



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TEMA**

**Propuesta para la implementación de una operadora turística sostenible como  
medio de desarrollo económico de la comunidad de Ayangue**

**AUTORA:**

**Mejía Cela, Ambar Xiomara**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:  
INGENIERA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

**Morán López, Guillermo Jorge**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**

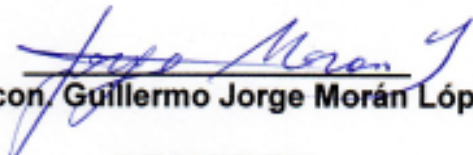


**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

### **CERTIFICACIÓN**

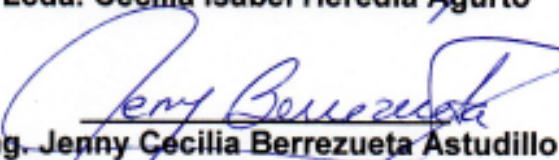
Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Mejía Cela, Ambar Xiomara, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional.

#### **TUTOR**


  
Econ. **Guillermo Jorge Morán López**

#### **REVISOR(ES)**

  
Lcda. **Cecilia Isabel Heredia Agurto**

  
Ing. **Jenny Cecilia Berrezueta Astudillo**

#### **DIRECTOR DE LA CARRERA**

  
**Msc. Alfredo Ramón Govea Maridueña**

**Guayaquil, a los 26 del mes de Mayo del año 2014**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Ambar Xiomara Mejía Cela**

### DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Propuesta para la implementación de una operadora turística sostenible como medio de desarrollo económico de la comunidad de Ayangue** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 26 del mes de Mayo del año 2014**

**AUTORA**

  
\_\_\_\_\_  
**Ambar Xiomara Mejía Cela**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

## AUTORIZACIÓN

Yo, **Ambar Xiomara Mejía Cela**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la implementación de una operadora turística sostenible como medio de desarrollo económico de la comunidad de Ayangue**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 26 del mes de Mayo del año 2014**

**AUTORA:**

---

**Ambar Xiomara Mejía Cela**

## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia agradezco a Dios por concederme la oportunidad de desarrollar esta etapa de mi vida, a los miembros de mi familia y amigos quienes me han apoyado y motivado a lo largo de estos años incondicionalmente para alcanzar una de mis metas propuestas; así mismo a quienes formaron parte de mi instrucción académica, agradecer no sólo por su paciencia e impartir sus conocimientos sino también por inculcarme valores éticos y morales, creyendo en mi en todo momento sin dudar de mis habilidades.

Ambar Xiomara Mejia Cela

## **DEDICATORIA**

La concesión de este proyecto se la dedico a mis padres, pilares fundamentales y ejemplos de fortaleza, a mis tíos, quienes también han velado por mi bienestar y educación desde la niñez, siendo apoyo en todo momento. Son ellos, principalmente quienes nunca dudaron de mí, de mi inteligencia y capacidad para aprender y afrontar nuevos retos en mi corta vida, por ellos estoy llegando a ser lo que quiero ser.

Ambar Xiomara Mejia Cela



## CONTENIDO

Declaración de responsabilidad .....	III
Autorización .....	IV
Agradecimiento.....	V
Dedicatoria.....	VI
Resumen.....	XIV
Abstract.....	XV
Résumé.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPITULO I</b>	
1.1 Antecedente.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	5
1.3 Declaración interrogativa.....	6
1.4 Contribución potencial .....	6
1.5 Objetivo general.....	6
1.6 Objetivos específicos .....	7
1.7 Marco teórico.....	7
<b>CAPITULO II</b>	
Características de la comunidad de Ayangue.....	16
2.1 Localización.....	16
2.2 Descripción poblacional.....	16

2.3 Aspecto social – cultural.....	17
2.4 Aspecto tecnológico.....	18
2.5 Análisis de la industria turística.....	19
2.6 Accesibilidad de la comunidad.....	20

### **CAPITULO III**

El ecoturismo y su intervención.....	21
3.1 Explicación sobre el ecoturismo con participación comunitaria .....	21
3.2 Ecoturismo, como herramienta de conservación.....	24
3.3 Ecoturismo y su preservación.....	24
3.4 Ecoturismo como instrumento de educación.....	26

### **CAPITULO IV**

Investigación de mercado .....	27
4.1 Metodología de investigación .....	27
4.1.1 Enfoque de la investigación.....	27
4.1.2 Diseño de la investigación.....	27
4.1.3 Método de la investigación.....	28
4.1.4 Unidades de Observación.....	29
4.2 Determinación de la muestra: cálculo y su tamaño.....	30
4.3 Técnica para la recolección de datos.....	31
4.4 Presentación y análisis de los resultados.....	32
4.5 Conclusión de investigación de mercado.....	39

### **CAPITULO V**

Plan de negocios – Operadora Turística.....	43
5.1 Administración y planificación del negocio .....	43
5.2 Giro del Negocio.....	43
5.3 La Administración.....	44
5.4 Misión.....	44
5.5 Visión.....	44



5.6 Objetivos estratégicos .....	45
5.7 Análisis FODA .....	45
5.8 Mercadeo y comercialización .....	47
5.8.1 Mercado de oferta.....	47
5.8.2 Mercado de demanda.....	47
5.8.3 Línea de servicios.....	48
5.8.4 Precio.....	48
5.8.5 Plaza.....	49
5.8.6 Promoción.....	49
5.8.7 Comercialización.....	51
5.8.8 Producto.....	52
5.8.9 Precios.....	52
5.8.10 Promoción.....	52
5.8.11 Posición.....	52

## **CAPITULO VI**

Aspectos tecnológicos del negocio.....	53
6.1 Diseño o descripción del producto y/o servicio.....	53
6.1.1 Turismo cultural – comunitario – ecológico.....	53
6.1.2 Turismo de deportes.....	54
6.2 Ubicación del negocio .....	61
6.3 Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	61
6.4 Vida útil del negocio.....	62
6.5 Diseño de la planta.....	62

## **CAPITULO VII**

Estudio Económico.....	64
7.1 Inversiones del proyecto.....	64
7.2 Fuentes y usos del proyecto.....	65
7.3 Financiamiento del proyecto.....	65

7.5 Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo.....	68
7.6 Ingresos.....	70
7.7 Costos y gastos .....	72
7.8 Cálculo del punto de equilibrio.....	74
7.9 Estado proforma de resultados.....	76
7.10 Balance general.....	77
7.11 Cálculo del flujo de caja del proyecto.....	79
7.12 Índices financieros.....	81
7.13 Análisis de riesgos.....	83
RECOMENDACIONES.....	85
CONCLUSIONES.....	86
BIBLIOGRAFIA.....	87
ANEXO.....	91

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Movimientos por salida de ecuatorianos.....	19
Tabla 2. Resultados - Pregunta 1.....	32
Tabla 3. Resultados - Pregunta 2 .....	33
Tabla 4. Resultados - Pregunta 3 .....	34
Tabla 5. Resultados - Pregunta 4 .....	35
Tabla 6. Resultados - Pregunta 5 .....	36
Tabla 7. Resultados - Pregunta 6 .....	37
Tabla 8. Resultados - Pregunta 7.....	38
Tabla 9. Resultados - Pregunta 8.....	39
Tabla 10. Análisis F.O.D.A.....	45
Tabla 11. Inversiones del proyecto.....	65
Tabla 12. Financiamiento del proyecto .....	66
Tabla 13. Depreciación de los activos fijos.....	66
Tabla 14. Amortización de los activos diferidos.....	66
Tabla 15. Depreciación acumulada de los activos fijos.....	67
Tabla 16. Amortización acumulada de los activos diferidos .....	67
Tabla 17. Condiciones Financiamiento .....	68
Tabla 18. Tabla de Amortización .....	68
Tabla 19. Ingresos por ventas del primer año .....	70

Tabla 20. Pronóstico de costo de ventas por actividad por año.....	71
Tabla 21. Gastos Sueldos y Salarios .....	72
Tabla 22. Gastos Sueldos y Salarios .....	72
Tabla 23. Costos de Ventas – De Administración.....	73
Tabla 28. Flujo de caja proyectado .....	79
Tabla 29 Índices financieros .....	81
Tabla 30. Análisis de Riesgos .....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	32
Gráfico 2. Rango de edades.....	33
Gráfico 3. Lugar de residencia habitual .....	34
Gráfico 4. Razones de viaje .....	35
Gráfico 5. Concepto del turismo sostenible .....	36
Gráfico 6. Importante desarrollar un turismo responsable.....	37
Gráfico 7. ¿Cómo conoció la existencia de la comunidad de Ayangue?.....	38
Gráfico 8. Actividades relacionadas con el turismo sostenible.....	39
Gráfico 9. Logotipo .....	43
Gráfico 10. Ubicación de Ayangue .....	49
Gráfico 11. Scuba Diving en Ayangue.....	54
Gráfico 12. Snorkeling .....	55
Gráfico 13. Parasailing.....	55
Gráfico 14. Avistamiento de ballenas.....	56
Gráfico 15. Parapente.....	56
Gráfico 16. Ciclismo .....	57
Gráfico 17. Pesca Deportiva .....	58
Gráfico 18. Canoping .....	59
Gráfico 19. Santuario Blanca Estrella de la Mar en Olón.....	60
Gráfico 20. Terreno en Ayangue .....	61
Gráfico 21. Plano de la empresa .....	63
Gráfico 22. Punto de equilibrio - AÑO 1 .....	75

## **RESUMEN**

El proyecto a desarrollar tiene como propósito mostrar la factibilidad al implementar una operadora turística sostenible como medio de desarrollo económico en la comunidad de Ayangue, provincia de Santa Elena.

En primera instancia, se realizará un análisis macro en lo que respecta al turismo sostenible y su influencia al hacerla participe en la propuesta, alineando a los parámetros base para formar la empresa considerándolos también como valor agregado para fortificarla.

Finalmente, considerando los resultados obtenidos del análisis de mercado, estos serán el respaldo para un diagnóstico apropiado sobre la viabilidad que se presenta en la comunidad al desarrollar actividades turísticas, fomentadas formalmente por una operadora turística sostenible, que busca satisfacer las necesidades tanto de visitantes locales y extranjeros, vinculando a su vez la participación los comuneros.

**Turismo Sostenible, diversidad biológica, globalización, dimensión ambiental,  
dimensión social.**

## **ABSTRACT**

The project to develop has the purpose to find the feasibility on the implementation of a sustainable tourism operator as an economic development mean in the community of Ayangué, Santa Elena

At first instance, a macro analysis will be performed regarding the sustainable tourism and its influence by making it part of the proposal, aligning to the basis parameters in order to create a company, considering as added value to strengthen.

Finally, considering the market analysis results, these will be the support for a proper viability diagnosis that occurs in the community while developing tourism activities formally promoted by a sustainable tour operator that seeks to satisfy the needs of both local and foreign visitors, linking at the same time with the community participation.

**Sustainable Tourism, biodiversity, globalization, environmental dimension,  
social dimension**

## RÉSUMÉ

Le projet à développer a comme objectif de démontrer sa faisabilité en implémentant un opérateur touristique durable qui soit un moyen de développement économique pour la communauté d'Ayangué, province de Santa Elena en Équateur.

En première lieu, une macro analyse concernant le tourisme durable et son influence dans la participation de la proposition sera réalisée, ceci en alignant les paramètres de base pour former l'entreprise en les considérant comme valeur ajoutée pour la fortifier.

Finalement, compte tenu des résultats obtenus de l'étude du marché, ceux-ci serviront de base pour donner un diagnostic approprié sur la viabilité du projet dans la communauté développant des activités touristiques, fomentées formellement par un opérateur touristique durable qui vise à satisfaire les nécessités tant des visiteurs locaux que des étrangers grâce à la participation de la communauté.

**Le tourisme durable, la biodiversité, la mondialisation, la dimension  
environnementale, la dimension sociale.**



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el tema de mares y costas ha ido cobrando relevancia dentro del sector ambiental alrededor del mundo, la evidente necesidad de conservar en mayor grado posible la vida marina, mencionando inclusive las playas de Ayangue, se manifiesta cada vez más en los diferentes aspectos que conforman la vida humana, combinándolo con un proyecto de turismo sostenible en conjunto con los comuneros se lo puede considerar como una oportunidad que aporte al desarrollo socioeconómico de la comunidad, involucrando a todos los participantes en este fomento.

Para las personas que han tenido la oportunidad de conocer la comunidad ubicada a lo largo de la Ruta del Sol en el Ecuador, indican que Ayangue es una localidad tranquila y apacible, poblada por gente que se dedica mayoritariamente a la pesca, actividad hereditaria de sus ancestros, deportes moderados debido a sus calmadas aguas y entre otras como alojamiento y restaurantes.

Esta tendencia permite que se involucren diversas actividades, siendo la turística una de las industrias donde se están generando importantes cambios en los conceptos del turismo tradicional, desde ya se puede inducir que se resalta el impacto en este campo disciplinario para aquellos interesados en ejercer o que ya están involucrados en alguna actividad relacionada con el turismo en particular como un negocio, en visualizar un proyecto a futuro y al mismo tiempo adaptarse a los nuevos cambios esenciales para el beneficio, tanto de la entidad como de la comunidad.

Adicional a esto, es muy importante recalcar que es una iniciativa que aporta directamente a las poblaciones que cuentan de cerca con estos recursos naturales, dando una perspectiva como cabida económica el incentivo, activación y apoyo al desarrollo de esta rama del turismo, será una fuente de ingresos para los habitantes de la población puesto que se generarán fuentes de trabajo para pequeñas cooperativas, inclusive vendedores informales que buscan crecer dentro de su misma

tierra, contando con un valor agregado que es el amplio conocimiento sobre el ecoturismo la cual podrán compartir con los visitantes extranjeros y locales, ya sea con prácticas complementadas con el equipo tecnológico adecuado o por el compartir dicho conocimiento general.

Otro factor por mencionar, es el nivel del manejo sustentable de los recursos naturales que posee la comunidad, la conservación y protección de la flora y fauna marina canalizado en la parte socioeconómica, ya que genera mayores posibilidades de estrechar fuertes lazos con entidades gubernamentales , posibles inversionistas locales o extranjeros con la finalidad de llevar a cabo futuros proyectos en las playas de Ayangue, sin dejar a un lado que el reconocimiento como país juega un papel muy valioso a escala mundial del cual hay que ocuparse para mantenernos en la misma posición o para demostrar el desarrollo continuo frente a otras naciones.

# **CAPITULO I**

## **1.1 Antecedentes**

En los últimos años se han originado importantes cambios en los hábitos y preferencias de los turistas. Según González, Sánchez y Sanz (2007) en la actualidad el turista es más exigente y está más informado, lo que conlleva a buscar más experiencias; asimismo, presenta más inquietudes sobre culturas y medios para cuidados medioambientales, por lo que demanda una oferta complementaria más amplia y variada.

Tomando en cuenta la ubicación del Ecuador en la costa del Pacífico, que atribuye de manera favorable los recursos propios y necesarios en lo que respecta a la flora y fauna, al mismo tiempo, en combinación con las expectativas de los visitantes lograr un desarrollo continuo.

Uno de los sectores accesibles, es la comunidad de Ayangue, ubicada en la provincia de Santa Elena y cuenta con una extensión de 3 km aproximadamente, escondida fuera de la carretera principal. Es una playa recta con oleaje suave que cuenta con un gran atractivo ecológico y natural, que ha sido abierta al turismo y personas que día a día están dispuestas a recibir visitantes de todas partes del Ecuador, lo que más atrae son sus apacibles aguas lo cual le ha dado el reconocido nombre de la piscina del Pacífico por ser una ensenada que atrae a muchos de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Considerando los recursos existentes en el país, se ha llevado a cabo la realización de una Evaluación Ambiental del Turismo en la Comuna Ayangue en el 2011, cabe señalar que en el Ecuador las evaluaciones ambientales (EA) se concentran a nivel de proyectos, las cuales han logrado importantes avances en la minimización y corrección de los impactos sobre el medio ambiente generados a raíz de la ejecución de proyectos; se puede tomar como otro ejemplo en cuanto a la

influencia del cuidado del medio ambiente marino, el Plan de Monitoreo para la evaluación del impacto del Ecoturismo Marino en las Islas Galápagos el cual es parte integral del proyecto binacional y multi-institucional Incofish 2008.

Según el Plan de Monitoreo (2008) el objetivo general consiste en la implementación de indicadores costo – efectivos cuyo fin es generar bases científicas para evaluar el impacto del ecoturismo marino en cuatro Áreas Marinas Protegidas del Pacífico Tropical Oriental: la Reserva Marina de Galápagos y el Parque Nacional Machalilla, en Ecuador, así como el Santuario de Flora y Fauna Malpelo y el Parque Nacional Natural Gorgona, en Colombia.

El plan de monitoreo propone una adaptación del sistema de criterios e indicadores como mecanismo para generar baterías de monitoreo a nivel de cada área marina protegida, estas son, a su vez, integradas en planes de inducción a los visitantes que siguen metodologías de manejo turístico como límites de cambio aceptable, manejo de impacto de visitantes y experiencia del visitante y protección del recurso. Si bien la metodología a aplicar en cada área está asociada a las características y contexto de cada una, las baterías de monitoreo específicas se insertan dentro del sistema de criterios e indicadores de manera que se posibilitan comparaciones entre áreas para obtener resultados a nivel regional.

Este plan corresponde específicamente a la reserva marina de galápagos y revela el resultado del análisis, evaluación y ratificación de indicadores para los cuatro aspectos arriba mencionados. Dichos protocolos fueron aplicados y evaluados a lo largo del 2007 a fin de demostrar, por un lado, su viabilidad y, por otro, su utilidad para evidenciar fuentes de daño ambiental, así como aspectos claves de la calidad y seguridad de los servicios de ecoturismo marino y la capacidad de manejo por parte de la administración de la reserva marina de Galápagos, inclusive demuestran impactos de la actividad a nivel socio-económico en el archipiélago.

Se espera que así como la positiva influencia del plan de monitoreo en Galápagos, la implementación de este plan en forma sistemática permita justificar, de manera objetiva, la adecuada organización de las actividades de ecoturismo marino en Ayangue, a fin de que éstas resulten sostenibles a largo plazo, tanto para los recursos marinos como para el negocio turístico.

## **1.2 Planteamiento del problema**

La comunidad de Ayangue cuenta con una diversidad de atractivos naturales que no son aprovechados, manteniendo en equilibrio el cuidado de la flora y fauna marina, debido a falencias existentes como ausencia de inversión monetaria para el fomento de negocios proyectados que aporten el nivel de ingreso de los habitantes, que no permiten una armonización con la protección y restauración de la calidad del ambiente natural en su totalidad en donde también las metas sociales y ambientales puedan estar unificadas dentro del contexto del desarrollo sostenible. Fallas en la infraestructura como el sistema de alcantarillado y tratamiento de aguas servidas, la pavimentación de calles entre otras debilidades que no les permita avanzar con sus actividades.

Dentro de otros factores negativos también se encuentra el bajo nivel de incentivo en cuanto a la participación ciudadana o de los turistas locales y extranjeros en la protección del medio ambiente, la aparición del turismo indiscriminado debido a que no hay una instrucción eficiente sobre el cuidado ambiental y para la promoción del turismo en este caso ecológico conveniente.

