



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**“PROPUESTA INTEGRAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL
MEJORAMIENTO TURÍSTICO DEL CANTÓN NARANJAL
COMO ALTERNATIVA PARA LOGRAR UN DESARROLLO
ECONÓMICO Y SOCIAL DE SUS HABITANTES”**

PRESENTADO POR:

Lourdes Patricia Cornejo Balseca

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Vanessa Ponce Solórzano, Mgs

Guayaquil, Diciembre del 2012

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a mis padres Roberto y Yolanda por darme mi formación académica a ellos les entrego este triunfo, a mi hermano Roberto a mi cuñada Joanna, a mi amada hija Lya por siempre encontrar en ellos ayuda y apoyo desinteresadamente; al resto de familia por aquellas palabras de fuerza y aliento.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis compañeros de trabajo, en especial a mis superiores por haberme brindado las facilidades para poder culminar con mis estudios universitarios.

A todas mis amigas y amigos que hice en el transcurso, a mis maestros.

A todos.....

GRACIAS!

Lourdes Patricia Cornejo Balseca

DEDICATORIA

A Dios

Por haberme permitido ser parte de su creación, por gozar de salud y fuerza suficiente para poder culminar con mi carrera universitaria, por su infinito amor.

A mi padre Roberto

Por su apoyo incondicional en cada segundo de mi vida, por enseñarme el significado de generosidad, por hacer de mí una persona con muchos valores, me faltara vida para agradecerle lo que ha hecho por mí.

A mi madre Yolanda

Por cada uno de aquellos consejos tan propicios y oportunos que supieron llegar cada vez que los necesitaba, por el ejemplo de lucha, perseverancia y convicción de que todo lo que uno desee ser en la vida se puede alcanzar sin importar espacio ni tiempo.

A mi hermano

Mi querido Robertito, por haberme enseñado que tan solo basta el querer algo para lograrlo y que las cosas con mayor trabajo son las que mejor se disfrutan.

A mí amada hija Lya

No por el hecho de ser tan pequeña dejaste de enseñarme lo que es compartir y saber entender que aquellos momentos que no me encontré a tu lado estaba formándome para poder darte a manos llenas un futuro mejor.

Lourdes Patricia Cornejo Balseca

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	IX
ABSTRACT	X
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 1	13
DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	14
1.4. OBJETIVOS.....	17
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	17
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	17
CAPÍTULO 2	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1. MARCO REFERENCIAL	18
2.1.1. <i>Proyecto</i>	18
2.1.2. <i>Identificación y selección de proyectos turísticos:</i>	18
2.2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.2.1. <i>Teoría del Ocio y el Tiempo Libre</i>	21
2.2.2. <i>Teoría Humanista del Turismo</i>	22
2.2.3. <i>Teoría Sociológica del Turismo</i>	23
2.2.4. <i>Teoría Económica del Turismo</i>	24
2.2.5. <i>Teoría del Marketing Turístico</i>	25
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	25
CAPÍTULO 3	26
ASPECTOS GENERALES DEL ENTORNO	26
3.1. CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN NARANJAL	26
3.1.1. <i>Localización física</i>	26

3.1.2. Estudio de localización.....	28
3.1.3. Clima y temperatura.....	29
3.1.4 Principales Vías de acceso.....	29
3.2. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.....	29
3.2.1. Inventario y Descripción de atractivos.....	30
3.2.2. Características generales.....	40
3.2.3. Perspectivas y tendencias de desarrollo turístico.....	40
3.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO (PEST).....	42
3.3.1. Entorno Económico.....	42
3.3.2. Entorno Socio-Cultural.....	45
3.3.4. Entorno Político.....	46
3.3.5. Entorno Tecnológico.....	47
CAPÍTULO 4.....	49
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	49
4.1. INTRODUCCIÓN.....	49
4.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	49
4.2.1. Tipo de Investigación.....	49
4.2.2. Método de Investigación.....	50
4.2.3. Técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	50
4.3. UNIDADES DE OBSERVACIÓN.....	52
4.3.1. Tamaño de la Muestra.....	52
4.3.2. Tipo de muestreo.....	53
4.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	54
4.5. MERCADO OBJETIVO.....	55
4.5.1. Segmentación de Mercado.....	55
4.5.2. Planificación de la investigación de campo.....	55
4.6. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	56
4.6.1. Resultados de las Encuestas.....	56
4.6.2. Análisis de Correlaciones.....	64
4.6.3. Resultados del Grupo Focal.....	66
4.6.4. Conclusión de le investigación.....	72

