ 713.00	\$ 1,311.50	\$	\$	\$ 2,707.00
MAYO	\$ 756.00	\$ 862.50	\$ 1,526.50	\$	\$	\$ 3,145.00
JUNIO	\$ 714.00	\$ 747.50	\$ 1,204.00	\$	\$	\$ 2,665.50
JULIO	\$ 588.00	\$ 494.50	\$ 881.50	\$	\$	\$ 1,964.00
AGOSTO	\$ 913.50	\$ 1,023.50	\$ 1,784.50	\$	\$	\$ 3,721.50
SEPTIEMBRE	\$ 945.00	\$ 1,104.00	\$ 1,720.00	\$	\$	\$ 3,769.00
OCTUBRE	\$ 840.00	\$ 920.00	\$ 2,128.50	\$	\$	\$ 3,888.50
NOVIEMBRE	\$ 1,848.00	\$ 2,150.50	\$ 3,117.50	\$	\$	\$ 7,116.00
DICIEMBRE	\$ 1,575.00	\$ 1,380.00	\$ 3,203.50	\$	\$	\$ 6,158.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11,329.50</b>	<b>\$ 11,960.00</b>	<b>\$ 21,779.50</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$ 45,069.00</b>

*Fuente. Los autores*

Una vez obtenido los valores en cantidad monetaria se procedió a calcular las ventas anuales, para ello se realizó una multiplicación de los días operativos por la capacidad diaria de cada tour. Se tiene previsto que las ventas anuales incrementen el 10% a partir del segundo año de operación. (ver Tabla 52).

**Tabla 52.** Proyección de ventas

<b>PROYECCIÓN DE VENTAS</b>						
<b>AÑOS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Incremento anual (10%):</b>						
<b>TOUR 1</b>		\$ 15,750.00	\$16,537.50	\$17,364.38	\$18,232.59	\$19,144.22
<b>TOUR 2</b>		\$ 11,500.00	\$12,075.00	\$12,678.75	\$13,312.69	\$13,978.32
<b>TOUR 3</b>		\$ 21,500.00	\$22,575.00	\$23,703.75	\$24,888.94	\$26,133.38
<b>TOTAL Ventas</b>		\$ 48,750.00	\$51,187.50	\$53,746.88	\$56,434.22	\$59,255.93
<b>Inversión</b>	\$23,302.03					

*Fuente.* Los autores

## **CAPITAL DE OPERACIÓN**

En la tabla de capital de operación se hace un resumen de la inversión de materia prima, insumos, menajes, lencerías, incluyendo un presupuesto de pagos de servicios básicos, suministros de oficina, y además el monto utilizado para la publicidad del centro de operaciones turísticas, dando como resultado una inversión de la operación de \$ 3550.03 el primer mes.

**Tabla 53.** Capital de operación

<b>CAPITAL DE OPERACIÓN</b>				
<b>Días de efectivo en caja para capital de operación:</b>				
	<b>Unidad</b>	<b>Costo Primer Año</b>	<b>Costo Diario</b>	<b>Costo Mensual</b>
<b>Tour 1</b>	global	4,000.00	11.11	333.33
<b>Tour 2</b>	global	2,666.67	7.41	222.22
<b>Tour 3</b>	global	2,716.67	7.55	226.39
<b>Remuneración de Personal:</b>	sueldo	6,906.10	19.18	575.51
Mano de obra directa				
Personal administrativo	sueldo	16,230.90	45.09	1,352.58
<b>Otros costos y gastos administrativos:</b>	global	2,400.00	6.67	200.00
Mantenimiento de Instalaciones				
agua	global	300.00	0.83	25.00
energía eléctrica	global	300.00	0.83	25.00
Teléfono	global	180.00	0.50	15.00
Internet	global	300.00	0.83	25.00
Suministros de oficina	global	1,800.00	5.00	150.00

<b>Promoción:</b>	global	4,800.00	13.33	400.00
Publicidad				
<b>TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN:</b>				<b>3,550.03</b>

Fuente. Los autores

#### 4.4.3. Analizar los indicadores de evaluación financiera

El VAN y el TIR, son determinados mediante el flujo de efectivo, su importancia radica en que permiten determinar la viabilidad económica de los proyectos de inversión, si el monto resultante del VAN es mayor a cero, la tasa del TIR supera la tasa de descuento y la relación costo beneficio supera la unidad de inversión el proyecto resulta conveniente aceptarlo, caso contrario se rechaza.