Por último, la producción de desechos en las playas, la cual causa enfermedades en los seres vivos, destrucción del hábitat afectando así poco a poco la imagen del atractivo como tal y la marca país.

### **1.3 Declaración interrogativa**

¿Cuál será el nivel de factibilidad al implementar una operadora turística sostenible en el desarrollo económico de la comunidad de Ayangue?

Variable independiente: Una operadora turística.

Variable pendiente: Grado de desarrollo económico.

Unidad de análisis: la comunidad de Ayangue

### **1.4 Contribución potencial**

1. Contribución a la conservación de la flora y fauna marina, a sus efectos potenciales, a la adopción de medidas preventivas, a la integración en la supervisión y evaluación.
2. Énfasis en la participación local, propiedad y oportunidad con la intervención de los comuneros en esta actividad comercial sosteniendo el bienestar local.
3. Involucra acciones responsables por parte de los turistas extranjeros y locales junto con la industria turística.
4. Aporte en el mejoramiento de la calidad de vida de los interesados y familias, en participar en el ecoturismo como fuente de ingresos permanentes.
5. Resalta la marca país del Ecuador “Ama la vida” frente a otros países quienes también están con proyectos similares.

### **1.5 Objetivo general**

1. Determinar la viabilidad socioeconómica a través de los resultados del análisis de mercado y análisis financiero, al implementar una operadora turística sostenible en la comunidad de Ayangue como medio de desarrollo para los comuneros.

## 1.6 Objetivos específicos

1. Establecer las principales necesidades de los turistas y comuneros para garantizar la aceptación de la propuesta en Ayangué.
2. Determinar estrategias competitivas reconociendo criterios de sostenibilidad ambiental para la puesta en marcha del proyecto.
3. Evaluar el nivel de intervención positivo o negativo entre el proyecto y el medio ambiente existente en la zona con el fin de proponer medidas correctivas.

## 1.7 Marco teórico

Según la Organización Mundial del Turismo, (2007) el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a zonas que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Una industria enorme y extensa que se encuentra en todo el mundo, no obstante, sus efectos pueden ser positivos o negativos, dependiendo de si se benefician o perjudican. Es por eso que aparece el ecoturismo, que es un sector del turismo basado en el turismo naturalista, considerado a nivel internacional como una herramienta responsable con el medio ambiente de carácter sostenible, el cual beneficia a las comunidades locales una vez su implementación, sin embargo, esto no disminuye en el contexto global de la evolución del pensamiento económico del mismo modo que la revolución técnica-económica del espacio y el tiempo, que han obligado a las naciones a concebir nuevos sistemas productivos, resarcir las brechas de pobreza, el deterioro del medio ambiente y otras consecuencias de un sistema capitalista.

Para Amos, B. (s.f) el ecoturismo es visto como un turismo sustentable que se lleva a cabo en áreas naturales mayormente inexploradas, que tienden a ser ambientalmente y a menudo socialmente vulnerables, por lo que su impacto potencial puede ser aún mayor, para bien o para mal. Este tipo de turismo trata de extender los impactos positivos mediante un enfoque particular en cuanto a la conservación de los recursos, los beneficios para las poblaciones anfitrionas y la educación a los visitantes.

Según Zamorano, F. (2002) para la mayoría de las especies, un aumento en la población que exceda la capacidad de carga de su ambiente, produce un retroceso en su población. El desmedido aumento en la población ha creado una forma de consumo de recursos y producción de desechos que no pueden sostenerse por tiempo indefinido, por el contrario, se acercan alarmantemente a sus límites. Es importante buscar nuevas expectativas de vida y formas de vivir que sean sostenibles, en otras palabras, reorientar el camino hacia una nueva forma de vida sustentable.

El ecoturismo se ha manifestado como una estrategia mundial para proteger el medio ambiente y los recursos naturales y propiciar el desarrollo sostenible alrededor del mundo. Sin embargo, estudios del caso hacen cuestionable dicha estrategia, ya que todo crecimiento económico significativo, implica, en menor o mayor escala, la destrucción de la naturaleza. Es el incremento de la producción lo que ha motivado el desarrollo de la investigación que tuvo como fin el ecoturismo como estrategia de desarrollo regional y sostenible.

Conceptualmente de los términos ecoturismo y turismo sostenible han surgido confusiones puesto que se encuentran dentro de la misma aplicación en estos últimos años, esta situación se da puesto que relacionan directamente el significado del turismo sostenible con el principio de “ecológico” por lo que en ocasiones se enlazan con el ecoturismo pese que no esté correcto. No obstante, en lo que se debe trabajar es que el turismo sostenible se aplique en todas las ramas relacionadas con el turismo en especial al ecoturismo, por ser el que se desarrolla en áreas protegidas, por la



protección de flora y fauna, que funciona como una alternativa del cuidado de los recursos vivos mediante la promoción e incentivo de actividades que no deterioren el ecosistema y que a su vez mejore la calidad de vida sustentando el logro de un verdadero desarrollo sostenible en la comunidad.

Relacionando el ecoturismo con teorías existentes para demostrar su factibilidad en la industria a la que pertenece, cabe alinearlos con la teoría de la globalización, por lo que según Paul Krugman (2008), el término mencionado da referencia a los diferentes procesos de los cuales los Estados se relacionan junto con los actores transnacionales con sus alcances de poder, orientación, identidad y entramados diversos. Para esto el turismo tiene con una compleja red de acciones que actúan acorde al nuevo “sistema” en donde a su vez, los turistas como los demás agentes del comercio mundial, son partícipes en la relación entre dos o más culturas ya sea asimétricas o que tengan algún factor que las relaciona entre sí.

Para esto, se centra en las transacciones económicas en donde se incluyen temas culturales y de comunicación a nivel mundial, argumentando también que para mantener el desarrollo se debe relacionar los aspectos económicos, financieros, políticos y de avance tecnológico de los países, que a su vez ha permitido el surgimiento de una nueva era en donde aún se trabaja en contar con la participación de todas las partes para obtener sus beneficios, adicionando que la tecnología ha facilitado a las empresas que están involucradas en la industria turística, minimizar los costos de operación y al mismo tiempo facilitar la información ya sea de la participación de su competencia directa, indirecta como del nivel de crecimiento de este tipo de mercado.

Sin embargo, representa un reto equilibrar las crecientes expectativas de los turistas con las posibilidades de un desarrollo continuo debido a la intervención de las entidades responsables ya que de cierta forma no reconocen el nivel de desgaste de

los recursos naturales lo que conllevará en corto plazo al desequilibrio de la industria del turismo.

En una segunda relación, se encuentra la teoría del desarrollo sostenible, originada en 1972 por el Club de Roma formalizada en 1987 por Gro Harlem Brundtland, en el cual se resalta el desarrollo sostenible como proveedor de las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para poder satisfacer sus necesidades.

Existen tres aspectos principales que se deben de tomar en cuenta entre el desarrollo sostenible y el ecoturismo:

1. En lo que respecta al vinculo entre la permanencia y equilibrio de los ecosistemas con el nivel de ingresos por la industria del turismo, conlleva a plantear medias retroactivas que favorezcan a los partícipes generando beneficios económicos y que a su vez, la participación represente una capacidad productiva capaz de reducir el abuso de los recursos naturales, dándoles el uso más eficiente.
2. Con relación a la dimensión social de un desarrollo sostenible: Hay que admitir que se debe lograr en primera instancia una equidad social que enmarca principalmente a que las personas se favorezcan con educación, salud, beneficios sociales, derechos humanos, seguridad, que tengan la oportunidad de hacer contribuciones a la comunidad que sean productivas y a su vez justamente remuneradas.

Como segundo punto, el desarrollo de la relación entre comunidades, lo que implica comprender que las desigualdades sociales representan una inestabilidad y una amenaza para la viabilidad de la convivencia humana, que los niveles de vida de las comunidades están relacionados en casi todos los

aspectos con el tamaño de la población humana que debe ser mantenida en armonía por los recursos ambientales y la infraestructura del planeta.

3. La Dimensión Ambiental de un Desarrollo Sostenible: En esta parte, se enfoca al mantenimiento de la productividad de la infraestructura ambiental y el planeta, evitando el desgaste de sus recursos pero al mismo tiempo contribuyendo en los bienes y servicios que favorezcan el bienestar humano.

Dadas las circunstancias, enfatizando la búsqueda de una correcta implementación del turismo sostenible a nivel nacional, el Ministerio de Turismo elaboró el plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”, Como indica la ex ministra del turismo, Salvador M. (2007) *“El Ecuador necesita desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórico-cultural, el medio ambiente, las comunidades y reactive la economía. Por ello, en el Ministerio de Turismo trabajamos elaborando el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible con visión al año 2020”*.

Los objetivos están en la generación de un proceso dentro de sus territorios bajo los principios de reducir la pobreza, que exista la equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada con la ayuda de los esfuerzos públicos, privados y de comunidades.

A su vez, que el turismo sostenible cuente con condiciones que sirvan de eje para la economía ecuatoriana, buscando mejorar la calidad de vida de las poblaciones y al mismo tiempo satisfacer las necesidades de los turistas, beneficiándose de sus elementos como ventajas competitivas del país y por último, lograr insertar el ecoturismo en la política y en la planificación nacional para que en corto plazo sea considerado punto primordial en las inversiones públicas y privadas para lograr potenciarla.

El plan indica el análisis estadístico en cuanto al número de visitantes que ha tenido el país en los últimos años en las distintas ramas del turismo, sus motivos para trasladarse a diferentes lugares, las actividades que han logrado mayor porcentaje de realización; en base a los datos históricos se surgió la necesidad de un plan de mejora para el control de la sobre explotación de los recursos con los que cuenta el Ecuador.

Al momento en que nazca una iniciativa por parte de empresas y/o personas que quieran desenvolverse en esta industria deben alinearse a los programas y proyectos que se realizarán, caso contrario, aparte de estar desalineada al plan, no tendrá prioridad de apoyo ni fomento para su realización, a pensar que las estrategias establecidas en el PLANDETUR 2020 son generales, a nivel nacional y de aplicación local para los destinos con prioridad de apoyo y fomento según la línea de servicios y productos turísticos que ofrezca o el potencial de los destinos.

No obstante, en caso que se encuentre alineado al plan 2020, el Ministerio de Turismo respalda a estas nuevas ideas de negocio según el programa “Negocios Turísticos Productivos” cuya finalidad es identificar las oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos, en base a los recursos disponibles, a las aspiraciones y limitaciones que tiene el proyecto; una vez establecidos los planes que se llevarán a cabo, se contará con la asistencia técnica especializada para la gestión de un plan de negocio para la implementación del proyecto asegurando el éxito del desarrollo y también en lo que respecta al proceso para obtener el crédito con organismos de la banca pública una vez se determine el monto que se necesite, siempre y cuando obtenga el certificado para proyectos nuevos y en marcha emitido por el Mintur.

Un caso de la implementación del ecoturismo que se puede apreciar, es la Reserva de la Biosfera “Sierra de Huatla”, administrada y ejecutada por el Centro de Educación Ambiental e investigación (CEAMISH) perteneciente a la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México) y también por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) (1996). El programa consiste en la

conservación y manejo de la reserva tiene como prioridad el tratamiento de diversos programas relacionados con el desarrollo del concepto del ecoturismo en las poblaciones que habitan el lugar.

Pese a las buenas intenciones que CEAMISH y las acciones que realizan, las poblaciones locales que habitan en la reserva siguen formando parte de las agrupaciones marginales desde el punto de vista socioeconómico en todo México, en lo que respecta a servicios disponibles, oportunidades de educación, empleo y salud. La pobreza, la situación de marginación y miseria en la zona de Morelos se deben a su participación en la época revolucionaria de la revolución agraria como un refugio para las tropas. Por lo que debido a esta situación, se incentivó a la población que siguiera el plan de reivindicación de sus tierras aprovechando a su vez la riqueza natural, con la finalidad de terminar la revolución agraria incitando a su inclusión en las estrategias corporativas de un estado capitalista al servicio de intereses nacionales y transnacionales.

Existen ocasiones en las que los habitantes de las comunidades no son consideradas para formar parte de la implementación de actividades relacionadas con el ecoturismo, por lo que se califican a estos planes como un simple proyecto que se realiza en el medio ambiente utilizando los recursos disponibles en ese momento, sin darse cuenta que un pilar también indispensable es la participación de los comuneros para concretar, gestionar los proyectos ni las disposiciones ambientales para reducir los impactos negativos de la actividad.

En proyectos de ecoturismo, la naturaleza es explotada, vendida y consumida, como normalmente lo realiza una economía de mercado competitiva en donde lamentablemente se confunde el significado de valor con precio, considerando a su vez, las estrategias y métodos aplicados en estos años que hayan sido los mismos y se parezcan al turismo convencional en cuanto a temas de corrupción de autoridades locales, información distorsionada, compensaciones inadecuadas por las

expropiaciones de tierras que esta actividad conlleva al final, a impactos negativos en el ámbito social, cultural y de la naturaleza.

De la misma forma, bajo el pretexto de la conservación del medio, el ecoturismo lleva en numerosas ocasiones a que haya una privatización de tierras y recursos naturales aún más rápidos que con la influencia del turismo tradicional, los programas impartidos establecen medidas ecológicas en el desarrollo de la actividad turística, sin embargo, como dato indagador, las personas que participan en el plan exigen derechos para disponer sobre las tierras causando el descontento de los comuneros.

En teoría, los proyectos relacionados con el ecoturismo pretenden la preservación de los parajes, su flora y fauna, cuando en la práctica lo que realmente están haciendo, es reservarlos para los más ricos, es decir, para quienes han contribuido directa o indirectamente en su deterioro, con esta rama del turismo, con la aplicación incorrecta dentro de una comunidad, hace que en corto plazo se convierta en un bien de consumo aprovechando la producción en los espacios naturales para el disfrute de los turistas, así se produce un lugar de entretenimiento, que se vende, se consume como si fuera una mercancía más.

Se puede y debe reunir las siguientes cualidades para un desarrollo sostenible, que sea ambientalmente amistoso y deseable, valioso y satisfactorio el respeto de la vida animal y vegetal, social y culturalmente aceptable, representativa como una vía que garantice un crecimiento económico y de repartición equitativo. Aunque en este momento presenta escenarios de éxito en diferentes casos, especialmente en el aspecto económico, también ha sido criticado por sus impactos a veces negativos en cuanto a la conservación de la riqueza biológica, repercusiones sociales y equidad deficiente en la distribución de beneficios, presentando algunas veces aspectos conflictivos.

En diferentes partes del mundo, la diversidad biológica se encuentra en las atracciones naturales, en sus historias, en la arqueología que narran sus propias versiones y otras que permiten llevar a cabo un plan estratégico para implementar el turismo responsable que se espera. Con el aumento de tiempo libre, una proporción cada vez mayor de personas jubiladas “adultos mayores” y el interés creciente de poblaciones urbanas deseosas de reencontrarse con la naturaleza, a menudo estimulados por programas de televisión y otros que destacan los atractivos de vida silvestre el futuro se presenta alentador.

## **CAPITULO II**

### **CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD DE AYANGUE**

#### **2.1 Localización**

Según Comuna Ayangue (2014) La comunidad de Ayangue es un pequeño pueblo de pescadores, ubicado en una bahía en forma de herradura en la provincia de Santa Elena, a 150 kilómetros de Guayaquil, delimitada al norte con la Comuna San Pedro, al sur por la Comuna Palmar, al este por la parroquia Colonche y la cordillera del mismo nombre y al oeste por el Océano Pacífico. Cuenta con un rostro rural rodeada de otras playas (Portete Grande y Chico), con amplias arenas bordeadas por dos riscos que interrumpen en el mar, conocida por sus arrecifes de coral virgen, aguas claras, tibias y tranquilas por lo que ha recibido el reconocimiento como una de las playas más tranquilas, propicias sobre todo para la alta frecuencia de visitas de niños, agregando también la disposición de la población a ofrecer un servicio de calidad a los turistas locales o extranjeros.

#### **2.2 Descripción poblacional**

Las costumbres y estilo de vida de la costa ecuatoriana son muy similares, sus habitantes cuya piel trigueña por el sol tienen como principal actividad comercial la pesca artesanal, debido al fácil acceso que tiene en los recursos, sin embargo, gracias a la aparición de nuevas industrias, ha conllevado a que numerosos habitantes desarrollen nuevas actividades con el fin de obtener ingresos como el cultivo del camarón, el comercio de artesanía, el transporte, la construcción de establecimiento para hospedaje, comedores, restaurantes, entre otros.



## **2.3 Aspecto social – cultural**

El incremento del turismo en la provincia de Santa Elena, ha incentivado a los habitantes de las diferentes comunidades a asociarse a esta industria, por lo que el Ministerio de Turismo en conjunto con las autoridades realiza cursos, talleres, entre otras metodologías acorde a la exigente demanda por parte de los turistas, que la imparten a los comuneros con el fin de incrementar el nivel de servicio en los diferentes establecimientos turísticos, resaltando la identidad de cada pueblo, la interacción entre el turista y los moradores, a más de las actividades de aventura que sea realizan.

Según el INEC (2010) la población de la provincia de Santa Elena está en 308.693 personas, de las cuales, una parte considerable está constituida por jóvenes. Al analizar las cifras del último censo, la provincia cuenta con 108.930 personas que pertenecen a la población económicamente activa (PEA) dedicadas a la actividad pesquera y artesanal, y que cuenta con una tasa de 5,2% en analfabetismo, entre personas de 15 años o más que no saben leer ni escribir.

De manera que, el carácter cultural, juega un rol muy importante en la provincia y sus atractivos, lo cual hace interesante para los turistas quienes están en búsqueda de nuevas expectativas fuera de su lugar natal, es decir, a nivel de culturas, formas de convivencia entre comuneros, costumbres y tradiciones. Otro factor que lo vuelve atrayente, son las diversas playas que se encuentran en la Ruta del Sol, lo cual permite a los turistas acceder a su vez, a los servicios tales como alojamiento, restaurantes, stands de artesanías, centro arqueológicos y deportes; que a su vez, para llevar a cabo estas actividades cabe recalcar que cuentan con el 90% de agua potable y 70% de alcantarillado a más del acceso a una buena infraestructura del terminal terrestre de la provincia que genera empleo y contribuye al traslado de turistas a los diferentes atractivos con mayor seguridad, haciendo que el desarrollo social y turístico de la provincia y sus comunidades se vea reflejado en el día a día.

## **2.4 Aspecto tecnológico**

El avance tecnológico es otro factor que influye en el desarrollo de las industrias en el mundo, gracias a su intervención ha generado las creaciones e innovaciones tanto de bienes, servicio, sistemas e infraestructuras, los medios de comunicaciones, que son usados con mayor frecuencia para promocionar y comercializar las actividades a ofrecer en los lugares receptores, en este caso, hablando de la industria turística, estos necesitan vender a través de medios audiovisuales que capten lo más rápido la atención del futuro consumidor local o extranjero.