Tabla 54. Flujo de caja proyectado

FUJO DE CAJA PROYECTADO						
(Expresado en dólares)						
	0	1	2	3	4	5
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ventas tours		48,750.00	51,187.50	53,746.88	56,434.22	59,255.93
<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>48,750.00</b>	<b>51,187.50</b>	<b>53,746.88</b>	<b>56,434.22</b>	<b>59,255.93</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos directos de operación		9,383.33	10,321.67	11,353.83	12,489.22	13,738.14
Personal administrativo		16,230.90	17,853.99	19,639.39	21,603.33	23,763.66
Mano de obra directa	-	6,906.10	7,596.71	8,356.38	9,192.02	10,111.22
Costos indirectos del servicio	-	4,800.00	5,280.00	5,808.00	6,388.80	7,027.68
Gastos de administración		5,280.00	5,808.00	6,388.80	7,027.68	7,730.45
<b>TOTAL EGRESOS OPERACIONALES</b>	-	<b>42,600.33</b>	<b>48,684.71</b>	<b>53,553.18</b>	<b>58,608.50</b>	<b>64,869.35</b>
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	-	<b>6,149.67</b>	<b>32,502.79</b>	<b>33,193.69</b>	<b>33,825.72</b>	<b>34,386.58</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Crédito a largo plazo	15,953.08					
Aportación propia	7,348.94					
<b>TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>23,302.03</b>					
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago de intereses al banco	-	1,794.72	1,435.78	1,076.83	717.89	358.94
Pago del capital al banco	-	3,190.62	3,190.62	3,190.62	3,190.62	3,190.62
Adquisición de activos fijos:						
Construcción Civil	3,000.00					
Terreno	8,000.00					
Equipamiento	4,007.00					
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>15,007.00</b>	<b>4,985.34</b>	<b>4,626.39</b>	<b>4,267.45</b>	<b>3,908.51</b>	<b>3,549.56</b>
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	<b>8,295.03</b>	<b>(4,985.34)</b>	<b>(4,626.39)</b>	<b>(4,267.45)</b>	<b>(3,908.51)</b>	<b>(3,549.56)</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)</b>	<b>8,295.03</b>	<b>1,164.33</b>	<b>27,876.40</b>	<b>28,926.24</b>	<b>29,917.21</b>	<b>30,837.02</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>	-	8,295.03	-	27,876.40	56,802.64	86,719.85
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>	<b>8,295.03</b>		<b>27,876.40</b>	<b>56,802.64</b>	<b>86,719.85</b>	<b>117,556.87</b>

Fuente. Los autores

Para la evaluación financiera se tomaron en consideración dos variables, las mismas que indicaron si el proyecto es rentable o no. A continuación, se analizan los resultados obtenidos:

Tabla 55. VAN y TIR

<b>VAN</b>	<b>\$58,778.18</b>	<b>ES MAYOR A CERO, POR TANTO, SE ACEPTA EL PROYECTO</b>
<b>TIR</b>	<b>67%</b>	<b>ES MAYOR A LA TASA DE COSTO EFECTIVA (11,30%), POR TANTO, SE ACEPTA EL PROYECTO</b>

Fuente. Los autores

### Valor Actual Neto (VAN)

El VAN obtenido de los flujos netos generados es de \$58,778.18 lo que significa que, el proyecto es financieramente rentable.

### Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tomando en consideración la tasa interna de retorno (TIR) obtenida = 67%, y la tasa de costo efectivo (TCE) = 11,30%, este proyecto se considera rentable, debido a que el TIR supera a la TCE. Además de acuerdo a los flujos netos generados se observa que la inversión total se recuperaría en el segundo año. (ver Tabla 4.56)

Tabla 56. Tiempo de recuperación de la deuda

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE DEUDA						
	Inversión Total	1	2	3	4	5
<b>Flujos Netos Generados</b>	<b>-23,302.03</b>	1,164.33	27,876.40	28,926.24	29,917.21	30,837.02
		29,040.72	2DO AÑO			

Fuente. Los autores

Con la realización de los indicadores financieros VAN Y TIR se pudo determinar que el proyecto es viable ya que el valor actual neto (VAN) es positivo, esto quiere decir que el proyecto se acepta y por ende obtendrá ganancias. A su vez la tasa interna de retorno (TIR) es mayor a la tasa de costo efectiva por lo cual el proyecto se acepta. Cabe mencionar que la implementación del centro de operaciones en la Represa La Esperanza será de gran beneficio tanto para los emprendedores como para la población en general, aumentaría las ventas en sus negocios, se realizarán continuas capacitaciones para brindar un excelente servicio con la finalidad de captar más turistas.

# CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 5.1. CONCLUSIONES

- Mediante la caracterización del área de estudio se pudo conocer el estado actual de los recursos de la comunidad determinando que no se desarrollan proyectos involucrados al ámbito turístico, la infraestructura básica y turística de la localidad es muy limitada ocasionando que el turismo no se desarrolle a plenitud. Consecuentemente, la oferta dentro del lugar es escasa, los servicios no son óptimos debido a la falta de recursos económicos de la población. Por otra parte, se identificó que el perfil del turista que visita el área es nacional (32%), con una edad que oscila entre 15 a 25 años (69%), con un nivel de ingresos menor a \$500 (80%) motivados por el buen clima, ambiente y la relación precio calidad. Se pudo evidenciar el déficit de gestión y planificación por parte de los entes encargados, además del escaso presupuesto destinado para el desarrollo de la actividad turística.
- El estudio técnico del proyecto fue importante debido que se determinó el personal que va operar el centro de operaciones por lo que son 3 socios claves que se involucran en la empresa: la comunidad local, los emprendimientos turísticos y el GAD Parroquial. La empresa estará ubicada dentro del recurso con una extensión de 8has distribuidas en 6 áreas: punto de información, sala de espera, 3 stands de promoción y sanitarios. Para su construcción se requieren \$3000, cabe mencionar que la comunidad se encargará de la mano de obra. Así mismo, se estableció los equipos y maquinarias necesarios requiriendo \$15007.00 para su implementación. Dentro de la estructura organizacional constará de tres áreas (administración, contabilidad y guianza).
- En lo que respecta a los aspectos legales para el funcionamiento del negocio, se tomaron en consideración lo determinado por la Ley Orgánica de Comunas ya que serán supervisados y dirigidos por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, El Ministerio de Turismo y la ley de Marcas y Patentes. Por consiguiente, se estableció que el producto va dirigido a un

público relativamente joven, con ingresos económicos inferiores a \$500, universitarios, que viajan en compañía de familiares interesados en los deportes de aventura. Se definieron 3 productos turísticos que van direccionados a grupos de amigos, familia y el último para todo tipo de visitantes, los mismos que llevan una mezcla entre naturaleza y gastronomía para el máximo disfrute del turista y la generación de ingresos económicos direccionados al beneficio de la localidad. Finalmente, se proponen 9 estrategias enfocadas en la promoción, precios, producto y distribución.

- Para la implementación del proyecto se requiere la inversión de \$ 23,302.03, el cual será financiado 40% por la comunidad y el 60% mediante crédito a BANECUADOR a 5 años plazo con una tasa de interés anual del 11,25%. Finalmente se determinó que la creación del Centro de Operaciones “La Esperanza” es económicamente rentable ya que la TIR (67%) supera la TCE (11,30%) y según los flujos netos obtenidos el VAN es de \$ \$58,778.28.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- Al GAD Cantonal de Bolívar, realizar una evaluación constante de las problemáticas existentes en los recursos y atractivos turísticos, con la finalidad de implementar las necesidades que permitan rescatar la potencialidad turística de la zona, incentivando a la comunidad a emprender en este sector y por ende mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- Al Departamento de Turismo del cantón Bolívar que fomente la asociatividad entre las comunidades, emprendimientos, empresas públicas y privadas como una estrategia de desarrollo que permitirá crecer de manera equitativa, convirtiéndose en una ventaja competitiva como destino turístico permitiendo así, consolidar el turismo comunitario en el sector.
- A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, por medio de la carrera de Turismo, incentivar y colaborar con el asesoramiento aquellos emprendimientos turísticos, realizando talleres, capacitaciones que permita mejorar el servicio y la experiencia en cada una de las actividades turísticas que se ofertan.
- Para instituciones financieras como BANECUADOR y CFN, permitir el acceso a microempresas del sector turístico para obtener préstamos en condiciones favorables, contribuir al desarrollo, innovación y expansión de actividades.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abrigo, I., Mancero, Nirma., Hurtado, A., y Jaramillo, P. (2018). La matriz de consistencia: una metodología de investigación para desarrollar el estado del arte para emprendimientos artesanales enfocados en las TIC's. *INNOVA Research Journal*, 3(81), 176-185. doi: <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.1.2018.773>
- Agila, M., Tello, Grace., y Buñay, Jahaira. (2018). Estudio de sostenibilidad en los emprendimientos de turismo ecológico en la isla Santay. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 348-356. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-348.pdf>
- Alaña, T., Capa, L., y Sotomayor, J. (2017). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las MIPYMES del Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 9199. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000100013](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100013)
- Alfonso, W., Peña, M., y Riaño, S. (2019). La asociatividad como estrategia para el desarrollo económico del sector turístico caso municipio de Falán-Tolima. [Tesis de maestría, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia.]
- Ambrogui, R. (2017). Desarrollo Sostenible: Concepto y Evolución del Paradigma. *Revista Electrónica De Investigación En Ciencias Económicas*, 5(9), 110 - 125. doi: <https://doi.org/10.5377/reice.v5i9.4366>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial 499, Montecristi, Ecuador, de 20 de octubre de 2008.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Registro Oficial Suplemento 151, Quito, Ecuador, de 28 de febrero de 2020.
- Astudillo, S., y Prada, J. (2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Cuaderno Virtual de Turismo*, 17(3), 5-21. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115454650001.pdf>
- Barragán, M., y Ayaviri, V. (2017). Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *La Serena*, 28(6), 71-80. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000600009>
- Bayas, J., y Mendoza, M. (2018). Modelo de gestión para el turismo rural de la zona centro de Manabí, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 4(2), 81-102.