Es por esto que, Santa Elena, a pesar del poco tiempo de haber sido legalmente constituida como provincia, ha hecho que las entidades tanto públicas como privadas actúen rápidamente frente a su continuo desarrollo. Un ejemplo que se puede mencionar es la construcción de una planta asfaltadora, que mejoraría la red vial y acceso a las comunidades que la conforman, inclusive la construcción del nuevo terminal terrestre, que facilita la fácil movilización de los turistas y habitantes a diferentes puntos, a su vez garantizando que los medios de transporte se alineen a un sistema con una reorganización completa, que no hagan paradas en las carreteras que puedan atentar contra la seguridad de los pasajeros.

Es evidente que la influencia de la tecnología ha revolucionado y modificado las diferentes industrias, tanto las hoteleras, ocio y entretenimiento, y gastronómicas, que ahora juegan un papel elemental en las reglas en el mundo de los negocios y en la manera de llegar a los clientes. Los beneficios de los avances tecnológicos en cuanto al incremento de su competitividad aportan con la reducción de errores y creación de nuevas funcionalidades sobre todo en el sector con mayor impulso, el turístico.

## 2.5 Análisis de la industria turística

La industria turística y hotelera del Ecuador, se ha desarrollado de manera continua en los últimos años por lo que ahora se la considera el cuarto rubro más importante que genera ingresos en el país, a diferencia del petróleo y la exportación del banano y camarón que ayudan al mantenimiento de la dinámica creciente de la economía del país.

Para este análisis se considera, la comparación del número de ingresos de extranjeros en el país, según la Dirección Nacional de Migración 2013 con la cifra de salidas de ecuatorianos en el mismo periodo, quedando así la tabla comparativa a continuación.

**Tabla 1 Movimientos por salida de ecuatorianos**

MESES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	67,521	71,172	69,601	77,532	79,108	2.03
FEB	72,591	74,436	68,524	90,608	94,464	4.26
MAR	75,150	81,686	89,613	91,453	98,292	7.48
ABR	64,992	72,231	80,856	80,966	94,894	17.20
MAY	57,869	70,330	79,986	81,047	89,092	9.93
JUN	55,297	61,070	70,876	66,422	88,962	33.93
JUL	71,234	80,855	99,145	94,567	102,343	8.22
AGO	81,338	96,675	117,569	113,567	126,286	11.20
SEP	74,494	78,575	95,658	88,803	103,598	16.66
OCT	70,641	79,108	90,301	84,368	102,160	21.09
NOV	63,713	70,227	91,092	83,399	91,549	9.77
DIC	58,797	62,520	69,230	69,473	84,814	22.08
<b>TOTAL</b>	<b>813,637</b>	<b>898,885</b>	<b>1,022,451</b>	<b>1,022,205</b>	<b>1,155,562</b>	<b>13.05</b>

Fuente: Anuarios de Migración Internacional – INEC (2009 – 2011)

Dirección Nacional de Migración (2012 – 2013)

Elaborado por: Dirección de Investigación – Ministerio de Turismo 2013

Existe un incremento del 13.05% de salida de ecuatorianos entre los dos últimos años, por lo que la diferencia que permaneció en el país será considerada para el análisis del estudio de mercado, como justificativo del reemplazo del consumo

extranjero por el nacional, es decir, existe 1,333,57 ecuatorianos quienes podrían haber tenido algún traslado local ya sea por feriado, vacaciones o por actividad fuera de rutina los fines de semana.

Cabe recalcar que el Ecuador se ha convertido en uno de los destinos que cuenta con un alto número de ingreso de turistas en Latinoamérica lo que ha conllevado a tener reconocimientos a nivel internacional, en recompensa por los recursos naturales, la acogida para los visitantes en los diferentes puntos del país, colocándose dentro de los cuatro mejores países más visitados en el mundo. Es por eso que es punto fundamental el desarrollo del turismo a nivel latinoamericano por lo que prevalece el cuidado de los recursos naturales para mantener el prestigio como uno de los países más visitados.

## **2.6 Accesibilidad de la comunidad**

La comunicación vial para Ayangue no presenta inconvenientes gracias a la intervención de las autoridades para la reconstrucción de sus carreteras principales a pesar de que necesiten mejorías en la ruta local. Sin embargo, esto no deja de lado que permite el acceso a otras playas a los largo de la Ruta del Sol, no posee muelles ni puertos, cuenta con la disponibilidad local de mano de obra no calificada, pero existe el personal profesional en carreras administrativas y técnicas que laboran en empresas que se encuentran tanto en la carretera como dentro de las comunidades.

Existe acceso considerable a un sistema de telecomunicaciones, de agua potable suministrada para los servicios públicos mediante tuberías, junto con el suministro de energía eléctrica y disponibilidad de combustible. No obstante, aún presentan inconvenientes por no contar con un sistema de alcantarillado seguro para la comunidad ni con una planta de procesamiento.

## **CAPITULO III**

### **EL ECOTURISMO Y SU INTERVENCIÓN**

#### **3.1 Explicación sobre el ecoturismo con participación comunitaria**

El turismo y ecoturismo ofrecen diversas opciones que están a la altura de las expectativas de los visitantes, es por eso que esta industria incentiva al país en el desarrollo de sus actividades vinculadas, con las finalidades de proteger, mantener los recursos naturales de los atractivos, mejorar y poner a disposición los escenarios naturales de los lugares que aún no han sido descubiertos o que no prestan muchos servicios a los turistas por la falta de herramientas para el fomento del ecoturismo en el Ecuador.

Uno de los aspectos fundamentales que se debe considerar al momento de emprender un proyecto de ecoturismo es la comunidad, puesto que no hay mejores expertos que saben dónde se puede explotar un recurso natural, encontrar la fauna y flora y lo más importante, conocen la forma adecuada de proteger sus recursos.

Beneficios:

Aplicando correctamente un plan de ecoturismo, se busca alcanzar el progreso de las perspectivas, tales como:

1. Aumento en los ingresos nacionales, debido a la creación de espacios nacionales protegidos que también despertarán el interés del turista local de conocer los recursos que cuenta su país.
2. El aumento de entrada de divisas gracias a la visita de turistas en el atractivo.
3. La necesidad de mejorar la infraestructura traerá consigo la generación de puestos de trabajos que serán ocupados por los mismos comuneros.

4. Satisfacción de las necesidades de los turistas, obliga a una mejora inmediata en la infraestructura de los servicios básicos.
5. La garantía de mejora en la calidad de vida de la población mediante la introducción económica, en este caso, del ecoturismo.
6. Nuevas actividades como medios económicos sustitutos de las actividades tradicionales.
7. La intervención de todas las partes en la toma de decisiones sobre las actividades relacionadas al ecoturismo, lo que busca es la participación de la población en los proyectos a realizar en conjunto con las autoridades, los gestores de los espacios y operadores turísticos.

Como es esencial la participación de la comunidad en los proyectos que se quieran llevar a cabo, el mantenerlos aparte sólo traerá problemas, como se plantearán a continuación, que no aportarán soluciones eficientes durante el proceso de desarrollo.

Inconvenientes:

Aunque la implementación del ecoturismo trae beneficios a la comunidad, vale recalcar los posibles inconvenientes que pueden generar:

1. Pérdida de la identidad de la comunidad, debido a la llegada de turistas extranjeros estos pueden traer consigo la imposición de sus valores que son ajenos a la zona, obligando a que los comuneros se adapten a estos nuevos estilos de vida.

2. El desarrollo económico puede despertar el interés de otras regiones del país a que se instalen, buscando el emprendimiento de sus proyectos con la finalidad de lograr prosperidad; en caso que no exista un crecimiento controlado a lo que la comunidad puede receptor, los perjuicios sociales aparecerán por añadidura o comenzaría el desplazamiento de sus habitantes en el momento que el costo de vida sea demasiado caro y que a su vez no vea beneficios directamente del ecoturismo.
3. Si existe un flujo de turismo excesivo, esto provocará problemas de contaminación, consumo indiscriminado de los recursos naturales, tráfico, delincuencia, entre otros inconvenientes que anteriormente no existían en la comunidad.
4. La división de los pobladores no debe existir una vez que surjan proyectos de ecoturístico, es preciso involucrar el criterio de todos los comuneros que apoyen a las nuevas iniciativas clarificando los beneficios que tendrán en corto plazo.
5. La posible movilización de los pobladores a otras zonas en caso de que no estén de acuerdo con la implementación de proyectos relacionados con el ecoturismo sino que aún viven bajo los ingresos de sus actividades tradicionales.
6. El establecimiento de un monocultivo turístico, representa un riesgo para la comunidad, puesto que no deben dejar de lado sus actividades tradicionales que aportan a la economía de los hogares, el turismo es una actividad estacional y fluctuante que no siempre garantiza ganancias en todo el año.

### **3.2 Ecoturismo, como herramienta de conservación**

Es común viajar a países en vías de desarrollo específicamente a lugares vírgenes para estudiar, disfrutar o realizar actividades de voluntariado. La aparición del ecoturismo encierra a la vida vegetal, animal, la geología, los ecosistemas del área inclusive a los protectores de los recursos, la cultura y su relación con la tierra por lo que el ecoturismo es vital como una herramienta para la conservación de los mismos y para el desarrollo sostenible.

Aparte de ser visto como un instrumento para la sostenibilidad de la naturaleza es también un medio importante para la educación ambiental en áreas protegidas así mismo como el mantenimiento de la diversidad biológica y la integración de la comunidad local, ya que a largo plazo los resultados van a influir en las áreas que sean financieramente auto sostenibles una vez analizados los aspectos claves sobre la introducción del ecoturismo como un mayor beneficio económico y social para la población, el mínimo impacto ambiental negativo sobre las áreas.

### **3.3 Ecoturismo y su preservación**

El significado de ecoturismo, con su reciente aparición, a pesar que no muchos confíen en que sea una herramienta eficiente para la preservación de los recursos de la naturaleza, expertos en este tipo de industria afirman que un plan de ecoturismo puede ayudar en el mantenimiento del patrimonio natural y cultural en la comunidad en que se le ponga en práctica, es aquí cuando aparece el término de “desarrollo sostenible”.

Es por esto, que precisa la intervención de entidades interesadas en la conservación del medio ambiente, para que así participen en la difusión y promoción de esta rama del turismo vinculada directamente con la protección de las áreas naturales. Cabe indicar que para esto, se requiere de actitudes disciplinarias para una idónea planificación, en las que se especifique los alineamientos operativos,



administrativos, las pautas y reglamentos a seguir para garantizar una implementación del proyecto con logros de sostenibilidad.

A partir del fomento del ecoturismo, con énfasis en la conservación ayuda de tal manera que:

1. Soporte el abastecimiento de más recursos para la preservación de otras zonas desprotegidas, que a su vez no tienen fomento del turismo por ser inexploradas o porque tengan un desequilibrio ecológico.
2. Se procure que la protección de ciertas áreas por lo que esa conservación debe hacerse efectiva y permanente, de tal forma que el turista tenga en mente el regresar a visitar el atractivo. Desde otro punto de vista, el llevar a cabo estudios de un proyecto ecoturístico ayuda a concluir que no es factible la implementación ya sea por la falta de capacidad para proteger los recursos o porque estos no ameritan su desarrollo ya que no hay un aporte económico a la comunidad.
3. Represente un aporte económico para el país, la región, la comunidad y sus áreas protegidas.
4. Animen a la intervención del gobierno o sectores privados en la inversión en zonas, así mismo, protegidas, una vez que conozcan los resultados rentables gracias al ecoturismo.
5. Incentive a otros países a vivir la misma experiencia en cuanto a implementar proyectos para el fomento del ecoturismo y de gozar de sus resultados a corto plazo.
6. Sensibilice a los visitantes con la finalidad de hacerlos partícipes con el respeto de los recursos naturales ajenos.

### **3.4 Ecoturismo como instrumento de educación**

Acorde a Maldonado, G. (2013) el vender la imagen de ecoturismo en el país o a nivel internacional, implica que se adhieran a la triple base que es ser económicamente rentable, equitativa en términos socioculturales y ambientalmente sostenible. Es por eso que los implicados deben contar con una educación ambiental identificada como un proceso social en el cual las personas aprendan acerca de la cultura, así mismo, de una amplia comprensión respecto al ecoturismo, ya que a la final esta es una actividad educativa.

El ecoturismo puede ser reconocido como una práctica en lo que respecta a temas ambientales, que dándole un valor agregado al producto o servicio turístico a ofrecer debe contar con un respaldo en la dimensión educativa. Evidentemente la participación de un individuo se liga a la recreación, esparcimiento y a la búsqueda de experiencias en otros lugares fuera de su sitio habitual; no obstante, el contenido ambiental no puede quedar de lado puesto que es un necesario sustento inclusive por cultura general.

Dentro de la educación ambiental se encuentran temas relacionados con la flora, fauna, sus hábitos, particularidades y características, comportamientos e interrelaciones los cuales generan valor agregado al servicio que se está ofreciendo, claramente buscando captar el mayor interés posible en clientes habituales y futuros, haciendo conciencia que los turistas extranjeros e inclusive locales deben respetar y minimizar los impactos locales del lugar receptor.

Sin embargo, existen gestores que no están interesados en formar parte de un cambio que trae consigo beneficios, que al impedir la participación de terceros disminuye la cantidad de problemas que tienen, en estos casos se está desperdiciando una oportunidad de desarrollo debido a la ceguera de las personas que no consideran la necesidad de tener una perspectiva que va más allá del desenvolvimiento de sus actividades cotidianas.

## **CAPITULO IV**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **4.1 Metodología de investigación**

##### **4.1.1 Enfoque de la investigación**

Para este proyecto, la investigación tendrá un enfoque mixto; se destaca el cualitativo en lo que respecta a las costumbres, cultura y estilo de vida de los habitantes. Además, este proceso permitirá la identificación de los viajeros que disfrutaran de la playa y las opciones que ésta ofrece; además, se descubrirá qué está haciendo la comunidad y qué se está dejando de hacer para atraer a más turistas y cómo se ve afectada la industria; cuáles son las fortalezas y las debilidades y cómo generar mayor conocimiento a partir de sus propias dinámicas.

En lo que respecta al alcance cuantitativo, se busca analizar el comportamiento de las personas, si existe aceptación o rechazo de su parte frente a la implementación de una operadora turística en Ayangue; para esto se utilizará la recaudación de datos con el que se hará posible un análisis estadístico más específico con el fin de determinar sus gustos, hábitos, preferencias, tendencias, sus necesidades y expectativas del negocio.

##### **4.1.2 Diseño de la investigación**

La investigación se lo evaluará de dos maneras:

La primera, es a través de la investigación descriptiva, ya que mediante esta forma de estudio se pretende describir las características o rasgos más importantes de ciertos grupos, en este caso los gustos y preferencias de los turistas locales y si existe aceptación y de qué forma aportarían los comuneros en relación a la propuesta. Del mismo modo, para establecer estos rasgos, se emplearán fórmulas para el cálculo de

una muestra partiendo del número de turistas en la comunidad de Ayangue, finalmente se analizarán las características a través de porcentajes y gráficos estadísticos para realizar proyecciones como determinar la demanda que tendría el proyecto.

En segundo lugar, está la investigación de campo, también conocida como investigación directa, esta consiste en el análisis de los sucesos objeto del estudio, relación tiempo – lugar. Para la práctica de esta investigación se implementarán técnicas para recolección de datos asistiendo al lugar:

- Observación directa: Nos servirá para identificar los recursos naturales y disponibles con los que cuenta la comunidad que sirvan de sustento para llevar a cabo la propuesta.
- Encuestas: la encuesta estará basada en preguntas cerradas, dirigidas a los turistas locales y extranjeros que visiten la comunidad.

### **4.1.3 Método de la investigación**

El método analítico será utilizado para este proyecto ya que nos centraremos en la división del conjunto de información obtenida para analizar la problemática según sus causas y efectos, con la observación como sustento en un hecho en particular, como por ejemplo el comportamiento de las personas frente a la propuesta.

Segmentación del mercado:

La comunidad de Ayangue cuenta con una de las playas más visitadas anualmente por turistas nacionales y extranjeros en la Ruta del Sol, se la considera como un centro turístico donde se aprecian los recursos naturales y se tiene experiencias de calidad, sin embargo, debido a los impactos negativos que han afectado la imagen del balneario, se ha ideado la propuesta de implementación de una operadora turística sostenible que despierte el interés tanto de los comuneros como de los turistas, para realizar actividades relacionadas con el cuidado de la flora y fauna. El

mercado objetivo para dicho estudio incluye los turistas que se encuentran en la playa, dando las siguientes características.

#### **4.1.4 Unidades de Observación**

Para el análisis de factibilidad de la implementación del proyecto en la comunidad realizaremos una encuesta a una muestra determinada por el método aleatorio simple con el fin de determinar:

1. Conocimiento acerca del turismo sostenible.
2. Nivel del interés de los turistas.
3. Frecuencia de viaje a la comunidad.
4. Motivo de viaje.
5. Actividades en relación al turismo sostenible que realizarían.

Segmentación Geográfica:

1. Implantación del Proyecto: Región: Costa, Provincia de Santa Elena, Parroquia Colonche, Comuna de Ayangue.
2. Origen de Turistas: Mayoritariamente de la Provincia del Guayas, Área Metropolitana de Guayaquil; Sierra Centro-Sur; y, turistas extranjeros visitando la Ruta del Sol.

Características Demográficas:

1. Género del mercado objetivo: Indiferente (Masculino y Femenino)
2. Edad del mercado objetivo: 20 años en adelante

Perfil general del consumidor:

1. Edad: 20-55 años de edad
2. Sexo: indiferente (masculino y femenino)
3. Instrucción mínima: Secundaria mas dos años de educación superior.
4. Estrato social: medio - alto

5. intereses: entretenimiento, paseos, cultural, naturaleza, ecología, reciclaje, cuidado ambiental, entre otros.
6. Frecuencia de consumo de servicios turísticos: semestral
7. Presupuesto asignado para gastos turísticos: \$ 80.00 por persona.

## 4.2 Determinación de la muestra: cálculo y su tamaño

La muestra consiste en seleccionar una cantidad de personas de una población infinita, de un sector o país, con el cual se trabajará para el análisis estadístico que refleje correctamente todas las respuestas que esperamos para sustentar la factibilidad del proyecto. Para este caso, el tamaño de la muestra del proyecto es finito, ya que tomando en cuenta que el Ecuador tiene 16.007.688 habitantes según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2013) de los cuales permanecieron en el país 1,333,57 ecuatorianos con probabilidad de desplazamiento interno, para esto entonces, por lo que aplicando la siguiente fórmula estadística que es para determinar el tamaño de la muestra para en análisis de campo cuando se conoce la población:

$$n: \frac{Z^2 pq N}{N E^2 + Z^2 P Q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z<sup>2</sup>: Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

p: variabilidad negativa, 0.20%

q: variabilidad positiva 0.80%

E: Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$$n: \frac{(3.92\%)(0.8\%)(0.2\%)(133357)}{((133357)(0.25\%))+ (3.92\%)(0.8\%)(0.2\%)}$$

n: 246 encuestas

### **4.3 Técnica para la recolección de datos**

Como afirma el autor Creswell, J. (2009) el investigador basa su proyecto en la recogida de datos para una mejor comprensión del problema de la investigación. Al aplicar una serie de preguntas al comienzo del estudio, con el fin de generalizar los resultados a una población y por último, pasar al análisis cualitativo mediante entrevistas para tener más información puntual acerca de la problemática.

La metodología tiene como finalidad ampliar las probabilidades de la aceptación del proyecto en la comunidad, analizando el perfil, preferencias, expectativas del turista, mediante la recolección de datos con encuestas que nos garantiza en mayor probabilidad a una aproximación con la realidad y a su vez, mediante una exploración de campo a través de entrevistas, nos permite conocer las costumbres, formas de vida, cómo se desarrolla el turismo en la comunidad, que servirán de sustento cuando consideren futuros proyectos para otorgarle un valor agregado para satisfacer las necesidades de los visitantes. Una vez obtenido los resultados, se detallan a continuación los resultados de la primera parte del estudio, las encuestas.

#### 4.4 Presentación y análisis de los resultados

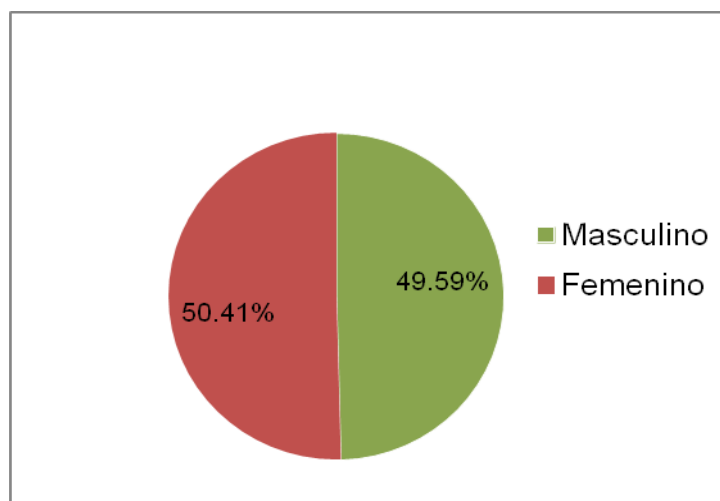
Según la fórmula para la determinación del número de la muestra a encuestar para conocer si existe aceptación de esta propuesta en la comunidad, como resultado se obtuvo un total de 246 turistas; a los cuales se les realizó 9 preguntas obteniendo gráficamente los siguientes resultados:

Tabla 2. Resultados - Pregunta 1

Género		
Masculino	Femenino	Total de encuestados
122	124	246
49.59%	50.41%	100%

Elaborado por: autora

Gráfico 1. Género



Elaborado por: autora

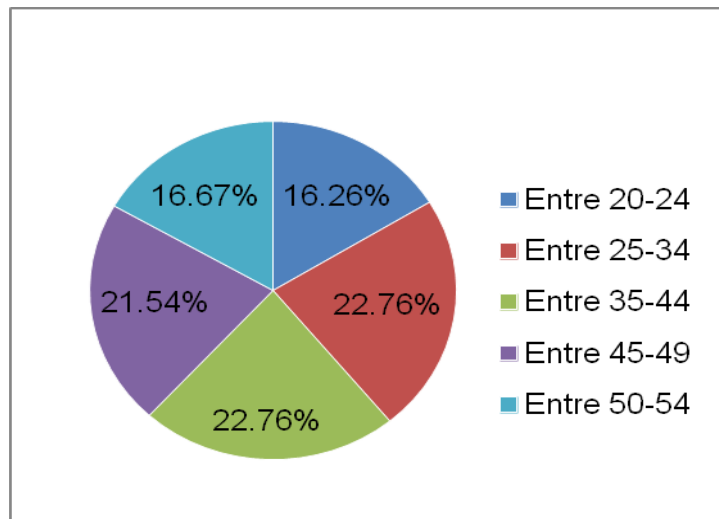


**Tabla 3. Resultados - Pregunta 2**

<b>EDAD</b>						
Rango	20-24	25-34	35-44	45-49	50-54	Total
N° Encuestados	40	56	56	53	41	246
Porcentaje	16.26%	22.76%	22.76%	21.54%	16.67%	100.00%

Elaborado por: autora

**Gráfico 2. Rango de edades**



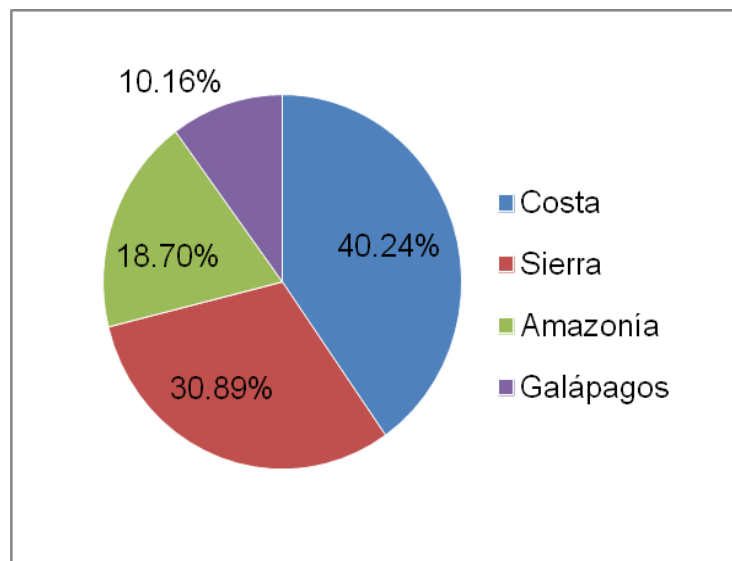
Elaborado por: autora

**Tabla 4. Resultados - Pregunta 3**

<b>Lugar de residencia habitual</b>					
Región	Costa	Sierra	Amazonía	Galápagos	Total
N° Encuestados	99	76	46	25	246
Porcentaje	40.24%	30.89%	18.70%	10.16%	100%

Elaborado por: autora

**Gráfico 3. Lugar de residencia habitual**



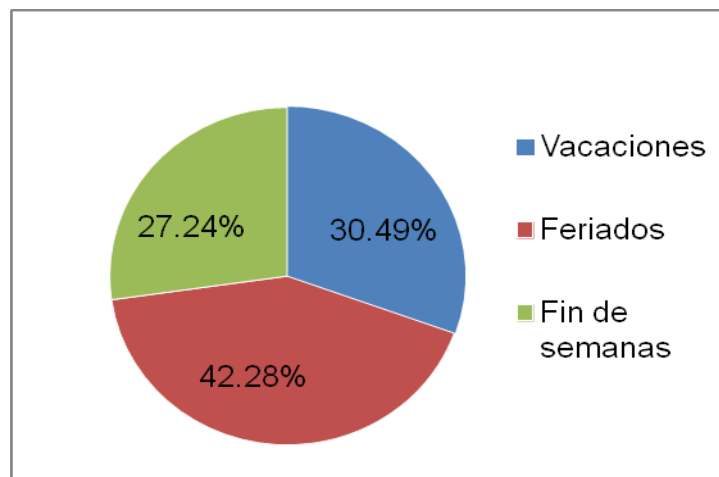
Elaborado por: autora

**Tabla 5. Resultados - Pregunta 4**

<b>Razones de Viaje</b>				
Motivo	Vacaciones	Feridos	Fin de semanas	Total
N° Encuestados	75	104	67	246
Porcentaje	30.49%	42.28%	27.24%	100%

**Elaborado por: autora**

**Gráfico 4. Razones de viaje**



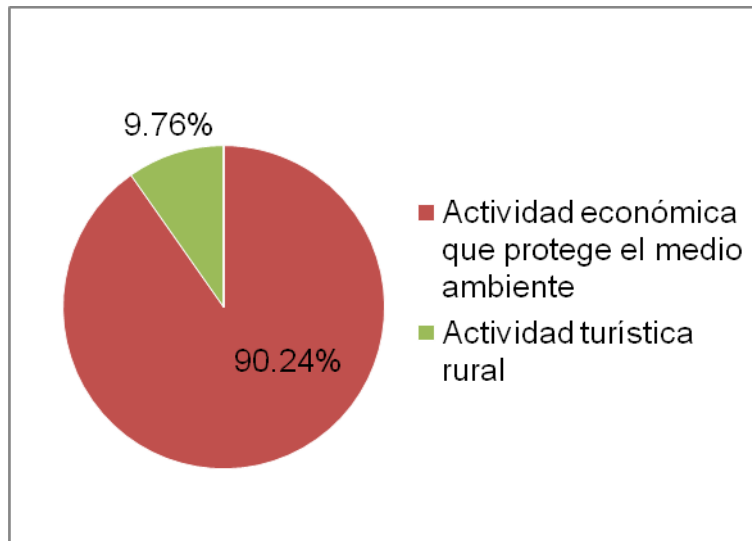
**Elaborado por: autora**

Tabla 6. Resultados - Pregunta 5

¿Qué sabe Ud. acerca de turismo sostenible?			
Opciones	Actividad económica que protege el medio ambiente	Actividad turística rural	Total
N° Encuestados	222	24	246
Porcentaje	90.24%	9.76%	100%

Elaborado por: autora

Gráfico 5. Concepto del turismo sostenible



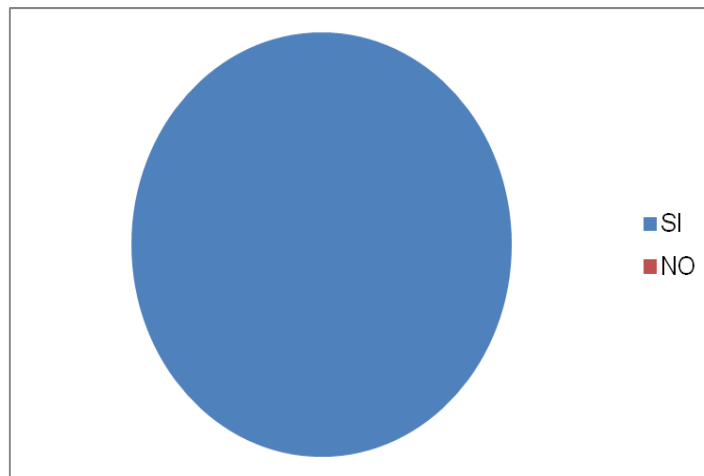
Elaborado por: autora

Tabla 7. Resultados - Pregunta 6

¿Considera importante desarrollar un turismo responsable con el medio ambiente?			
Respuesta	SI	NO	Total
N° Encuestados	246	0	246
Porcentaje	100.00%	0.00%	100%

Elaborado por: autora

Gráfico 6. Importante el desarrollo del un turismo responsable



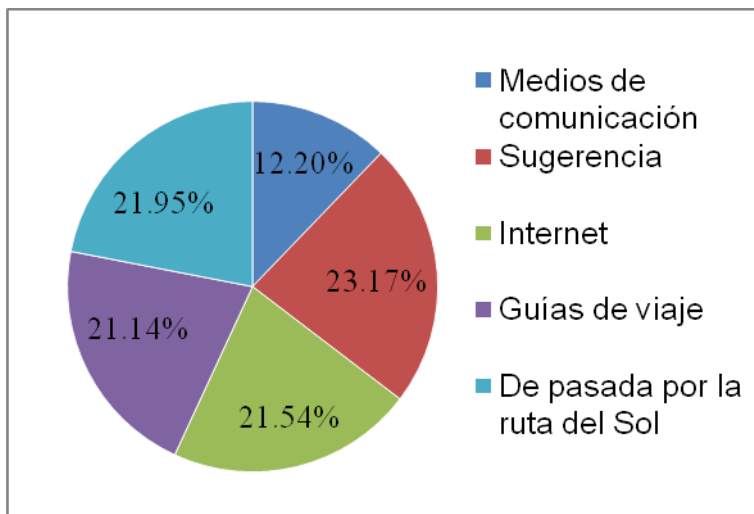
Elaborado por: autora

**Tabla 8. Resultados - Pregunta 7**

<b>¿Cómo conoció la existencia de la comunidad de Ayangue?</b>						
Medios	Medios de comunicación	Sugerencia	Internet	Guías de viaje	De pasada por la ruta del Sol	Total
N° Encuestados	29	56	52	51	53	241
Porcentaje	12.20%	23.17%	21.54%	21.14%	21.95%	100.00%

Elaborado por: autora

**Gráfico 7. ¿Cómo conoció la existencia de la comunidad de Ayangue?**



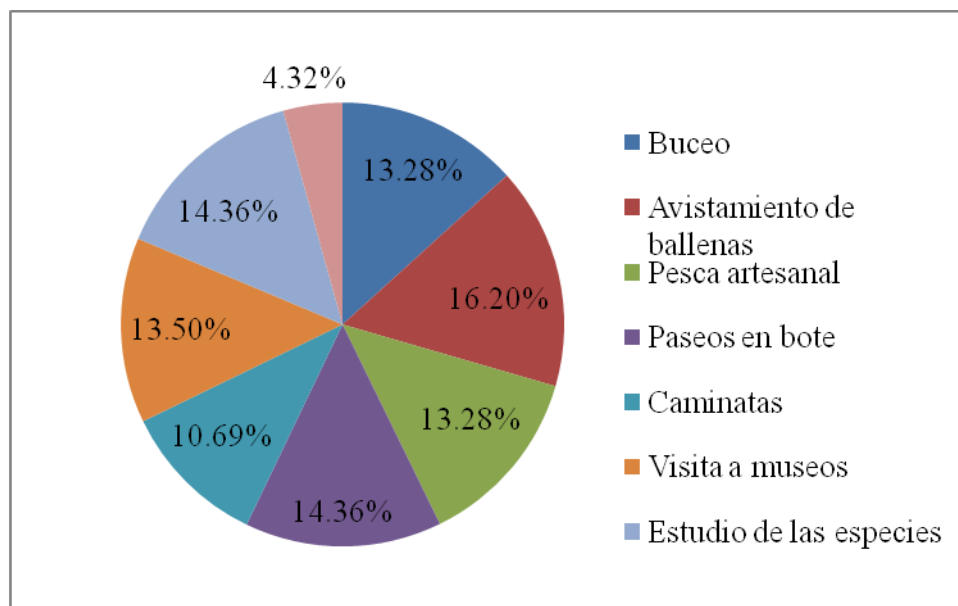
Elaborado por: autora

Tabla 9. Resultados - Pregunta 8

¿Qué otra actividad pagada relacionada con el turismo sostenible le gustaría realizar en su visita?							
Buceo	Avistamiento de ballenas	Pesca artesanal	Paseos en bote	Caminatas	Visita a museos	Otros	Estudio de las especies
123	150	123	133	99	125	133	40
13.28%	16.20%	13.28%	14.36%	10.69%	13.50%	14.36%	4.32%

Elaborado por: autora

Gráfico 8. Actividades relacionadas con el turismo sostenible en Ayangue



Elaborado por: autora

## 4.5 Conclusión de investigación de mercado

En base al tamaño de la muestra por encuestar, se contó con la opinión de 246 turistas que se encontraban en la comunidad de Ayangue, de los cuales el 49.59% representan a los hombres y la diferencia, mujeres

Según los resultados obtenidos, el rango de edad quienes han participado está entre los 25 a 49 años, quienes ventajosamente están más dispuestos a contratar los servicios de una operadora turística por sus actividades que necesiten energía, a diferencia de adultos mayores que por lo general buscan descansar en las playas.

Debido a que la investigación se la realizó en feriado nacional, fue oportuno encontrar personas de diferentes partes del Ecuador, ya que ayuda a determinar cuándo generalmente visitan la Ruta del Sol, fue evidente que se da en los feriados teniendo un 42.28% de respuestas, seguido por vacaciones, que en este caso lo ocupa gran parte, los habitantes de la Sierra, pues están con más tiempo libre, finalizan el año escolar y el clima en la Costa para esas fechas es frío pero conveniente para ellos según sus comentarios adicionales.

Como se busca promover la preservación de los recursos naturales de las playas al mismo tiempo, que los visitantes disfruten de actividades de entretenimiento, se consultó si conocen el concepto de lo que es turismo sostenible, para esto lo definen directamente como una actividad económica que protege al medio ambiente, no obstante, parte del concepto también es descrita como una actividad turística rural, a pesar que se la realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades como en la comunidad de Ayangue, posee un enfoque de sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros.

Es importante que tengan en consideración que el desarrollo sostenible es un proceso que permite el progreso sin perjudicar ni agotar los recursos, generalmente, gestionando los mismos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que se los van usando o creando nuevos, para que mantengan a las generaciones presentes y futuras.

Por consiguiente, gracias a la influencia de los medios de comunicación, esto ha permitido que los turistas locales y extranjeros puedan conocer acerca de una de las playas con las que cuenta la Ruta del Sol, para esto, la sugerencia de terceras personas es la que influencia más a diferencia de las otras opciones, es entonces



donde la propuesta de la empresa debe trabajar también en remodelar la publicidad de las otras opciones, es decir, en internet, en la presentación de guías de viajes y los letreros que se colocan en la carretera.

Y como última consulta de la encuesta, está el interés de las actividades por los turistas, de esta forma por orden de preferencia, permite estar preparados a los promotores del proyecto, a nivel de conocimiento, de equipamiento e instalaciones para cada actividad y de programa para llevarlas a cabo según la época del año y el grupo de personas interesadas en realizar alguna.

Incluyendo otro sustento para el análisis de mercado, se entrevistó a dos comuneros de Ayangue, para esto se les realizó preguntas relacionadas directamente a cómo funciona el turismo tanto en la comunidad como en la Ruta del Sol, para esto obtuvimos los siguientes comentarios:

1. El señor Angel Antonio Neira, propietario del hotel “Sol y Mar” indica que los comuneros de Ayangue, a pesar de ser personas tranquilas y hospitalarias en cuanto a la bienvenida de los turistas tanto locales como extranjeros, cuidan mucho lo que es su patrimonio y no permiten el involucramiento ya sea de entidades públicas o privadas para el fomento del turismo, puesto que experiencias pasadas han conllevado a un grado de desconfianza y no aceptan que terceras personas impongan nuevas reglas.

Sin embargo, el entrevistado considera adecuado la intervención de profesionales para ilustrar a los comuneros en cuanto al cuidado del medio ambiente y cómo llevar a cabo sus actividades sin perjudicar la flora y fauna, cuáles son los parámetros a los que deben alinearse según lo que busca el Ministerio de Turismo para el progreso y reconocimiento.

Recalcó que aprovechar los recursos que tiene la Ruta del Sol tiene su pro y su contra, aparte de representar un flujo de ingresos considerable a los comuneros,

existe el turismo discriminado, el turista no respeta en las playas quedan en mal estado, por lo que han acudido a las autoridades respectivas para que lleven a cabo los planes respectivos.

2. La segunda persona entrevistada, Carlos Naranjo, trabaja en una empresa familiar ofreciendo actividades de entretenimiento con punto de partida en Ayangua a otras comunidades de la Ruta del Sol para los turistas, para esto indicó que es difícil la participación en el mercado puesto que existen así mismo vendedores informales que ofrecen los mismos servicios, sin embargo, aceptan la colaboración preferiblemente de ecuatorianos al desarrollo de nuevos proyectos en la comunidad siempre y cuando respeten el sistema con el que se manejan y a su vez que permitan la participación de quienes conocen mejor la Ruta del Sol.