- Bravo, J. (2018). *Asociatividad como estrategia de fortalecimiento para el turismo comunitario*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6363/1/T2709-MAE-Bravo-Asociatividad.pdf>
- Cardona, Y., y Jarava, M. (2016). Diseño de un modelo asociativo que articule la Cadena de valor turística en las micro y pequeñas empresas de los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas, departamento de Sucre. [Tesis de maestría. Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias, Colombia]. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0069803.pdf>
- Carrasco, J., Sucuy, L., y Chávez C. (2016). Turismo comunitario, alternativa de desarrollo turístico. Estudio de caso: Turismo rural comunitario para la parroquia Cacha, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo – Ecuador. *European Scientific Journal*, 12(17), 173-197. doi: <http://dx.doi.org/10.19044/esj.2016.v12n17p173>
- Cavazos, J. (2016). Co-creación y nuevos modelos de negocios en contextos emergentes. *Invenio*, 19(37), 47 - 55. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/877/87747436004.pdf>
- Cesibel, A. (2019). El emprendimiento y su efecto en el desarrollo económico y social en el Ecuador, período 2015-2017. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil, Ecuador]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40916/1/T-ORTIZ%20ADELA%20CESIBEL.pdf>
- Díaz, G., y Guambi, D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 212-229. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6792584.pdf>
- Doumet, N., y Yáñez, Á. (2014). Estrategias para desarrollar el agroturismo en la represa Sixto Durán Ballén, Manabí, Ecuador. *ESPAMCIENCIA*, 5(1), 9-15. [http://espamciencia.espam.edu.ec/index.php/Revista\\_ESPAMCIENCIA/article/view/79/64](http://espamciencia.espam.edu.ec/index.php/Revista_ESPAMCIENCIA/article/view/79/64)
- Erazo, M. (2018). Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador [tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6239/1/T2670-MAEErazo-Analisis.pdf>
- Espín Rada, D., Flores Pareja, K., & Pinos Guerra, M. (2018). Diagnóstico Turístico de la parroquia Palacio Real, provincia de Chimborazo, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(1), 358-366. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/783>
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) (2013). Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial. [https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case\\_1\\_1363900152.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf)

- Félix, A., Zambrano, M., y Vera, T. (2019). Visitas a Represas: Percepción y necesidades para el turismo. *RICIT*, (13), 42-61. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7172512.pdf>
- Fideicomiso Instituidos en Relación a la Agricultura. (2020). FIRA. Programa de Financiamiento para el Turismo Rural. [Sitio web]. <https://www.fira.gob.mx/Nd/turismo.jsp>
- García, N., y Blanco, G. (2019). Potencialidad turística para el emprendimiento y desarrollo local del cantón Bolívar provincia de Manabí, Ecuador. Gestión de las organizaciones públicas, empresariales y turísticas (GOPET). Simposio llevado a cabo en el III Congreso internacional: Desarrollo empresarial, innovación y tecnología de la Universidad en el Siglo XXI, Manabí, Ecuador.
- Gregosz, D. (2016). La fuerza de la innovación y el emprendimiento. Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. Programa Regional Políticas Sociales en América Latina SOPLA ISBN 978-956-7684-17-5 [https://www.kas.de/wf/doc/kas\\_47118-544-1-30.pdf?161121141209](https://www.kas.de/wf/doc/kas_47118-544-1-30.pdf?161121141209)
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar. (2016). Plan de de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 - 2026. <https://odsterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2019/04/PDOT-CANTON-BOLIVAR-2016-2025.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Quiroga. (2016). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Quiroga, cantón Bolívar. [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1360027590001\\_PDOT%20GR%20Quiroga\\_07-12-2016\\_13-46-06.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360027590001_PDOT%20GR%20Quiroga_07-12-2016_13-46-06.pdf)
- Herrera, G., Guevara, F., Castillo, S., y Castillo, E. (2017). El distrito turístico rural: modelo de desarrollo para el cantón Pedernales, provincia de Manabí, Ecuador. *Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 5(2), 49-58. [https://www.researchgate.net/publication/318807521\\_EL\\_DISTRITO\\_TURISTICO\\_RURAL\\_MODELO\\_DE\\_DESARROLLO\\_PARA\\_EL\\_CANTON\\_PEDERNALES\\_-\\_PROVINCIA\\_DE\\_MANABI\\_ECUADOR](https://www.researchgate.net/publication/318807521_EL_DISTRITO_TURISTICO_RURAL_MODELO_DE_DESARROLLO_PARA_EL_CANTON_PEDERNALES_-_PROVINCIA_DE_MANABI_ECUADOR)
- Huerta, F. (2018). Evaluación y propuesta de modelos de negocios para un emprendimiento de estampados en la provincia del Marga - Marga. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica Federico Santa María - Departamento de Industrias, Valparaíso].
- Játiva, M. (2017). Emprendimiento e innovación una oportunidad en el Ecuador. CIICAE-UIDE (2). Universidad Internacional del Ecuador. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/18CA201702.pdf>
- Lalangui, J., Espinoza Carrión, C. R., & Pérez Espinoza, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9 (1), pp. 148-153. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>