Por otro lado, también están en la búsqueda de nuevos proyectos para satisfacer las expectativas de los visitantes, para esto están en el estudio de nuevas rutas de paso cuando los turistas quieran realizar ciclismo, senderismo hacia otros lugares; respetando las normativas de la provincia sobre el turismo puesto que hubo un caso en particular en donde no tuvieron las debidas precauciones para la práctica de parasailing.

Ambos métodos de investigación que se realizaron tienen relación consumidor – vendedor, por un lado se evalúan las preferencias de los turistas considerando al mismo tiempo su conocimiento sobre el turismo sostenible y por otro lado, saber lo que opinan los comuneros, quienes son los que ofrecen diferentes servicios, sobre el comportamiento de los turistas cada vez que los visitan y al mismo tiempo analizar la disponibilidad en participar en futuros programas de los cuales se les expondría los beneficios en corto plazo.

## CAPITULO V

### PLAN DE NEGOCIOS – OPERADORA TURISTICA

#### 5.1 Administración y planificación del negocio

Después del análisis de información obtenida del muestreo, los factores externos alineando la determinación de los objetivos que queremos alcanzar, se plantea el plan de negocios basados en el programa Negocios Turísticos Productivos impartido por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2012) cuyo fin es fortalecer el componente productivo de los negocios turísticos a través de la identificación de oportunidades para invertir en el emprendimiento turístico, del soporte técnico especializado en gestión de proyecto y del apoyo técnico experto en gestión de créditos con organismos de la banca pública.

#### 5.2 Giro del negocio

Gráfico 9. Logotipo



Elaborado por: autora

La propuesta está direccionada al sector terciario, ofrece servicios como operadora turística a partir de Ayangue con énfasis en que sus actividades estén sujetas a la sostenibilidad de la comunidad y a las que están a su lado a lo largo de la Ruta del Sol.

### **5.3 La administración**

Ayangue Opertour estará ubicado en la comunidad de Ayangue en la provincia de Santa Elena, con el propósito de brindar servicios turísticos alineados a la preservación de los recursos naturales desde la comunidad, y a su vez ofertará paquetes turísticos a lo largo de la ruta del Sol, para esto contará con la participación de un grupo empresarial conformado por 4 estudiantes que culminaron la carrera de Gestión Empresarial Internacional y buscan emprender una idea como soporte de desarrollo económico considerando todas las actividades relacionadas con el turismo sostenible.

En lo que respecta al monto de inversión, contará con la aportación de un 9% por parte de los integrantes que llevarán a cabo este proyecto y la diferencia con un financiamiento bancario, se espera tener un crecimiento del 10% en ventas al segundo año de su participación en el mercado.

### **5.4 Misión**

Impulsar el turismo por medio del fomento de actividades responsables con el medio ambiente, el mercado y la comunidad, en conjunto con un personal capacitado dentro de altos estándares de desempeño que en este caso serán los comuneros de Ayangue.

### **5.5 Visión**

Fortalecer la empresa certificando que cuenta con bases ambientalmente sostenibles, líder en impulsar la concientización, innovación y comercialización de servicios turísticos relacionados con el desarrollo sostenible ambiental.

## 5.6 Objetivos estratégicos

Obtener posicionamiento en el mercado competitivo conlleva a que el negocio desarrolle objetivos estratégicos tales como:

1. Oficializar convenios con el Ministerio de Turismo y ajustarse a los parámetros del Plandetur 2020.
2. Establecer alianzas con los comuneros para contar con su participación en los servicios a ofrecer.
3. Mantener la dinámica en el manejo del marketing de la empresa.
4. Capacitar constantemente al personal en temas relacionados al turismo sostenible y la comunidad.
5. Brindar una rápida asistencia tanto a los clientes externos como internos.
6. Generar planes de apoyo para cualquier inconveniente que esté a nuestro alcance.
7. Evitar el retraso en los procesos de la empresa.
8. Desarrollar una comunicación constante entre todas las áreas.

## 5.7 Análisis FODA

Por medio de este análisis se identifican las variables que enfrentan la comunidad, de esta forma el proyecto podrá asistir en base a los puntos negativos y aprovechar los positivos para un posible progreso constante.

**Tabla 10. Análisis F.O.D.A**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
1. Varios atractivos en la Ruta del Sol a conocer en corto tiempo y distancia.	1. Mayor grado de interés de las personas por el turismo ecológico.
2. Diversidad de recursos naturales, contando con un clima favorable en	2. Participación en ferias de turismo para la difusión la imagen de la empresa a

todo el año.	nivel nacional e internacional.
3. Acogida por parte de los comuneros al recibir turistas en su comunidad.	3. Difundir el turismo sostenible en el medio más usado, el internet.
4. El valor patrimonial y artístico que hay en las comunidades, tales como iglesias, museos y conventos.	4. El nuevo plan de desarrollo turístico aporta la inversión al sector y exención de tributos.
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
1. Falta de calidad de algunos servicios e ineficiencia en la infraestructura turística del sector.	1. Existencia del turismo indiscriminado.
2. Bajo nivel de oportunidades de capacitación a los comuneros en los atractivos turísticos.	2. Daños potenciales de los recursos naturales por no existir control de las actividades turísticas.
3. Diferencia de tarifas entre el turista local y extranjero.	3. La ganancia egoísta, no existe desarrollo para la comunidad receptora.
4. Falta de innovación para dar valor agregado a los servicios tradicionales que ofrecen.	4. La eminente competencia de empresas de la misma industria.

**Elaborado por: autora**

## **5.8 Mercadeo y comercialización**

### **5.8.1 Mercado de oferta**

Esto se caracteriza por las amenazas de nuevos competidores: Debido al crecimiento de popularidad de la comunidad, por ser parte de la ruta del Sol, al desarrollo económico y descubrimiento de tierras vírgenes. Existe la amenaza de la aparición de nuevos competidores, locales o extranjeros, ya que al aumentar las visitas de los turistas, aumentan también sus necesidades; de esta forma la competencia aumentará sus niveles de inversión para satisfacerlas dando el mismo servicio según lo que los turistas piden. Para esto, si entran nuevas empresas, provocará una guerra de precios y un aumento en los costos, lo cual no representará rentable la continuidad de la compañía.

Rivalidad de la competencia: en lo que respecta al mercado turístico, la situación actual siempre viene acompañada de la competencia entre empresas que se desempeñan en esta industria debido a los beneficios que obtienen. Para esto, se necesita un análisis de los siguientes factores: diferenciación de los servicios que se ofrecen o se brindarán, las posibilidades de crecimiento dentro del sector, el nivel de concentración y las posibles barreras de salida.

### **5.8.2 Mercado de demanda**

Potenciales clientes: La operadora cuenta con clientes potenciales, familias, parejas, grupos de amigos que estén interesados en realizar actividades de entretenimiento en combinación con la naturaleza quienes a su vez buscan despejarse de la rutina. Así mismo, los turistas extranjeros que buscan conocer mejor el ecosistema ecuatoriano esperando recibir un servicio de calidad por parte de los colaboradores de la empresa.

Base de decisiones de compra de los clientes: La conducta del consumidor se define por lo que está buscando, lo que compra, el uso, la evaluación y disposición del

bien o servicio e inclusive por las ideas que esperan satisfagan sus necesidades. Para esto, el análisis del comportamiento del consumidor debe tener un enfoque en el que se consideren criterios como el por qué, cuándo, cuánto, con qué frecuencia y dónde adquieren el bien o servicio; así mismo cuál es la disposición de los recursos frente a la adquisición.

Para esta industria, se vende servicios con atención al cliente, entretenimiento, conocimiento, por lo que es importante desarrollar estos puntos en relación al comportamiento de los consumidores, puesto que son ellos los que miden la calidad de cada parámetro mediante una investigación de mercado.

La finalidad es lograr posicionarse en la mente del consumidor, contar con su fidelidad y ser la primera opción en sus futuras visitas a la comunidad reduciendo el tiempo en la toma de decisión del consumidor gracias a las experiencias que tendrán con la empresa.

### **5.8.3 Línea de servicios**

El proyecto ubicado en la comunidad de Ayangue ofrecerá servicios con énfasis en la preservación y respeto de los recursos naturales de la ruta, que tendrán una integridad con el turista, puesto que estos serán personalizados ofreciendo viabilidad gracias a la participación del personal local capacitado. Así mismo, se trabajará bajo la planificación de actividades considerando el número de turistas y en el movimiento de la actividad durante todo el año, es decir, la estacionalidad.

### **5.8.4 Precio**

La determinación del precio por cada servicio que ofrecerá la empresa, es un elemento significativo tanto en la economía como en la mente del consumidor. Para esto nos basaremos en la estrategia en relación con la competencia con la iniciativa de mantenerlos frente a los consumidores, de esta forma no recibirán el impacto de un incremento que lo más probable no sea aceptable; esta táctica deberá mantenerse



mientras se aplica el marketing interno y una vez que se determine otro servicio diferenciado, se procederá a optimar la tasa de rentabilidad de la empresa.

### 5.8.5 Plaza

Gráfico 10. Ubicación de Ayangue



Fuente: southofzero.wordpress.com

Ayangue Opertour estará ubicado en la playa de Ayangue, mano izquierda antes de llegar al condominio “Las Terrazas”

### 5.8.6 Promoción

La difusión que se llevará a cabo para el desarrollo de la empresa dependerá de ideas innovadoras que logren posicionarse en la mente del consumidor y conlleve a la adquisición de nuestros servicios en corto plazo, por lo que las estrategias deben estar correctamente planteadas y ejecutadas.

## Ayangue Opertour Web Site

Para una presentación visual, el proyecto contará con su propia página web, lo que permitirá a los usuarios un fácil acceso a la información sobre los servicios que se ofrecen en los distintos puntos en la ruta del Sol, a conocer las experiencias de los clientes e inclusive, a hacer reservaciones con anticipación por este mismo medio.

## Anuncios On line y revistas

Para ambos medios, se contratará un espacio publicitario ya sea en los sitios web de mayor frecuencia de visitas por los usuarios como en “La Revista” que es la más leída a nivel nacional los fines de semana, para esto se dará información de las opciones que pueden realizar y cómo contactarnos inmediatamente.

## Vallas publicitarias

Los anuncios estarán ubicados en la carretera de la ruta del Sol, el resalte del diseño del logotipo ayudará a captar las miradas de los turistas y despertar interés por conocer la nueva propuesta que ofrece Ayangue.

## Folletos – Dpticos

Este medio de publicidad será entregado en los establecimientos de alojamiento y de comidas en la provincia de Santa Elena, para la repartición dándoles a conocer en primera instancia a los turistas una opción de mantenimiento de calidad.

## Ferias de turismo

Se considerará participar en las ferias de turismo, de esta forma los turistas extranjeros como locales sabrán la existencia de la operadora en la playa de Ayangue la cual podrán acudir durante el año.

### **5.8.7 Comercialización**

Ayangue Opertour tiene como propósito ofrecer a sus visitantes la suficiente información y actividades de entretenimiento, ya sean directos o complementarios de la estadía en alguna de las comunidades de la Ruta del Sol para que ayuden a ser más organizada y puedan aprovechar su tiempo en el viaje plenamente. Entre los servicios que la propuesta brindará se encuentran paquetes turísticos ya programados o armados por los mismos visitantes con previo aviso, de esta forma conocerán más a fondo los atractivos existentes.

Como servicios complementarios, se contará con baños y duchas, alquiler de casilleros seguros para guardar sus pertenencias, venta de refrigerios y el acompañamiento de guías que serán los mismos comuneros para los recorridos fuera de Ayangue. Para dar a conocer lo que la empresa brinda se implementa la siguiente estrategia de comercialización, lo que permitirá que la propuesta gane lugar en la mente del consumidor analizando las 4 P, en este caso sólo para la comunidad de Ayangue.

### **5.8.8 Producto**

1. Atractivos turísticos, actividades y experiencias en la Ruta del Sol.
2. Servicios básicos, movilización y comunicación.

3. Influencia de los atractivos para realizar varias actividades con diversos grados de esfuerzo-dificultad.
4. Comunidad y experiencia vivencial junto a pescadores artesanales, comuneros y prestadores de servicios hospitalarios ante la llegada de turistas.

### **5.8.9 Precios**

1. Acorde a la actividad que se ofrece y con un 'Premium' por calidad, sobre la competencia.
2. Con la mejor relación precio-calidad en el mercado.

### **5.8.10 Promoción**

1. Diversidad de playas en la ruta del Sol.
2. Establecimientos formales o casas de comuneros para alojarse.
3. Programas de actividades extremas, fiestas populares o peregrinaciones.
4. Artesanía, gastronomía, cultura y costumbres.

### **5.8.11 Posición**

1. Revistas de mayor conocimiento público.
2. Aplicación del marketing btl.
3. Anuncios en sitios webs turisticos del Ecuador.

## **CAPITULO VI**

### **ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL NEGOCIO**

#### **6.1 DISEÑO O DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO**

##### **6.1.1 Turismo cultural – comunitario – ecológico**

En el recorrido a los patrimonios culturales a lo largo de la Ruta del Sol con punto de partida la comunidad de Ayangué, es importante que el visitante conozca la cultura de una parte del Ecuador, la religión que se practica y las creencias que siguen, sus fiestas populares, su historia, la arqueología de las culturas precolombinas, en caso de que algún turista esté interesado en la estadía se le dará la oportunidad ya sea en algún hotel o en los hogares de los comuneros para que de esa forma tengan una perspectiva más clara del estilo de vida de ellos.

Aparte del patrimonio natural, se tendrá la opción de sus otros atractivos que no son sólo las playas, sino también ríos, lagos e inclusive cascadas, caminatas, observación de la flora y fauna visitando las reservas naturales o museos, como el acuático en Valdivia, también están las paradas en los puestos de artesanías, en donde encontrarán innovación de la mano de obra ecuatoriana.

Como otra sugerencia para el turista, se encuentra la degustación de la gastronomía ecuatoriana en locales que ofrezcan tanto un buen plato, una atención de calidad como un precio accesible por el consumo; para esto, estratégicamente se establecerán negocios con los restaurantes o comedores, y

por monto de turistas se determina un descuento por consumo, a fin de también ayudarlos a vender su imagen a futuros consumidores.

### **6.1.2 Turismo de deportes**

Para los interesados en realizar actividades extremas, en conjunto con los comuneros, se ofrecerán diferentes opciones en deportes respetando el medio ambiente de las rutas y en dependencia de las condiciones climáticas para que no tengan ningún inconveniente, a su vez, contando con un personal capacitado en cada deporte.

Scuba Diving, para la práctica de este deporte contaremos con los implementos necesarios para que la experiencia de los turistas sea inolvidable bajo el mar, sin perturbar la flora y fauna marina.

**Gráfico 11. Scuba Diving**



**Fuente: [ayanguerefugiofrentealmar.blogspot.com](http://ayanguerefugiofrentealmar.blogspot.com)**

Snorkeling, esta actividad va más dirigida a los turistas que saben nadar y no tendrán problemas en la resistencia.

**Gráfico 12. Snorkeling**



**Fuente: adventuresportskc.com**

Parasailing, a bordo de un kayak contando con la participación de un personal y equipamiento adecuado se llevará a cabo esta actividad, procurando la estabilidad del clima.

**Gráfico 13. Parasailing**



**Fuente: www.groupon.es**

Avistamiento de ballenas, salidas desde Ayangue para la observación de esta especie, respetando su espacio como una zona protegida, quienes visitan las playas en los meses de Julio a Septiembre por sus aguas heladas, a 25 minutos de la playa podrán contemplar este espectáculo, que también se lo puede ver en Puerto López.

**Gráfico 14. Avistamiento de ballenas**



**Fuente:** [www.rivieranayarit.com.mx](http://www.rivieranayarit.com.mx)

Parapente, esta es una de las actividades que se puede disfrutar todo el año, el factor principal para levantar el vuelo es el viento que sale del mar para la tierra, para esto buscamos los puntos más altos como San Pedro, la playa de la Bruja, Puerto López y Ayangue.

**Gráfico 15. Parapente**



**Fuente:** [www.ballenitasi.org](http://www.ballenitasi.org)



Ciclismo, excursión o caminatas, estas actividades van para aquellos interesados en involucrarse más con la naturaleza, para esto se cuenta con un plan de recorrido a pueblos más pequeños como “Las Cascadas de Alex” ubicado en la vía San Vicente de Lojas, en donde se atraviesan riachuelos, el río en Olón finalizando con la llegada a la cascada que desciende de la cordillera Colonche.

Como segunda opción, la cascada de Gramador, en la vía Febres Cordero, empezando en este caso desde esta comunidad atravesando el sendero llegando a la cascada del Gramador que posee una pequeña caída de agua, contando esto como una grata experiencia para el turista.

#### **Gráfico 16. Ciclismo**



**Fuente: [ccmpichincha.blogspot.com](http://ccmpichincha.blogspot.com)**

El suspiro, ubicado en la vía Loma Alta, es otro sitio recomendado por los comuneros para realizar ya sea ciclismo o caminatas, a pesar de que el esfuerzo equivale a atravesar ríos, zonas boscosas, vale la pena aprovechar el tiempo en una experiencia húmeda y estimulante, que al mismo tiempo da la oportunidad de conocer las famosas haciendas donde se elaboran los sombreros de paja toquilla y a la crianza de ganado. Como última opción, está “Dos Mangas”, en la vía a Manglaralto, el paisaje con el que cuenta esta comunidad es favorable para pasear en bicicleta llegando finalmente a una

cascada vertiente de la cordillera de Colonche; así mismo, cuenta con fincas ganaderas y agrícolas donde se aprecia el trabajo del comunero, como de sus tradiciones y costumbres.

La pesca deportiva, otro entrenamiento para los amantes de esta actividad, tanto en la comunidad de Ayangue, Manglaralto, La Entrada y otras playas autorizadas en la ruta del Sol, el turista podrá capturar con moderación algunas especies marinas con la ayuda, en caso de que no los tengan, de las herramientas necesarias por el tiempo establecido por la empresa.

**Gráfico 17. Pesca Deportiva**



**Fuente: [www.pescadeportiva.info](http://www.pescadeportiva.info)**

Canoping, el pasar de un lado al otro por una soga representa riesgos para el turista y a su vez es adrenalina, a pesar de que no tenga relación directa con la naturaleza, se procura tener un equilibrio en la satisfacción de las expectativas del visitante, claramente sin alterar el entorno ni el hábitat de las especies. Debido a la infraestructura adecuada para este deporte, se lo realizará en Montañita.

**Gráfico 18. Canoping**



**Fuente: [santaelena-ec-tur.blogspot.com](http://santaelena-ec-tur.blogspot.com)**

Turismo religioso: La Ruta no es sólo mar y arena, sino también reconocida por sus costumbres y tradiciones religiosas, para esto se ofrece un recorrido a la ruta de las siete iglesias, o también se brinda otras opciones tales como el Santuario de Palmar, Iglesia Colonial de Colonche, Iglesia de San Pedro, Iglesia San Ignacio de Loyola en Manglaralto, Iglesia–Santuario Stela Maris en la comunidad de Olón.