- Lucas, C., Salazar, G., y Loor, C. (2019). Social entrepreneurship in community tourism in the Province of Manabí, Ecuador. *Redalyc*, 21(3). doi: <https://doi.org/10.36390/telos213.09>
- Mantuano, C., Salazar, G. y Loor C. (2019). El emprendimiento social en el turismo comunitario de la Provincia de Manabí, Ecuador. *Telos*, 21(3), 661-680. <https://www.redalyc.org/journal/993/99360575008/html/>
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193 (785), 1-14. doi: <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/Proyecto-Innovacion.pdf>
- Ministerio de Turismo. (12 de junio de 2017). Comunicado oficial ante accidente en Baños. <https://www.turismo.gob.ec/comunicado-oficial-ante-accidente-en-banos/#>
- Moral, M., Fernández, M., y Sánchez, M. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Espacios*, 40(1), 1. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n01/19400101.html>
- Muñoz, J., y Paredes, P. (2018). La asociatividad y su incidencia en el desarrollo económico de las pymes del cantón Milagro, Ecuador. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal De Milagro, Ecuador]. <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/4341?locale-attribute=en>
- Ordoñez, M., Rodríguez, R., y Ordoñez, C. (2020). Reflexiones sobre emprendimiento comunitario y desarrollo local. *Dominios de las Ciencias*, 6(2), 121-139. doi: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1209>
- Organización Mundial del Turismo (2017). El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar [Archivo PDF]. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Osorio, J. (2017). El desarrollo sostenible en las empresas del sector financiero. [Tesis de pregrado, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas Tecnología en Administración Financiera Medellín, Colombia]. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/196/TRABAJO%20INVESTIGATIVO%20SOBRE%20EL%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20DEL%20SECTOR%20FINANCIERO.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A., y Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552016000100006&script=sci\\_arttext&tIng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552016000100006&script=sci_arttext&tIng=en)

- Parra, A., Cisneros, L. y Velasteguí, E. (2019). El turismo rural y aportaciones al desarrollo de comunidades en territorios locales. *Explorador Digital*, 3 (4), 5-17. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v3i4.912>
- Polanco, D., Araujo, M., Portugal, C., Guamialamá, J., Valdés, M., y Salazar, D. (2019). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. *Siembra*, 7(1), 060-069. doi: 10.29166/siembra.v7i1.1714
- Quiñonez, C., y Laverde, L. (2019). Construcción participativa de modelos de negocios en organizaciones rurales. *Telos*, 21(3), 9-16. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/993/99360575014/html/index.html>
- Robles, T. (2018). Diseño de producto de turismo de aventura, Cojitambo - Azogues. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, Ecuador]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/15544>
- Salazar, F., González, J., Sánchez, P., y Sanmartin, J. (2018). Emprendimiento e innovación: agentes potenciadores de la empresa familiar. *SAPIENTIAE*, 4(2) pp. 247-265. <https://core.ac.uk/download/pdf/188641305.pdf>
- Sánchez, Y., García, R., Vargas, F., y Pelegrín, N. (2018). Innovación, asociatividad y cohesión social en las pequeñas y medianas empresas de plátano en Manabí. *San Gregorio*, (22), 126-135. <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/590/14-yenniz>
- Santa María, E. y López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24 (86), 417-434. <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES. (2012). Normas para la inclusión de programas y proyectos en los planes de inversión pública. [Archivo PDF. [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Guia\\_general-par\\_la\\_presentaci%C3%B3n\\_de\\_proyectos\\_de\\_inversi%C3%B3n.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Guia_general-par_la_presentaci%C3%B3n_de_proyectos_de_inversi%C3%B3n.pdf)
- Tapia, E., Tapia, S., Moscoso, J. y Ortíz, H. (2017). Economía solidaria: estrategia alternativa para el desarrollo local. *Visión Gerencial*, (2), 313-323. [https://www.redalyc.org/pdf/4655/Resumenes/Resumen\\_465552407006\\_1.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/4655/Resumenes/Resumen_465552407006_1.pdf)
- Tafur, G., Vélez, C., Alejo, O., Zumba, M., y Jacome, J. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. *Espacios*, 39(44), 3. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p03.pdf>
- Vélez, X., y Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las ciencias*, 2(4), 346-369. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802889>

- Vera, R., Alfonso, R., y Reinoso, N. (2019). Design of an indicators system for the evaluation of technological innovation in the tourism destination of Puerto Lopez, Ecuador. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 25(2), 623-637. doi: <https://doi.org/10.30892/gtg.25224-385>
- Villarroel, M., Carranza, W. y Cardenas, M. (2017). La creación de la marca y su incidencia en el posicionamiento de un producto. *Publicando*, 12(2), 684-697. ISSN 1390-9304 684
- Yumisaca, J., Mendoza, E., y Benavides, V. (2019). La innovación en la actividad turística: una aproximación al sector hospedaje de Salinas. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 7-14. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n2/2218-3620-rus-11-02-7.pdf>
- Zamora, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 39(7), 1525. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

# **ANEXOS**

**Anexo 1.** Encuesta para determinar el perfil del turista que visita la represa Sixto Durán Ballén.

## **ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA REPRESA SIXTO DURAN BALLÉN**

DIRIGIDO A: Los visitantes que llegan a la represa Sixto Durán Ballén.

OBJETIVO: Definir los indicadores que influyen en la percepción de los visitantes en la represa Sixto Durán Ballén.

INSTRUCCIONES: Se necesita de su colaboración respondiendo a las siguientes preguntas. La información que usted brinde es confidencial y para fines académicos.

### **SECCIÓN 1 DE 2**

**1. ¿Ha realizado turismo rural en la represa Sixto Durán Ballén en los últimos dos años?**

- Si
- No

### **SECCIÓN 2 DE 2**

**2. Ciudad de residencia.**

\_\_\_\_\_.

**3. Género**

- Masculino
- Femenino
- LGBTI

**4. Edad**

\_\_\_\_\_.

**5. Situación laboral.**

- Empleado
- Desempleado
- Jubilado
- Autoempleado
- Otra.....

**6. Nivel de ingresos**

- Menos de \$500
- Entre \$500 y \$1000



Amabilidad/hospitalidad de su gente										
Seguridad										
Actividades turísticas en el destino										
Uso de protocolos de bioseguridad										

**10. ¿Cómo realiza sus viajes?**

- Solo
- En pareja
- Con familia
- Con amigos

**11. Medio de transporte en sus viajes.**

- Vehículo propio
- Transporte público
- Alquiler de vehículos
- Vehículos de familiares o amigos

**12. Duración de la visita**

- Excursión de 1 día
- De 1 a 2 días
- De 3 a 6 días
- De 7 o más días

**13. ¿Qué actividades realizó en la represa?**

- Recorridos guiados en lanchas
- Visita a cascadas
- Gastronomía típica
- Caminatas por senderos
- Observaciones de aves
- Pesca
- Acuáticas deportivas
- Otras.....

**14. Valore de 1 al 10 los siguientes servicios, siendo 1 el menos importante y 10 indispensable para operar en el lugar.**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Servicios higiénicos									
Acceso para discapacitados									
Gastronomía									
Hospedaje									
Guías locales									
Información									
Centro de interpretación									
Señalética turística									
Guías bilingües									
Transporte									

**15. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete turístico?**

- Hasta 20 dólares
- De 21 a 40 dólares
- De 41 a 59 dólares
- Más de 60 dólares

**16. ¿Cuál de estos dos tipos de organización de viaje es el que usted más realiza?**

- Contratación de paquetes turísticos a través de operadoras
- Viajes por su propia cuenta

**17. ¿Qué actividades le gustaría que se implementaran en la represa Sixto Durán Ballén para mejorar el interés en la visita?**

**Anexo 2.** Inventario turístico de los recursos turísticos de la represa Sixto Durán Ballén

<b>INVENTARIO TURÍSTICO</b>			
	<b>FECHA</b>		
	<b>DÍA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
<b>DATOS DEL ATRACTIVO</b>			
	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		
	<b>UBICACIÓN</b>		
	<b>CATEGORÍA</b>		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>ACCESIBILIDAD</b>			
<b>OBSERVACIONES</b>			

## Anexo 3. Inventario turístico de la represa Sixto Durán Ballén

INVENTARIO TURÍSTICO			
	FECHA		
	DÍA	MES	AÑO
	Domingo (30)	Mayo	2021
DATOS DEL ATRACTIVO			
	NOMBRE DEL ATRACTIVO		
	Represa Sixto Durán Ballén		
	UBICACIÓN		
	Comunidad La Esperanza, parroquia Quiroga, cantón Bolívar.		
	CATEGORÍA		
1. Sitios naturales 2. <u>Manifestaciones culturales</u> 3. Alojamiento 4. Artesanías 5. Alimentos y Bebidas			
CARACTERÍSTICAS	Esta represa fue construida en el año 1992 con un área de 445 km <sup>2</sup> almacenando en ella unos 450 millones de metros cúbicos de agua.		
ACCESIBILIDAD	A la represa se puede acceder de manera terrestre mediante la vía que conecta a la parroquia Quiroga con Membrillo, misma que se encuentra en un buen estado.		
OBSERVACIONES			
La potencialidad turística que la represa posee es muy alta, ya que en ella existe una abundante diversidad de flora y fauna que hacen que la belleza paisajística de la zona sea única e incomparable.			

**Anexo 4.** Inventario turístico de los recorridos en canoa de la represa Sixto Durán Ballén

<b>INVENTARIO TURÍSTICO</b>			
	<b>FECHA</b>		
	<b>DÍA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
	Viernes (28)	Mayo	2021
<b>DATOS DEL ATRACTIVO</b>			
	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		
	Recorridos en canoa		
	<b>UBICACIÓN</b>		
	Represa Sixto Durán Ballén, comunidad La Esperanza, parroquia Quiroga, cantón Bolívar.		
	<b>CATEGORÍA</b>		
1. Sitios naturales 2. <u>Manifestaciones culturales</u> 3. Alojamiento 4. Artesanías 5. Alimentos y Bebidas			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Esta actividad nació en primera instancia como una actividad comercial y de transporte por parte de los comuneros locales. Con sus canoas realizaban actividades de pesca y transportaban a los habitantes por cada una de las zonas que se encuentra a la orilla de la represa. Tiempo después se vio el gran interés por parte de los turistas en realizar esta actividad, llevando así a los canoeros a empezar a desarrollarla. El precio de los recorridos está en: 5 USD un recorrido corto y 10 USD un recorrido más extenso.		
<b>ACCESIBILIDAD</b>	A la represa se puede acceder de manera terrestre mediante la vía que conecta a la parroquia Quiroga con Membrillo, misma que se encuentra en un buen estado.		
<b>OBSERVACIONES</b>			
Es una de las actividades más potenciales dentro de la represa, sin embargo, debido a diferentes problemáticas que existen dentro de la organización local no se ha podido desarrollar con éxito.			