**Gráfico 19. Santuario Blanca Estrella de la Mar en Olón**



**Fuente: [www.ecuavisa.com](http://www.ecuavisa.com)**

## 6.2 Ubicación del negocio

En la comunidad existen terrenos planos con posibilidades de construcción, para esto se localizó a mano izquierda de la entrada de Ayangue una propiedad de 36 x 30 metros antes de llegar a la hostería “Las Terrazas”

**Gráfico 20. Terreno en Ayangue**



Fuente: Fotografía de autora

## 6.3 Determinación de la capacidad instalada del negocio

En este aspecto la capacidad del proyecto se basará en la prestación de servicios, por lo cual se considerarán los siguientes puntos:

1. La unidad de medida base para la estimación del tamaño del negocio se concentra en el número de turistas que atiendan en un día.
2. La capacidad diseñada, instalada y utilizada, inicialmente para la diseñada cuenta con la participación de 60 personas, en el caso de la propuesta presente está dada por una oficina para atención a los clientes, la bodega para guardar los equipos de actividades extremas, parqueo para las bicicletas que se usarán

en los recorridos y los convenios que se realicen con establecimientos para alojamientos, gastronómicos y medios de transporte.

3. Tamaño óptimo, para este caso se define tomando en cuenta la capacidad financiera de los accionistas ya que se estima que la inversión inicial será respaldada de un préstamo y la capacidad adquisitiva de los socios es limitada.

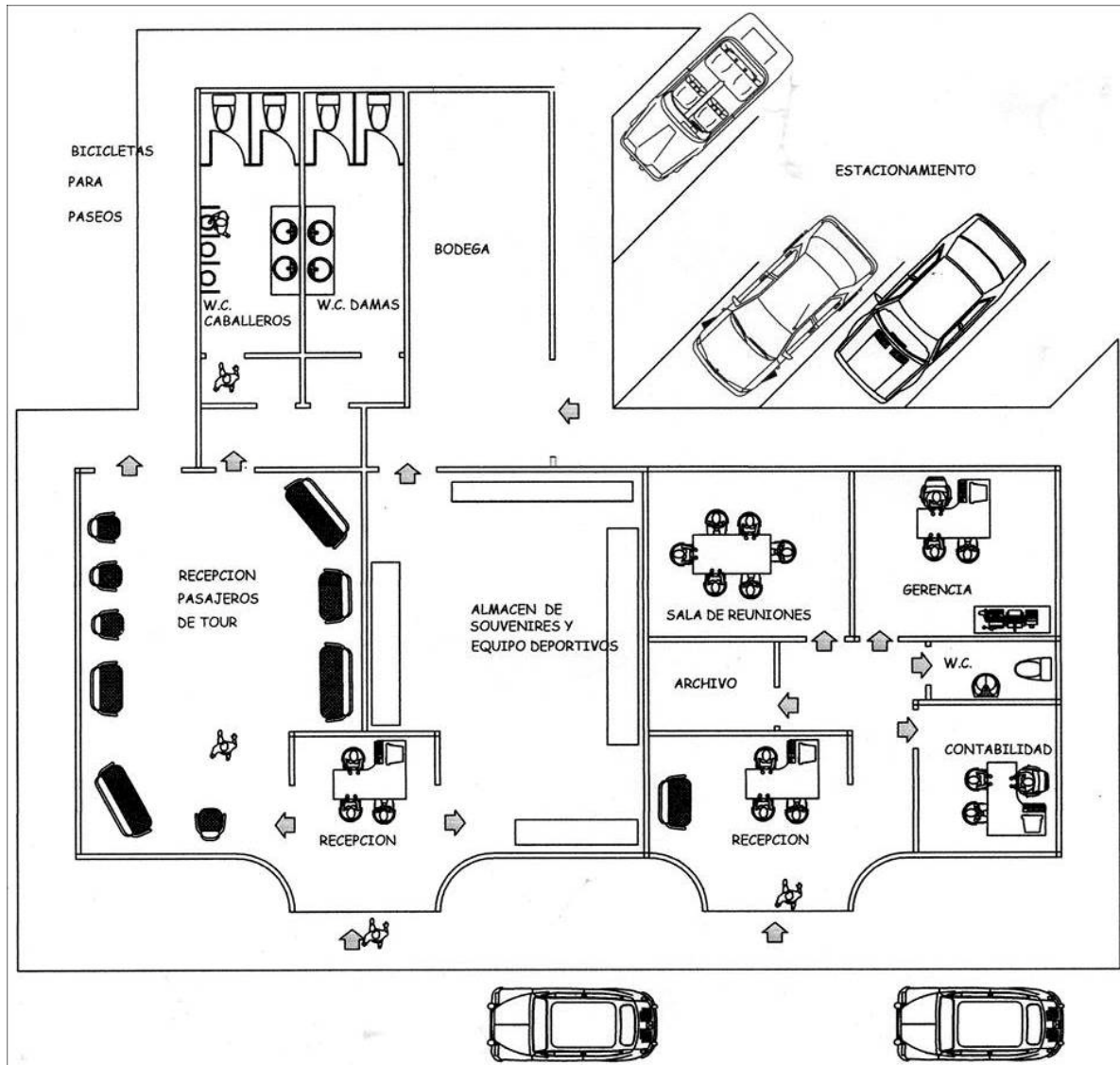
#### **6.4 Vida útil del negocio**

La propuesta de implementación de una operadora turística sostenible tiene pronosticado su participación en el mercado 10 años, en los cuales se determinará los costos que implican para llevar a cabo el proyecto vs la rentabilidad por la época establecida.

#### **6.5 Diseño de la empresa**

El plano del diseño arquitectónico de la empresa, indica la distribución de las áreas con todos sus componentes; elaborado por un profesional:

Gráfico 21. Plano de la empresa



Fuente: Diseño e intervención profesional

## **CAPITULO VII**

### **ESTUDIO ECONOMICO**

#### **7.1 Inversiones del proyecto**

Las inversiones que se realizarán en el proyecto incluyen los requerimientos en lo que respecta a los activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones tienen relación directa para la puesta en marcha del proyecto, considerando que las de corto plazo sirven de respaldo para las ventas que se recuperan en un corto periodo de tiempo, repitiéndose así la inversión y en recuperar el gasto de forma cíclica; es por eso, que en este capítulo se demostrará la cuantificación de los rubros que la propuesta necesita para operar y ofrecer en este caso un servicio, los tres principales rubros son:

1. **Activos Fijos:** Para este rubro, consistirá en las inversiones en bienes tangibles que formarán parte de la operación del proyecto.
2. **Activos Diferidos:** Representan los gastos en activos referentes a servicios o derechos obligatorios que se deben asumir para llevar a cabo el proyecto, equivalen a inversiones en bienes intangibles direccionados a la amortización.
3. **Capital de Trabajo:** Constituye la inversión en los recursos a usar en el proyecto en forma de activos corrientes durante un periodo de tiempo, capacidad y tamaño establecidos.



## 7.2 Fuentes y usos del proyecto

Tabla 11. Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL INVERSIÓN
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 26,424.00</b>	<b>\$ 26,424.00</b>
Vehículo de trabajo	\$ 22,000.00	\$ 22,000.00
Equipo de Computación (2)	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00
Muebles y Enseres	\$ 2,724.00	\$ 2,724.00
Sala de espera	\$ 620.00	\$ 620.00
Silla Gerencia	\$ 85.00	\$ 85.00
Escritorio	\$ 280.00	\$ 280.00
Papelería	\$ 100.00	\$ 100.00
Central telefónica	\$ 160.00	\$ 160.00
Teléfono	\$ 21.00	\$ 21.00
Impresora	\$ 90.00	\$ 90.00
Archivador	\$ 98.00	\$ 98.00
Aire Acondicionado	\$ 1,110.00	\$ 1,110.00
Aéreo	\$ 160.00	\$ 160.00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 5,229.44</b>	<b>\$ 5,229.44</b>
Gastos de constitución	\$ 1,354.00	\$ 1,354.00
Gastos de promoción	\$ 1,810.00	\$ 1,810.00
Web site	\$ 300.00	\$ 300.00
Ferías	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Folletos (500 U - 150 GR)	\$ 130.00	\$ 130.00
Tarjetas de presentación (100 U)	\$ 50.00	\$ 50.00
Rótulo de la empresa	\$ 230.00	\$ 230.00
Gastos de instalación	\$ 2,065.44	\$ 2,065.44
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 39,616.03</b>	<b>\$ 39,616.03</b>
Sueldos y Salarios	\$ 35,626.03	\$ 35,626.03
Gerente (1)	\$ 19,345.60	\$ 19,345.60
Recepcionista (1)	\$ 8,259.00	\$ 8,259.00
Conserje (1)	\$ 8,021.43	\$ 8,021.43
Servicios Básicos	\$ 3,990.00	\$ 3,990.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71,269.47</b>	<b>\$ 71,269.47</b>

Elaborado por: Autora

## 7.3 Financiamiento del proyecto

Tabla 12. Financiamiento del proyecto

<b>Préstamo CFN</b>	<b>\$ 65,000.00</b>
Aportación Socio 1	\$ 1,567.37
Aportación Socio 2	\$ 1,567.37
Aportación Socio 3	\$ 1,567.37
Aportación Socio 4	\$ 1,567.37
<b>Total Aportación Socios</b>	<b>\$ 6,269.47</b>
<b>Total Financiamiento</b>	<b>\$ 71,269.47</b>

Elaborado por: Autora

## 7.4 Depreciación de los activos fijos - Diferidos

Tabla 13. Depreciación de los activos fijos

Detalle	Valor del bien	Duración del proyecto	Año por ley	Valor a Depreciar
Vehículo de trabajo	\$ 22,000.00	5	10	\$ 2,200.00
Muebles y Enseres	\$ 2,724.00	5	10	\$ 272.40
Equipo de Computación	\$ 1,700.00	5	3	\$ 566.67
<b>Total depreciación línea recta</b>				<b>\$ 3,039.07</b>

Elaborado por: Autora

Tabla 14. Amortización de los activos diferidos

Detalle	Valor	Duración del proyecto	Año por ley	Valor a Amortizar
Gastos de constitución	\$ 1,354.00	5	5	\$ 270.80
Gastos de promoción	\$ 1,810.00	5	5	\$ 362.00
Gastos de instalación	\$ 2,065.44	5	5	\$ 413.09
<b>Total depreciación línea recta</b>				<b>\$ 1,045.89</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 15. Depreciación acumulada de los activos fijos**

<b>Detalle</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Vehículo de trabajo	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00
Muebles y Enseres	\$ 272.40	\$ 272.40	\$ 272.40	\$ 272.40	\$ 272.40
Equipo de Computación	\$ 566.67	\$ 566.67	\$ 566.67	\$ -	\$ -
<b>Total depreciación anual</b>	<b>\$ 3,039.07</b>	<b>\$ 3,039.07</b>	<b>\$ 3,039.07</b>	<b>\$ 2,472.40</b>	<b>\$ 2,472.40</b>
<b>Total depreciación acumulada</b>	<b>\$ 3,039.07</b>	<b>\$ 6,078.13</b>	<b>\$ 9,117.20</b>	<b>\$ 11,589.60</b>	<b>\$ 14,062.00</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 16. Amortización acumulada de los activos diferidos**

<b>Detalle</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gastos de constitución	\$ 270.80	\$ 270.80	\$ 270.80	\$ 270.80	\$ 270.80
Gastos de promoción	\$ 362.00	\$ 362.00	\$ 362.00	\$ 362.00	\$ 362.00
Gastos de instalación	\$ 413.09	\$ 413.09	\$ 413.09	\$ 413.09	\$ 413.09
<b>total amortización</b>	<b>\$ 1,045.89</b>	<b>\$ 1,045.89</b>	<b>\$ 1,045.89</b>	<b>\$ 1,045.89</b>	<b>\$ 1,045.89</b>
<b>total amortización acumulada</b>	<b>\$ 1,045.89</b>	<b>\$ 2,091.78</b>	<b>\$ 3,137.66</b>	<b>\$ 4,183.55</b>	<b>\$ 5,229.44</b>

Elaborado por: Autora

## 7.5 Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

Tabla 17. Condiciones Financiamiento

CONDICIONES FINANCIAMIENTO		
IFIs:	CORPORACIÓN FINANCIERA CFN	
Monto	\$65,000.00	
Plazo	60	Meses
Interés	11.15%	Anual
Pago	\$1,418.12	
INFLACIÓN 5%	\$ 97,500.00	

Elaborado por: Autora

Tabla 18. Tabla de Amortización

No.	Amortización	Interés	Pago	Capital
0				\$ 65,000.00
1	\$814.17	\$603.96	\$1,418.12	\$64,185.83
2	\$821.73	\$596.39	\$1,418.12	\$63,364.10
3	\$829.37	\$588.76	\$1,418.12	\$62,534.74
4	\$837.07	\$581.05	\$1,418.12	\$61,697.66
5	\$844.85	\$573.27	\$1,418.12	\$60,852.81
6	\$852.70	\$565.42	\$1,418.12	\$60,000.11
7	\$860.62	\$557.50	\$1,418.12	\$59,139.49
8	\$868.62	\$549.50	\$1,418.12	\$58,270.87
9	\$876.69	\$541.43	\$1,418.12	\$57,394.18
10	\$884.84	\$533.29	\$1,418.12	\$56,509.34
11	\$893.06	\$525.07	\$1,418.12	\$55,616.28
12	\$901.36	\$516.77	\$1,418.12	\$54,714.92
13	\$909.73	\$508.39	\$1,418.12	\$53,805.19
14	\$918.18	\$499.94	\$1,418.12	\$52,887.01
15	\$926.72	\$491.41	\$1,418.12	\$51,960.29
16	\$935.33	\$482.80	\$1,418.12	\$51,024.96
17	\$944.02	\$474.11	\$1,418.12	\$50,080.94
18	\$952.79	\$465.34	\$1,418.12	\$49,128.16
19	\$961.64	\$456.48	\$1,418.12	\$48,166.51
20	\$970.58	\$447.55	\$1,418.12	\$47,195.94
21	\$979.60	\$438.53	\$1,418.12	\$46,216.34
22	\$988.70	\$429.43	\$1,418.12	\$45,227.64

23	\$997.88	\$420.24	\$1,418.12	\$44,229.76
24	\$1,007.16	\$410.97	\$1,418.12	\$43,222.60
25	\$1,016.51	\$401.61	\$1,418.12	\$42,206.09
26	\$1,025.96	\$392.16	\$1,418.12	\$41,180.13
27	\$1,035.49	\$382.63	\$1,418.12	\$40,144.63
28	\$1,045.11	\$373.01	\$1,418.12	\$39,099.52
29	\$1,054.83	\$363.30	\$1,418.12	\$38,044.69
30	\$1,064.63	\$353.50	\$1,418.12	\$36,980.07
31	\$1,074.52	\$343.61	\$1,418.12	\$35,905.55
32	\$1,084.50	\$333.62	\$1,418.12	\$34,821.05
33	\$1,094.58	\$323.55	\$1,418.12	\$33,726.47
34	\$1,104.75	\$313.38	\$1,418.12	\$32,621.72
35	\$1,115.01	\$303.11	\$1,418.12	\$31,506.70
36	\$1,125.37	\$292.75	\$1,418.12	\$30,381.33
37	\$1,135.83	\$282.29	\$1,418.12	\$29,245.50
38	\$1,146.39	\$271.74	\$1,418.12	\$28,099.11
39	\$1,157.04	\$261.09	\$1,418.12	\$26,942.07
40	\$1,167.79	\$250.34	\$1,418.12	\$25,774.29
41	\$1,178.64	\$239.49	\$1,418.12	\$24,595.65
42	\$1,189.59	\$228.53	\$1,418.12	\$23,406.06
43	\$1,200.64	\$217.48	\$1,418.12	\$22,205.41
44	\$1,211.80	\$206.33	\$1,418.12	\$20,993.61
45	\$1,223.06	\$195.07	\$1,418.12	\$19,770.56
46	\$1,234.42	\$183.70	\$1,418.12	\$18,536.13
47	\$1,245.89	\$172.23	\$1,418.12	\$17,290.24
48	\$1,257.47	\$160.66	\$1,418.12	\$16,032.77
49	\$1,269.15	\$148.97	\$1,418.12	\$14,763.62
50	\$1,280.95	\$137.18	\$1,418.12	\$13,482.67
51	\$1,292.85	\$125.28	\$1,418.12	\$12,189.82
52	\$1,304.86	\$113.26	\$1,418.12	\$10,884.96
53	\$1,316.99	\$101.14	\$1,418.12	\$9,567.97
54	\$1,329.22	\$88.90	\$1,418.12	\$8,238.75
55	\$1,341.57	\$76.55	\$1,418.12	\$6,897.18
56	\$1,354.04	\$64.09	\$1,418.12	\$5,543.14
57	\$1,366.62	\$51.51	\$1,418.12	\$4,176.52
58	\$1,379.32	\$38.81	\$1,418.12	\$2,797.20
59	\$1,392.13	\$25.99	\$1,418.12	\$1,405.07
60	\$1,405.07	\$13.06	\$1,418.12	\$0.00

Elaborado por: Autora

## 7.6 Ingresos

Tabla 19. Ingresos por ventas del primer año

VENTAS	1	2	3	4	5
<b>TOTAL</b>	\$ 697,440.00	\$767,184.00	\$ 843,902.40	\$ 928,292.64	\$1,021,121.90
<b>Scuba Diving</b>	\$ 156,000.00	\$171,600.00	\$ 188,760.00	\$ 207,636.00	\$ 228,399.60
Precio	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Cantidad	3120	3432	3775	4153	4568
<b>Snorkeling</b>	\$ 84,000.00	\$ 92,400.00	\$ 101,640.00	\$ 111,804.00	\$ 122,984.40
Precio	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Cantidad	3360	3696	4066	4472	4919
<b>Parasailing</b>	\$ 96,000.00	\$105,600.00	\$ 116,160.00	\$ 127,776.00	\$ 140,553.60
Precio	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Cantidad	2400	2640	2904	3194	3514
<b>Avistamiento de ballenas</b>	\$ 30,000.00	\$ 33,000.00	\$ 36,300.00	\$ 39,930.00	\$ 43,923.00
Precio	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Cantidad	1200	1320	1452	1597	1757
<b>Parapente</b>	\$ 79,200.00	\$ 87,120.00	\$ 95,832.00	\$ 105,415.20	\$ 115,956.72
Precio	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Cantidad	2640	2904	3194	3514	3865
<b>Ciclismo</b>	\$ 30,240.00	\$ 33,264.00	\$ 36,590.40	\$ 40,249.44	\$ 44,274.38
Precio	\$ 7.00	\$ 7.00	\$ 7.00	\$ 7.00	\$ 7.00
Cantidad	4320	4752	5227	5750	6325
<b>Excursión</b>	\$ 86,400.00	\$ 95,040.00	\$ 104,544.00	\$ 114,998.40	\$ 126,498.24
Precio	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 18.00
Cantidad	4800	5280	5808	6389	7028
<b>Pesca deportiva</b>	\$ 39,600.00	\$ 43,560.00	\$ 47,916.00	\$ 52,707.60	\$ 57,978.36
Precio	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00
Cantidad	2640	2904	3194	3514	3865
<b>Canoping</b>	\$ 96,000.00	\$ 105,600.00	\$ 116,160.00	\$ 127,776.00	\$ 140,553.60
Precio	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Cantidad	4800	5280	5808	6389	7028