**Anexo 5.** Inventario turístico de los paseos en bote de la represa Sixto Durán Ballén

<b>INVENTARIO TURÍSTICO</b>			
	<b>FECHA</b>		
	<b>DÍA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
	Viernes (28)	Mayo	2021
<b>DATOS DEL ATRACTIVO</b>			
	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		
	Paseos en botes.		
	<b>UBICACIÓN</b>		
	Represa Sixto Durán Ballén, comunidad La Esperanza, parroquia Quiroga, cantón Bolívar.		
	<b>CATEGORÍA</b>		
1. Sitios naturales 2. <u>Manifestaciones culturales</u> 3. Alojamiento 4. Artesanías 5. Alimentos y Bebidas			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Debido al crecimiento turístico que tuvo la zona, la comunidad local decidió invertir en la implementación de nuevas actividades turísticas que llamaran la atención a los turistas, es de ahí donde nació la implementación de los paseos en botes, los precios de estos paseos son de 5 USD por pareja la media hora.		
<b>ACCESIBILIDAD</b>	A la represa se puede acceder de manera terrestre mediante la vía que conecta a la parroquia Quiroga con Membrillo, misma que se encuentra en un buen estado.		
<b>OBSERVACIONES</b>			
El gran interés por parte de los turistas por realizar la actividad es alto, considerando que su precio es completamente accesible, sin embargo, dentro del área solo se encuentran dos botes en funcionamiento.			

**Anexo 6.** Inventario turístico de la gastronomía local de la represa Sixto Durán Ballén

<b>INVENTARIO TURÍSTICO</b>			
	<b>FECHA</b>		
	<b>DÍA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
	Viernes (28)	Mayo	2021
<b>DATOS DEL ATRACTIVO</b>			
	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		
	Gastronomía Local		
	<b>UBICACIÓN</b>		
	Represa Sixto Durán Ballén, comunidad La Esperanza, parroquia Quiroga, cantón Bolívar.		
	<b>CATEGORÍA</b>		
1. Sitios naturales 2. Manifestaciones culturales 3. Alojamiento 4. Artesanías 5. <u>Alimentos y Bebidas</u>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	La variedad gastronómica se encuentra enmarcada dentro de la cultura local, los principales platos que se ofrecen son el seco y caldo de gallina criolla, junto también a la guatita. Los precios varían entre los 3 hasta 5 USD		
<b>ACCESIBILIDAD</b>	A la represa se puede acceder de manera terrestre mediante la vía que conecta a la parroquia Quiroga con Membrillo, misma que se encuentra en un buen estado.		
<b>OBSERVACIONES</b>			
El gran interés por parte de los turistas por realizar la actividad es alto, considerando que su precio es completamente accesible, sin embargo, dentro del área solo se encuentran dos botes en funcionamiento.			

Anexo 7. Entrevista dirigida a los emprendimientos de la represa Sixto Durán Ballén



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
“MANUEL FÉLIX LÓPEZ”**

**ENTREVISTA 1**

**DIRIGIDO A:** Los emprendimientos ubicados en la represa Sixto Durán Ballén.

**OBJETIVO:** Identificar la oferta existente en el área.

**INSTRUCCIONES:** Se necesita de su colaboración respondiendo a las siguientes preguntas. La información que usted brinde es confidencial.

1. **¿Cuáles son los principales productos y servicios que se ofrecen a los turistas?**
  
2. **¿Cuál es el mercado al cual se han dirigido y que nivel de participación tienen?**
  
3. **¿Han desarrollado proyectos estratégicos para incrementar el nivel de impacto dentro del mercado turístico? ¿Siguen usando el mismo proyecto?**
  
4. **¿Se han desarrollado estrategias dirigidas a la sostenibilidad dentro de su negocio?**
  
5. **¿Cuáles son sus principales fortalezas y debilidades?**

**Anexo 8.** Entrevista para la identificación de los socios claves.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
“MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**ENTREVISTA 2**

**OBJETIVO:** Identificar los socios claves.

1. **¿Cuál es su perfil?**
  
2. **¿De qué manera aportará dentro del centro de operaciones turísticas?**
  
3. **¿Cuáles son sus antecedentes con respecto al trabajo en grupo? ¿han existido problemas con este tema?**
  
4. **¿Cuáles son sus objetivos personales? ¿Hacia dónde quiere su negocio?**
  
5. **¿Cuál es su forma de actuar cuando enfrenta circunstancias difíciles?**
  
6. **¿Considera que su participación dentro del centro de operaciones será de mucha importancia?**