Elaborado por: Autora

Tabla 20. Pronóstico de costo de ventas por actividad por año

Costo de venta	1	2	3	4	5
<b>TOTAL</b>	\$ 455,280.00	\$ 500,808.00	\$ 550,888.80	\$ 605,977.68	\$ 666,575.45
<b>Scuba Diving</b>	\$ 93,600.00	\$ 102,960.00	\$ 113,256.00	\$ 124,581.60	\$ 137,039.76
Precio	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Cantidad	3120	3432	3775	4153	4568
<b>Snorkeling</b>	\$ 67,200.00	\$ 73,920.00	\$ 81,312.00	\$ 89,443.20	\$ 98,387.52
Precio	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Cantidad	3360	3696	4066	4472	4919
<b>Parasailing</b>	\$ 79,200.00	\$ 87,120.00	\$ 95,832.00	\$ 105,415.20	\$ 115,956.72
Precio	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 33.00
Cantidad	2400	2640	2904	3194	3514
<b>Avistamiento de ballenas</b>	\$ 24,000.00	\$ 26,400.00	\$ 29,040.00	\$ 31,944.00	\$ 35,138.40
Precio	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Cantidad	1200	1320	1452	1597	1757
<b>Parapente</b>	\$ 68,640.00	\$ 75,504.00	\$ 83,054.40	\$ 91,359.84	\$ 100,495.82
Precio	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00
Cantidad	2640	2904	3194	3514	3865
<b>Ciclismo</b>	\$ 19,440.00	\$ 21,384.00	\$ 23,522.40	\$ 25,874.64	\$ 28,462.10
Precio	\$ 4.50	\$ 4.50	\$ 4.50	\$ 4.50	\$ 4.50
Cantidad	4320	4752	5227	5750	6325
<b>Excursión</b>	\$ 76,800.00	\$ 84,480.00	\$ 92,928.00	\$ 102,220.80	\$ 112,442.88
Precio	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00
Cantidad	4800	5280	5808	6389	7028
<b>Pesca deportiva</b>	\$ 26,400.00	\$ 29,040.00	\$ 31,944.00	\$ 35,138.40	\$ 38,652.24
Precio	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Cantidad	2640	2904	3194	3514	3865
<b>Canoping</b>	\$ 81,600.00	\$ 89,760.00	\$ 98,736.00	\$ 108,609.60	\$ 119,470.56
Precio	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00
Cantidad	4800	5280	5808	6389	7028

Elaborado por: Autora

## 7.7 Gastos y Costos

Tabla 21. Gastos Sueldos y Salarios

PERSONAL ADMINISTRATIVO				
Cargo	# Personas	Salario mes	Beneficios Sociales	Costo año
Gerente	1	\$ 1,200.00	\$ 4,945.60	\$ 19,345.60
Recepcionista	1	\$ 500.00	\$ 2,259.00	\$ 8,259.00
Conserje	1	\$ 485.00	\$ 2,201.43	\$ 8,021.43
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>\$ 2,185.00</b>	<b>\$ 9,406.03</b>	<b>\$ 35,626.03</b>

Elaborado por: Autora

Tabla 22. Gastos Sueldos y Salarios

GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS									
CARGO	SUELDO MES	SUELDO AÑO	13º SUELDO	14º SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL SALARIO	SALARIO PROMEDIO MES
1	\$1,200.00	\$14,400.00	\$1,200.00	\$ 340.00	\$ 600.00	\$ 1,200.00	\$ 1,605.60	\$ 19,345.60	\$ 1,612.13
2	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 500.00	\$ 340.00	\$ 250.00	\$ 500.00	\$ 669.00	\$ 8,259.00	\$ 688.25
3	\$ 485.00	\$ 5,820.00	\$ 485.00	\$ 340.00	\$ 242.50	\$ 485.00	\$ 648.93	\$ 8,021.43	\$ 668.45
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,185.00</b>	<b>\$26,220.00</b>	<b>\$2,185.00</b>	<b>\$1,020.00</b>	<b>\$ 1,092.50</b>	<b>\$ 2,185.00</b>	<b>\$ 2,923.53</b>	<b>\$ 35,626.03</b>	<b>\$ 2,968.84</b>

Elaborado por: Autora



**Tabla 23. Costos de Ventas – De Administración**

<b>Costos de Ventas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Scuba Diving	\$ 93,600.00	\$ 102,960.00	\$ 113,256.00	\$ 124,581.60	\$ 137,039.76
Snorkeling	\$ 67,200.00	\$ 73,920.00	\$ 81,312.00	\$ 89,443.20	\$ 98,387.52
Parasailing	\$ 79,200.00	\$ 87,120.00	\$ 95,832.00	\$ 105,415.20	\$ 115,956.72
Avistamiento de ballenas	\$ 24,000.00	\$ 26,400.00	\$ 29,040.00	\$ 31,944.00	\$ 35,138.40
Parapente	\$ 68,640.00	\$ 75,504.00	\$ 83,054.40	\$ 91,359.84	\$ 100,495.82
Ciclismo	\$ 19,440.00	\$ 21,384.00	\$ 23,522.40	\$ 25,874.64	\$ 28,462.10
Excursión	\$ 76,800.00	\$ 84,480.00	\$ 92,928.00	\$ 102,220.80	\$ 112,442.88
Pesca deportiva	\$ 26,400.00	\$ 29,040.00	\$ 31,944.00	\$ 35,138.40	\$ 38,652.24
Canoping	\$ 81,600.00	\$ 89,760.00	\$ 98,736.00	\$ 108,609.60	\$ 119,470.56
Guías (3)	\$ 12,672.00	\$ 12,672.00	\$ 12,672.00	\$ 12,672.00	\$ 12,672.00
Encargados en deportes (4)	\$ 32,256.00	\$ 32,256.00	\$ 32,256.00	\$ 32,256.00	\$ 32,256.00
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 581,808.00</b>	<b>\$ 635,496.00</b>	<b>\$ 694,552.80</b>	<b>\$ 759,515.28</b>	<b>\$ 830,974.01</b>
<b>Costo de Administración</b>					
Arriendo	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
Sueldos y Salarios	\$ 35,626.03	\$ 37,407.33	\$ 39,277.70	\$ 41,241.58	\$ 43,303.66
Servicios Básicos	\$ 3,990.00	\$ 4,189.50	\$ 4,398.98	\$ 4,618.92	\$ 4,849.87
Gastos de constitución	\$ 1,354.00	\$ 1,421.70	\$ 1,492.79	\$ 1,567.42	\$ 1,645.80
Gastos de promoción	\$ 1,042.10	\$ 1,094.21	\$ 1,148.92	\$ 1,206.36	\$ 1,266.68
Gastos de intalación	\$ 2,065.44	\$ 2,168.71	\$ 2,168.71	\$ 2,168.71	\$ 2,168.71
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 44,077.57</b>	<b>\$ 46,281.45</b>	<b>\$ 48,487.09</b>	<b>\$ 50,803.00</b>	<b>\$ 53,234.72</b>
<b>Costos Financieros</b>					
Intereses bancarios	\$ 6,732.42	\$ 5,525.17	\$ 4,176.23	\$ 2,668.94	\$ 984.73
	\$ 50,809.99	\$ 51,806.62	\$ 52,663.31	\$ 53,471.94	\$ 54,219.45
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 632,617.99</b>	<b>\$ 687,302.62</b>	<b>\$ 747,216.11</b>	<b>\$ 812,987.22</b>	<b>\$ 885,193.45</b>

Elaborado por: Autora

## 7.8 Cálculo del punto de equilibrio

Tabla 24. Punto de equilibrio anual

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>						
	<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	PV Promedio	\$ 24.29	\$ 24.29	\$ 24.29	\$ 24.29	\$ 24.29
	CF Totales	\$ 50,809.99	\$ 51,806.62	\$ 52,663.31	\$ 53,471.94	\$ 54,219.45
	CF Unitario	\$ 1.14	\$ 1.06	\$ 0.98	\$ 0.90	\$ 0.83
	CV Totales	\$ 632,617.99	\$ 687,302.62	\$ 747,216.11	\$ 812,987.22	\$ 885,193.45
	CV Unitario	\$ 14.25	\$ 14.07	\$ 13.91	\$ 13.76	\$ 13.62
Punto de Equilibrio Cantidad	PE (Q)	<b>5,060</b>	<b>5,070</b>	<b>5,073</b>	<b>5,076</b>	<b>5,080</b>
Punto de Equilibrio Ventas	PE (\$)	<b>\$ 122,899.27</b>	<b>\$ 123,156.22</b>	<b>\$ 123,213.81</b>	<b>\$ 123,306.91</b>	<b>\$ 123,392.18</b>
	CF	\$ 50,809.99	\$ 51,806.62	\$ 52,663.31	\$ 53,471.94	\$ 54,219.45
	CV	\$ 72,089.28	\$ 71,349.59	\$ 70,550.50	\$ 69,834.96	\$ 69,172.73
	CTotal	<b>\$ 122,899.27</b>	<b>\$ 123,156.22</b>	<b>\$ 123,213.81</b>	<b>\$ 123,306.91</b>	<b>\$ 123,392.18</b>
	Cuadre	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

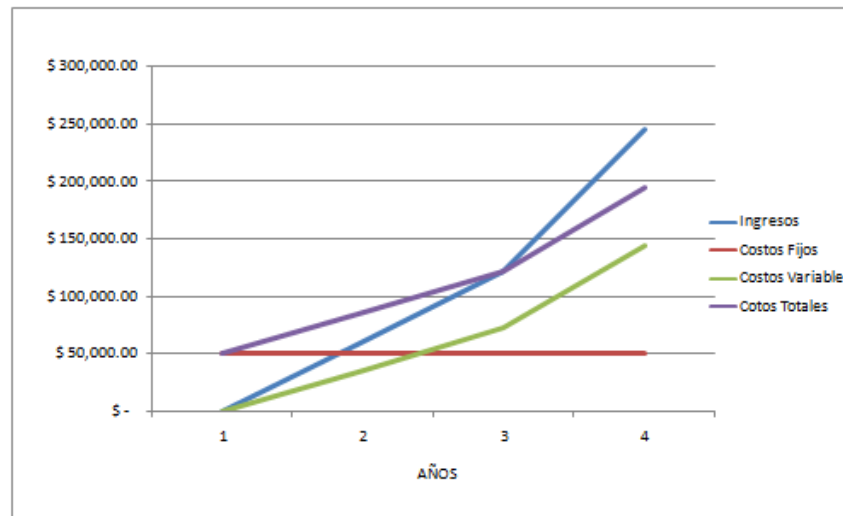
Elaborado por: Autora

**Tabla 25. Punto de equilibrio – AÑO 1**

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1				
Cantidad	0	2530	5060	10119
Ingresos	\$ -	\$ 61,449.64	\$ 122,899.27	\$ 245,798.54
Costos Fijos	\$ 50,809.99	\$ 50,809.99	\$ 50,809.99	\$ 50,809.99
Costos Variables	\$ -	\$ 36,044.64	\$ 72,089.28	\$ 144,178.56
Cotos Totales	\$ 50,809.99	\$ 86,854.63	\$ 122,899.27	\$ 194,988.55
Cuadre	\$ (50,809.99)	\$ (25,405.00)	\$ -	\$ 50,809.99

Elaborado por: Autora

**Gráfico 22. Punto de equilibrio - AÑO 1**



Elaborado por: Autora

## 7.9 Estado proforma de resultados

Tabla 26. Estado de Pérdidas & Ganancias

RUBROS	1	2	3	4	5
Ventas Netas	\$ 697,440.00	\$ 767,184.00	\$ 843,902.40	\$ 928,292.64	\$ 1,021,121.90
(-) Costo de Ventas	\$ 581,808.00	\$ 635,496.00	\$ 694,552.80	\$ 759,515.28	\$ 830,974.01
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 115,632.00</b>	<b>\$ 131,688.00</b>	<b>\$ 149,349.60</b>	<b>\$ 168,777.36</b>	<b>\$ 190,147.90</b>
(-) Costos de Administración	\$ 44,077.57	\$ 46,281.45	\$ 48,487.09	\$ 50,803.00	\$ 53,234.72
Depreciación	\$ 3,039.07	\$ 3,039.07	\$ 3,039.07	\$ 2,472.40	\$ 2,472.40
Amortización	\$ 1,045.89	\$ 1,045.89	\$ 1,045.89	\$ 1,045.89	\$ 1,045.89
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 67,469.48</b>	<b>\$ 81,321.60</b>	<b>\$ 96,777.56</b>	<b>\$ 114,456.07</b>	<b>\$ 133,394.89</b>
(-) Interés Bancario	\$ 6,732.42	\$ 5,525.17	\$ 4,176.23	\$ 2,668.94	\$ 984.73
<b>Utilidad antes participación</b>	<b>\$ 60,737.06</b>	<b>\$ 75,796.42</b>	<b>\$ 92,601.33</b>	<b>\$ 111,787.13</b>	<b>\$ 132,410.16</b>
Participación Utilidades	\$ 9,110.56	\$ 11,369.46	\$ 13,890.20	\$ 16,768.07	\$ 19,861.52
<b>UTILIDAD ANTES IMP RENTA</b>	<b>\$ 51,626.50</b>	<b>\$ 64,426.96</b>	<b>\$ 78,711.13</b>	<b>\$ 95,019.06</b>	<b>\$ 112,548.64</b>
Impuesto a la Renta	\$ 11,357.83	\$ 14,173.93	\$ 17,316.45	\$ 20,904.19	\$ 24,760.70
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 40,268.67</b>	<b>\$ 50,253.03</b>	<b>\$ 61,394.68</b>	<b>\$ 74,114.87</b>	<b>\$ 87,787.94</b>
<b>Ventas Netas</b>	<b>5.77%</b>	<b>6.55%</b>	<b>7.28%</b>	<b>7.98%</b>	<b>8.60%</b>
<b>Utilidad Neta/Activos</b>	<b>33.08%</b>	<b>30.35%</b>	<b>27.94%</b>	<b>25.91%</b>	<b>24.07%</b>
<b>Utilidad Neta/Patrimonio</b>	<b>86.53%</b>	<b>51.92%</b>	<b>38.81%</b>	<b>31.90%</b>	<b>27.43%</b>

Elaborado por: Autora

## 7.10 Balance General

Tabla 27. Balance General

<b>BALANCE GENERAL HISTORICO PROYECTADO</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Caja y Bancos	\$ 94,152.96	\$ 142,073.63	\$ 200,375.25	\$ 270,125.46	\$ 352,348.88
Cuentas y Documentos por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 94,152.96</b>	<b>\$ 142,073.63</b>	<b>\$ 200,375.25</b>	<b>\$ 270,125.46</b>	<b>\$ 352,348.88</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>					
Vehículo de trabajo	\$ 22,000.00	\$ 22,000.00	\$ 22,000.00	\$ 22,000.00	\$ 22,000.00
Muebles y Enseres	\$ 2,724.00	\$ 2,724.00	\$ 2,724.00	\$ 2,724.00	\$ 2,724.00
Equipo de Computación	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 26,424.00</b>	<b>\$ 26,424.00</b>	<b>\$ 26,424.00</b>	<b>\$ 26,424.00</b>	<b>\$ 26,424.00</b>
Depreciaciones	\$ 3,039.07	\$ 6,078.13	\$ 9,117.20	\$ 11,589.60	\$ 14,062.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 23,384.93</b>	<b>\$ 20,345.87</b>	<b>\$ 17,306.80</b>	<b>\$ 14,834.40</b>	<b>\$ 12,362.00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>					
Gastos de constitución	\$ 1,354.00	\$ 1,354.00	\$ 1,354.00	\$ 1,354.00	\$ 1,354.00
Gastos de promoción	\$ 1,810.00	\$ 1,810.00	\$ 1,810.00	\$ 1,810.00	\$ 1,810.00
Gastos de instalación	\$ 2,065.44	\$ 2,065.44	\$ 2,065.44	\$ 2,065.44	\$ 2,065.44
Amortización	\$ 1,045.89	\$ 2,091.78	\$ 3,137.66	\$ 4,183.55	\$ 5,229.44
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 4,183.55</b>	<b>\$ 3,137.66</b>	<b>\$ 2,091.78</b>	<b>\$ 1,045.89</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 121,721.45</b>	<b>\$ 165,557.16</b>	<b>\$ 219,773.83</b>	<b>\$ 286,005.75</b>	<b>\$ 364,710.88</b>

<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
Participación Trabajadores	\$ 9,110.56	\$ 11,369.46	\$ 13,890.20	\$ 16,768.07	\$ 19,861.52
Impuesto a la Renta	\$ 11,357.83	\$ 14,173.93	\$ 17,316.45	\$ 20,904.19	\$ 24,760.70
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 20,468.39</b>	<b>\$ 25,543.39</b>	<b>\$ 31,206.65</b>	<b>\$ 37,672.26</b>	<b>\$ 44,622.22</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>					
Deuda Largo Plazo	\$ 54,714.92	\$ 43,222.60	\$ 30,381.33	\$ 16,032.77	\$ 0.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 54,714.92</b>	<b>\$ 43,222.60</b>	<b>\$ 30,381.33</b>	<b>\$ 16,032.77</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 75,183.31</b>	<b>\$ 68,765.99</b>	<b>\$ 61,587.98</b>	<b>\$ 53,705.03</b>	<b>\$ 44,622.22</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social Pagado	\$ 6,269.47	\$ 6,269.47	\$ 6,269.47	\$ 6,269.47	\$ 6,269.47
Utilidad Retenida	\$ -	\$ 40,268.67	\$ 90,521.70	\$ 151,916.38	\$ 226,031.25
Utilidad Neta	\$ 40,268.67	\$ 50,253.03	\$ 61,394.68	\$ 74,114.87	\$ 87,787.94
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 46,538.14</b>	<b>\$ 96,791.17</b>	<b>\$ 158,185.85</b>	<b>\$ 232,300.72</b>	<b>\$ 320,088.65</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 121,721.45</b>	<b>\$ 165,557.16</b>	<b>\$ 219,773.83</b>	<b>\$ 286,005.75</b>	<b>\$ 364,710.88</b>
<b>CUADRE</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Elaborado por: Autora

## 7.11 Cálculo del flujo de caja del proyecto

Tabla 28. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
		1	2	3	4	5
<b>Ingresos operacionales</b>						
Recuperación por ventas		\$ 697,440.00	\$767,184.00	\$843,902.40	\$ 928,292.64	\$ 1,021,121.90
<b>Subtotal</b>		<b>\$ 697,440.00</b>	<b>\$767,184.00</b>	<b>\$843,902.40</b>	<b>\$ 928,292.64</b>	<b>\$ 1,021,121.90</b>
<b>Egresos operacionales</b>						
Costos de Ventas		\$ 581,808.00	\$635,496.00	\$694,552.80	\$ 759,515.28	\$ 830,974.01
Gastos de Administrativos		\$ 44,077.57	\$ 46,281.45	\$ 48,487.09	\$ 50,803.00	\$ 53,234.72
<b>Subtotal</b>		<b>\$ 625,885.57</b>	<b>\$681,777.45</b>	<b>\$743,039.89</b>	<b>\$ 810,318.28</b>	<b>\$ 884,208.73</b>
<b>Flujo operacional</b>		<b>\$ 71,554.43</b>	<b>\$ 85,406.55</b>	<b>\$100,862.51</b>	<b>\$ 117,974.36</b>	<b>\$ 136,913.18</b>
<b>Ingresos no operacionales</b>						
Capital Propio	\$ 6,269.47	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos IFIs	\$ 65,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 71,269.47</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Egresos no operacionales</b>						
Pago de Intereses		\$ 6,732.42	\$ 5,525.17	\$ 4,176.23	\$ 2,668.94	\$ 984.73

Pago de Capital		\$ 10,285.08	\$ 11,492.32	\$ 12,841.27	\$ 14,348.56	\$ 16,032.77
Pago Participación		\$ -	\$ 9,110.56	\$ 11,369.46	\$ 13,890.20	\$ 16,768.07
Pago de Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 11,357.83	\$ 14,173.93	\$ 17,316.45	\$ 20,904.19
<b>Activos fijos</b>						
Vehículo de trabajo	\$ 1,000.00					
Edificios y construcciones	\$ 1,200.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 366.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Computación	\$ 566.67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 3,133.07</b>	<b>\$ 17,017.50</b>	<b>\$ 37,485.88</b>	<b>\$ 42,560.89</b>	<b>\$ 48,224.15</b>	<b>\$ 54,689.76</b>
<b>Flujo no operacional</b>		<b>\$ (17,017.50)</b>	<b>\$(37,485.88)</b>	<b>\$(42,560.89)</b>	<b>\$ (48,224.15)</b>	<b>\$ (54,689.76)</b>
<b>Flujo neto generado</b>		<b>\$ 54,536.93</b>	<b>\$ 47,920.67</b>	<b>\$ 58,301.62</b>	<b>\$ 69,750.21</b>	<b>\$ 82,223.42</b>
<b>Saldo inicial de caja</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 54,536.93</b>	<b>\$102,457.60</b>	<b>\$ 160,759.22</b>	<b>\$ 230,509.43</b>
<b>Saldo final de caja</b>		<b>\$ 54,536.93</b>	<b>\$102,457.60</b>	<b>\$160,759.22</b>	<b>\$ 230,509.43</b>	<b>\$ 312,732.85</b>

\$ (71,269.47)	\$ 54,536.93	\$ 47,920.67	\$ 58,301.62	\$ 69,750.21	\$ 82,223.42
\$ (6,269.47)	\$ 54,536.93	\$ 47,920.67	\$ 58,301.62	\$ 69,750.21	\$ 82,223.42
\$ (71,269.47)	<b>\$ (16,732.54)</b>	\$ 31,188.13	\$ 89,489.75	\$ 159,239.96	\$ 241,463.38

<b>TMAR</b>	<b>9.39%</b>
<b>TIRF</b>	<b>73.70%</b>
<b>TIRI</b>	<b>860.90%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 164,386.82</b>
<b>PRI</b>	<b>1 Año</b>

Elaborado por: Autora



## 7.12 Índices financieros

Tabla 29. Índices financieros

ÍNDICES FINANCIEROS						
ÍNDICE	1	2	3	4	5	PROMEDIO
<b>Retorno</b>						
Tasa interna de retorno financiera (TIRF)						<b>73.70%</b>
Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)						<b>860.90%</b>
Valor actual neto (VAN)						<b>\$ 164,386.82</b>
Período de recuperación AÑOS						<b>1</b>
Utilidad neta/patrimonio (ROE)	86.53%	51.92%	38.81%	31.90%	27.43%	<b>47.32%</b>
Utilidad neta/activos totales (ROA)	33.08%	30.35%	27.94%	25.91%	24.07%	<b>28.27%</b>
Utilidad neta/ventas	5.77%	6.55%	7.28%	7.98%	8.60%	<b>7.24%</b>
Punto de equilibrio	5059.55	5070.13	5072.50	5076.33	5079.84	<b>5071.67</b>
	\$ 122,899.27	\$123,156.22	\$123,213.81	\$123,306.91	\$123,392.18	<b>\$ 123,193.68</b>
<b>Liquidez</b>						
Flujo operacional	\$ 71,554.43	\$ 85,406.55	\$100,862.51	\$117,974.36	\$136,913.18	<b>\$ 102,542.21</b>
Flujo no operacional	\$ (17,017.50)	\$ (37,485.88)	\$(42,560.89)	\$(48,224.15)	\$(54,689.76)	<b>\$ (39,995.64)</b>
Flujo neto generado	\$ 54,536.93	\$ 47,920.67	\$ 58,301.62	\$ 69,750.21	\$ 82,223.42	<b>\$ 62,546.57</b>
Saldo final de caja	\$ 54,536.93	\$ 102,457.60	\$160,759.22	\$230,509.43	\$312,732.85	<b>\$ 172,199.21</b>

Capital de trabajo	\$ 73,684.58	\$ 116,530.24	\$169,168.60	\$232,453.20	\$307,726.65	<b>\$ 179,912.65</b>
Indice de liquidez (prueba ácida)	4.60	5.56	6.42	7.17	7.90	<b>6.33</b>
Indice de solvencia (razon corriente)	4.60	5.56	6.42	7.17	7.90	<b>6.33</b>
<b>Composición de activos</b>						
Activo corriente/activos totales	77.35%	85.82%	91.17%	94.45%	96.61%	<b>89.08%</b>
Activo fijo/activos totales	19.21%	12.29%	7.87%	5.19%	3.39%	<b>9.59%</b>
<b>Apalancamiento</b>						
Pasivos totales/activos totales	61.77%	41.54%	28.02%	18.78%	12.23%	<b>32.47%</b>
Pasivos corrientes/activos totales	16.82%	15.43%	14.20%	13.17%	12.23%	<b>14.37%</b>
Patrimonio/activos totales	38.23%	58.46%	71.98%	81.22%	87.77%	<b>67.53%</b>
<b>Composición de costos y gastos</b>						
Gastos adm y vtas/costos y gastos	6.97%	6.73%	6.49%	6.25%	6.01%	<b>6.49%</b>
Gastos financieros/costos y gastos	1.06%	0.80%	0.56%	0.33%	0.11%	<b>0.57%</b>
Costo de ventas/costos y gastos	91.97%	92.46%	92.95%	93.42%	93.87%	<b>92.94%</b>
Total remuneraciones/costos y gastos	83.69%	84.78%	85.92%	86.55%	86.55%	<b>85.50%</b>
<b>Sociales</b>						
Utilidades	\$ 9,110.56	\$ 11,369.46	\$ 13,890.20	\$ 16,768.07	\$ 19,861.52	<b>\$ 14,199.96</b>
Sueldos y salarios	\$ 35,626.03	\$ 37,407.33	\$ 39,277.70	\$ 41,241.58	\$ 43,303.66	<b>\$ 39,371.26</b>

**Elaborado por: Autora**

### 7.13 Análisis de riesgos

Una vez determinado la propuesta de implementación de una operadora sostenible en la comunidad de Ayangue, se establecen los posibles riesgos debido a la influencia del funcionamiento de la empresa desde diferentes puntos de vista, y cuáles son las posibles medidas correctivas indicadas para cada una de esto.

**Tabla 30. Análisis de Riesgos**

Tipos	Riesgos	Medidas Estratégicas
Económicos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disminución de llegada turistas por épocas no playeras durante el año.</li> <li>2. Dependencia de la situación de la comunidad.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explorar nuevo mercado objetivo dando a conocer las otras actividades de entretenimiento sostenible fuera del agua.</li> </ol>
De Mercado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variaciones en los pronósticos de ventas establecidos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fijar la cartera de clientes potenciales mediante el estudio de mercado.</li> </ol>
Sociales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de acercamiento con los comuneros.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Charlas constructivas y de sensibilización a la(s) comunidad(es).</li> <li>2. Diversificación de servicios como evidencia de desarrollo a favor.</li> </ol>
Ambientales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contaminación de la naturaleza con productos no ecológicos.</li> <li>2. Dificultad para el manejo del proveedor sobre sus prácticas en sus recursos</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acuerdos con las autoridades de la comunidad para el control del comportamiento del turista.</li> <li>2. Concientizar al proveedor sobre el correcto manejo de sus recursos en relación al medio ambiente.</li> </ol>

Elaborado por: Autora

En cada riesgo mencionado en la matriz, se puede decir que:

1. Económico: debido a que el turismo es una actividad con temporadas altas y bajas, la influencia del ingreso de visitantes están en relación directa con los ingresos de la empresa, para esto, se dará a conocer nuevas actividades de entretenimiento sostenible fuera del agua. Adicionalmente, la situación de la comunidad donde se ubica la empresa es otro riesgo a mencionar, puesto que al existir una recesión, se obliga a la empresa a buscar nuevos clientes potenciales en otras poblaciones o asociarse con empresas de buen prestigio tanto social como económicamente.

2. De mercado: Para evitar riesgos financieros por falta de pronósticos de ventas de la empresa, es preciso buscar e identificar otros segmentos de mercado sustitutos mientras se logra establecer una nueva cartera de clientes potenciales mediante estudio de mercado, permitiendo así variar sus medidas estratégicas.

3. Social: Debido a que los comuneros no aceptan desde el principio un proyecto de desarrollo sostenible para su comunidad aprovechando los recursos existentes, la empresa sería participe de los acercamientos a los comuneros mediante charlas o capacitaciones con la finalidad de concientizar tanto del consumo sostenible y sustentable de sus recursos y los beneficios que se obtienen al trabajar junto a la creación y mejoramiento de los servicios turísticos.

4. Ambiental: el uso indebido de los recursos naturales de los destinos pone en riesgo el esfuerzo que la empresa realice por el cuidado de los mismos, por lo que se acordará con las autoridades respectivas para el monitoreo del ingreso y la conducta de los turistas en cuanto al manejo de residuos, el tratamiento de las aguas y las visitas a los lugares con mayor flora y fauna.

## RECOMENDACIONES

1. Se debe trabajar en conjunto, entre zonas rurales y urbanas con una sola visión sobre el turismo sostenible, de esta forma, a largo plazo los sistemas podrán acoplarse buscando una mejora mutua y para sus alrededores.
2. Demostrar la factibilidad de la propuesta a otras empresas que se desempeñan en el mismo mercado con la finalidad de que se integren al equilibrio entre los recursos naturales y el ser humano.
3. Controlar la participación de cada persona en este ámbito, de esta forma garantizar la estabilidad de los recursos naturales así como de la satisfacción de las expectativas de los turistas locales y extranjeros.
4. Involucrar al equipo de trabajo personas que estén interesadas en brindar servicios alineándose a las competencias laborales ajustadas a la empresa así como al cuidado de los recursos naturales.

## CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado que se realizó, demuestra por parte de los turistas una aceptación en actividades que estén alineadas al turismo sostenible en las comunidades receptoras, así como de los beneficios sociales que traen consigo y de la valoración cultural.
2. El turismo sostenible busca conducir al visitante local y extranjero a realizar actividades de interés natural con la finalidad de que aprecien, de entretenerse y comprender la influencia del medio ambiente sobre la sociedad y las comunidades receptoras.
3. El manejo de los impactos que puedan ocasionar el proyecto al ser implementado en la comunidad de Ayangue son respaldo para realizar un control sobre los servicios, la cantidad de viajes y la comunidad en plazos determinados. La búsqueda de la influencia positiva inclusive para las comunidades cercanas para que se integren en procesos eco turísticos donde evidenciaran beneficios a corto plazo.

## BIBLIOGRAFÍA

Anahí González, M., Sánchez, I., & Sanz, S. (2007) *Turismo en los espacios litorales: sol, playa y turismo residencial / 9º Congreso de Turismo, Universidad y Empresa* /Diego López Olivares (dir. Congr.), José Enrique Bigné Alcañiz (dir. Congr.), pg. 105-121. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3767855>

Amos, B.(s.f). *Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo*. Washington DC – Estados Unidos; Center for Ecotourism and Sustainable Development. Recuperado de [www.responsibletravel.org/resources/.../reports/Manual\\_No\\_1.pdf](http://www.responsibletravel.org/resources/.../reports/Manual_No_1.pdf)

Causas, D. (s.f) *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Recuperado de [http://www.mecanicahn.com/personal/marcosmartinez/seminario1/los\\_pdf/l-Variables.pdf](http://www.mecanicahn.com/personal/marcosmartinez/seminario1/los_pdf/l-Variables.pdf)

Comuna Ayangue (2014) *Comuna Ayangue*. Recuperado de [http://colonche.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=55&Itemid=66](http://colonche.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=66)

Cubero – Pardo, P. (2008). *Plan de Monitoreo para evaluación del impacto del Ecoturismo Marino en las Islas Galápagos*. Puerto Ayora, Galápagos – Ecuador: Asistencia Técnica Fundación Charles Darwin Foundation. Recuperado de [www.galapagospark.org/documentos/INCOFISH\\_2008.pdf](http://www.galapagospark.org/documentos/INCOFISH_2008.pdf)

Creswell, J. (2009) *Los procesos mixtos y multimodal*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/158619196/Los-Procesos-Mixtos-o-Multimodales>

Instituto Nacional de Ecología & Centro de Educación Ambiental e investigación Sierra de Huautla (1996) *Documento Técnico justificativo para la creación de la reserva de la biosfera Sierra de Huautla – Cerro Frío Morelo, Mexico – Morelos* recuperado de

<http://www.conabio.gob.mx/institucion/proyectos/resultados/infQ025%20segunda%20parte.pdf>

INEC (2010) *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Santa Elena –Ecuador.* Recuperado de [www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo\\_nacional\\_final.pdf](http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf)

INEC (2013) *Número de habitantes en el Ecuador.* Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Medina, A. (2013) Gabriela Maldonado: 'Ecuador practica el ecoturismo, pero falta más'. *El Comercio.* Recuperado de [http://www.elcomercio.com.ec/pais/Ecuador-turismo-turistas-ecoturismo\\_0\\_899310071.html](http://www.elcomercio.com.ec/pais/Ecuador-turismo-turistas-ecoturismo_0_899310071.html)

Mesino, L. (2010) *Las políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la población venezolana un análisis desde el paradigma crítico periodo: 1988-2006* (Tesis doctorales de Ciencias Sociales, Universidad de Zulia) Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sustentable.htm>

Ministerio de Turismo Ecuador (2007) *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. Plandetur 2020.* Recuperado de <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>



Olmedo, B. (2012). *Proyecto para la Creación del Hotel Ayangue Bahía Resort como Complemento para la Promoción y Desarrollo de Opciones Turísticas en la Comuna de Ayangue* (Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Universidad Católica Santiago de Guayaquil). Recuperado de [http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/329/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-21.pdf?bcsi\\_scan\\_1e9aedd054bacd1c=xmNy8VdOIkq9W+YT2GtddwOqZQ6AAA4fddRQ==&bcsi\\_scan\\_filename=T-UCSG-PRE-ESP-AETH-21.pdf](http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/329/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-21.pdf?bcsi_scan_1e9aedd054bacd1c=xmNy8VdOIkq9W+YT2GtddwOqZQ6AAA4fddRQ==&bcsi_scan_filename=T-UCSG-PRE-ESP-AETH-21.pdf)

Organización Mundial del turismo (2007) Entender el turismo: Glosario Básico. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Paul Krugman, Nobel de Economía por sus teorías sobre el comercio en *La opinión a Coruña* (2008). Recuperado de <http://www.laopinioncoruna.es/economia/2008/10/14/paul-krugman-nobel-economia-teorias-comercio/228525.html>

Peñafiel, A. (2008). *El turismo sustentable y su influencia en el ecoturismo del Ecuador* (Monografía previa a la obtención del título de guía profesional de turismo, Universidad Tecnológica Equinoccial). Recuperado de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8637/1/34194\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8637/1/34194_1.pdf)

Salazar, J. & Salazar, W. (2007). *Propuesta para la creación de una operadora turística sostenible en Pereira Risaralda* (Proyecto presentado como trabajo de Grado para optar por el título de Administrador del Medio Ambiente, Universidad Tecnológica de Pereira). Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/809/1/3384791S161pc.pdf>

Troncoso, B (1999). *Turismo Sostenible y Ecoturismo*; República Dominicana  
Recuperado de <http://kiskeyaalternative.org/publica/bolivar/ecoturis.htm#modal>

Vanegas, G. (2006). *Ecoturismo Instrumento de Desarrollo Sostenible* (Proyecto de monografía especialista, Universidad Antioquia) recuperado de <http://tesis.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

Zamora Casal, Francisco M. (2002) *Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados animación turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo*; México: Trillas.

# ANEXOS

## Encuesta:



Se busca medir el interés de los ciudadanos en implementar una operadora turística con desarrollo sostenible en la comunidad de Ayangue. Su opinión es de gran importancia, por lo cual se le agradece de antemano contestar a las preguntas indicadas a continuación:

### Datos Generales:

#### 1) Género

Masculino \_\_\_\_\_

Femenino\_\_\_\_\_

#### 2) Edad:

Entre 20-24 Años \_\_\_\_\_

Entre 45-49 Años \_\_\_\_\_

Entre 25-34 Años \_\_\_\_\_

Entre 50-54 Años \_\_\_\_\_

Entre 35-44 Años \_\_\_\_\_

#### 3) Lugar de residencia habitual

Costa \_\_\_\_\_

Amazonia\_\_\_\_\_

Sierra \_\_\_\_\_

Galápagos \_\_\_\_\_

#### 4) Razones de Viaje

Vacaciones \_\_\_\_\_

Feridos \_\_\_\_\_

Fines de semana \_\_\_\_\_

Otros (Cuáles) \_\_\_\_\_

5) ¿Qué sabe Ud. acerca del turismo sostenible? (marca una opción)

Actividad de extracción de recursos \_\_\_\_\_

Actividad económica que protege el medio ambiente \_\_\_\_\_

Actividad turística rural \_\_\_\_\_

Actividad turística urbana \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

6) ¿Considera importante desarrollar un turismo responsable con el medio ambiente?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7) ¿Cómo conoció la existencia de la comunidad de Ayangue?

Medios de  
comunicación \_\_\_\_\_

Sugerencia \_\_\_\_\_

Internet \_\_\_\_\_

Guías de viaje \_\_\_\_\_

De pasada por la ruta  
del Sol \_\_\_\_\_

8) ¿Qué otra actividad pagada relacionada con el turismo sostenible le gustaría realizar en su visita?

Buceo \_\_\_\_\_

Avistamiento de ballenas \_\_\_\_\_

Pesca artesanal \_\_\_\_\_

Paseos en bote \_\_\_\_\_

Caminatas \_\_\_\_\_

Visita a museos \_\_\_\_\_

Estudio de las especies \_\_\_\_\_

Otros (Cuáles) \_\_\_\_\_