## Anexo 9. Matriz del Perfil Competitivo

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC)							
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PONDERACIÓN	CENTRO DE OPERACIONES		COMPETENCIA 1		COMPETENCIA 2	
		CLASIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIÓN
<b>Total</b>							

## Anexo 10. Ficha de inventario turístico

INVENTARIO TURÍSTICO			
	FECHA		
	DÍA	MES	AÑO
<b>DATOS DEL ATRACTIVO</b>			
	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		
	<b>UBICACIÓN</b>		
	<b>CATEGORÍA</b>		
1. Sitios naturales 2. Manifestaciones culturales 3. Alojamiento 4. Artesanías 5. Alimentos y Bebidas			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>ACCESIBILIDAD</b>			
<b>OBSERVACIONES</b>			

--	--

Anexo 11. Ficha técnica de maquinarias y equipos.

<b>FICHA TÉCNICA DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>				
<b>Item</b>	<b>Maquinarias y equipos (Descripción)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
<b>Valor Final</b>				

Anexo 12. Ficha de inventario de insumos.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE INSUMOS</b>				
<b>Item</b>	<b>Insumos (Descripción)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
<b>Valor Final</b>				

Anexo 13. Ficha de costos.

<b>FICHA DE COSTOS</b>				
<b>ITEM</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

9				
10				
<b>VALOR FINAL</b>				

**Anexo 14.** Proyección de estado financiero

<b>PROYECCIÓN DE ESTADO FINANCIERO</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>Primer Año</b>	<b>Segundo año</b>	<b>Tercer año</b>	<b>Cuarto año</b>
<b>1. INGRESOS OPERACIONALES</b>				
<b>Total de Ingresos</b>				
<b>2. EGRESOS OPERACIONALES</b>				
<b>Total de Egresos</b>				
<b>3. FLUJO OPERACIONAL</b>				
<b>4. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>				
<b>Total Ingresos no Operacionales</b>				
<b>5. EGRESOS NO PERACIONALES</b>				
<b>Total Egresos no Operacionales</b>				
<b>6. FLUJO NO OPERACIONAL</b>				
<b>7. FLUJO NETO GENERACO</b>				
<b>8. SALDO INICIAL DE CAJA</b>				
<b>9. SALDO FINAL DE CAJA</b>				

**Anexo 15.** Ficha de proyección de ventas.

<b>PROYECCIÓN DE VENTAS</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>
<b>Incremento anual (%)</b>					
<b>Ventas</b>					
<b>Inversión</b>					

CENTRO DE OPERACIONES TURÍSTICAS QUE FORTALEZCA LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICES	HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Deficiencia de un centro de operaciones turísticas que fortalezca los emprendimientos en la zona de influencia de la represa Sixto Duran Ballén	Diseñar un centro de operaciones turísticas que fortalezca los emprendimientos en la zona de influencia de la represa Sixto Durán Ballén.	El diseño de un centro de operaciones turísticas fortalecería los emprendimientos en la zona de influencia de la represa Sixto Durán Ballén.	X= Centro de operaciones turísticas	Gestión de productos y/o servicios	N° de de productos y/o servicios que se están generando, % de rentabilidad de los productos y/o servicios.	Encuesta/Entrevista
				Gestión Turística	N° de negocios cumpliendo con la gestión turística, % de cumplimiento por negocio.	Encuesta/Entrevista
				Prácticas sostenibles	N° de actividades que apliquen medidas sostenibles, % de sostenibilidad de los emprendimientos	Encuesta/Entrevista
			Y= Emprendimientos	Planificación estratégica	% de aceptación de la planificación, % de la planificación llevada a cabo.	Encuesta/Entrevista
				Oferta y Demanda	N° de actividades turísticas desarrolladas, N° de turistas que visitan el recurso, % de satisfacción de la demanda.	Encuesta/Entrevista
				Innovación	% de la motivación de viaje de los turistas, % de emprendimientos con productos innovadores.	Encuesta/Entrevista
				Competitividad	% de diversificación de la oferta, tipos de estrategias competitivas	Encuesta/Entrevista

					<b>Desarrollo Turístico</b>	% de los ingresos anuales de los negocios, % de la calidad de vida de la comunidad local.	Encuesta/Entrevista
--	--	--	--	--	-----------------------------	---	---------------------

## Anexo 17. Resultados de la matriz de potencialidad

Nº	Atractivo y / o recurso	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	d	u	a	e	
1	Mirador La Esperanza	2	2	3	2	2	2	2	2	17
2	Fiesta de la asociación de pescadores	2	3	2	1	2	1	1	1	13
3	Cerro mil pesos	2	1	2	1	2	2	2	2	14
4	La regata	2	2	2	3	2	2	3	2	18
5	La Isla	2	2	2	2	1	2	2	2	15
6	Platos típicos de la comunidad La Esperanza	2	2	2	2	2	2	2	2	16
7	Puerto La Esperanza	3	3	3	2	3	2	1	2	19