CAPÍTULO 5	73
LA PROPUESTA.....	73
5.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	73
5.2. OBJETIVOS.....	76
5.2.1. <i>Objetivo General</i>	76
5.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	76
5.3. BENEFICIOS DE LA PROPUESTA.....	76
5.4. EQUIPO DE TRABAJO	77
5.5. PLAN DE MARKETING.....	79
5.5.1. <i>Valoración del Activo de la Marca (BAV)</i>	79
5.5.2. <i>Estrategias de Marketing Mix</i>	81
5.6. EVALUACIÓN ECONÓMICA	85
5.6.1. <i>Inversión Inicial</i>	85
5.6.2. <i>Financiamiento de la Inversión</i>	86
5.6.3. <i>Presupuesto de Operación</i>	86
5.6.4. <i>Presupuesto de Ingresos</i>	87
5.6.5. <i>Análisis de Escenarios (Ver Anexo 7)</i>	88
5.6.5.1. <i>Escenario Conservador</i>	88
5.6.5.2. <i>Escenario Optimista</i>	89
5.6.5.3. <i>Escenario Pesimista</i>	90
5.6.6. <i>Interpretación de Escenarios</i>	91
5.7. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	92
5.7.1. <i>Impacto Socio-Económico de la Propuesta</i>	92
5.7.2. <i>Impacto Ambiental de la Propuesta</i>	95
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXOS	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividad Económica del Cantón Naranjal	42
Tabla 2: Distribución de la Población Naranjal	46
Tabla 3: Fórmula para hallar la muestra	53
Tabla 4: Calculo de la muestra.....	53
Tabla 5: Tipos de turismo que se pueden practicar en los atractivos del cantón Naranjal.....	73
Tabla 6: Monitoreo y Evaluación	93
Tabla 7: Diseño de la Medición del Impacto Socio-Económico	94
Tabla 8: Actividades de Impacto medio-ambiental	96
Tabla 9: Medidas de Control Ambiental.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo del Encuestado	57
Gráfico 2: Edad del Encuestado.....	57
Gráfico 3: Visitas a Naranjal.....	58
Gráfico 4: Tipo de Turismo y Actividades que se realizan en Naranjal	59
Gráfico 5: Disposición para viajar a un destino diferente.....	59
Gráfico 6: Lugares para visitar en Naranjal	60
Gráfico 7: Actividades de preferencia	61
Gráfico 8: Frecuencia con que realiza turismo	61
Gráfico 9: Presupuesto de Gastos	62
Gráfico 10: Factores que inciden para visitar Naranjal.....	63
Gráfico 11: ¿Con que personas viajas?	63
Gráfico 12: Época de preferencia para viajar.....	64
Gráfico 13: Actividades preferidas por edades	65
Gráfico 14: Presupuesto asignado por edades	65
Gráfico 15: Compañía de viaje por edades	66
Gráfico 16: Ingresos de divisas por concepto de turismo (2002-2008)	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación del Cantón Naranjal	26
Figura 2: Centro de Rescate de Vida Silvestre	31
Figura 3: Reserva Ecológica Manglares Churute	33
Figura 4: Paisaje y Laguna Canclón	34
Figura 5: Senderos y Zona del Manglar.....	37
Figura 6: La cadena de valor de la propuesta.....	75
Figura 7: Equipo de Trabajo	77
Figura 8: Valoración del Activo de la Marca.....	80
Figura 9: Logotipo y Slogan con que se promocionará Naranjal	81
Figura 10: Canal Indirecto	84
Figura 11: Canal Directo.....	84
Figura 12: Monitoreo y Evaluación	94
Figura 13: Efectos de las actividades turísticas	95

RESUMEN

El siguiente proyecto de investigación titulado “Propuesta Integral para la Promoción y el Mejoramiento Turístico del Cantón Naranjal como Alternativa para lograr un Desarrollo Económico y Social de sus habitantes” tiene como objetivo demostrar la factibilidad de llevar a cabo un plan de marketing que incremente el turismo en la zona; por esta razón, la investigación se ha dividido en cinco partes:

La Descripción de la Investigación muestra el problema de investigación que impulsó al desarrollo de una propuesta que ayude a mejorar el turismo en el cantón Naranjal; asimismo, se establecieron los objetivos a ser alcanzados por parte de esta investigación.

El Marco Teórico, comprende el respaldo académico y empírico de otros autores que han tratado sobre temas o proyectos similares al que se propone, y la manera en que este refuerza el modelo de tesis a llevarse a cabo.

Los Aspectos Generales del Entorno, ayudarán a conocer con mayor detalle la situación económica de Naranjal, así como sus atractivos, condiciones climáticas, localización y entre otras características que lo identifican como un cantón agrícola principalmente. La Investigación de Campo, se hace con el propósito de establecer el perfil de los turistas potenciales, para establecer las épocas de mayor afluencia, el presupuesto asignado para gastos, compañía de viaje y actividades de mayor interés.

Finalmente, La Propuesta se describe en el último capítulo donde constan las acciones a llevarse a cabo para fomentar el desarrollo turístico del sector y determinar si efectivamente resultó viable o no poner en marcha este proyecto y cuáles serían los impactos para la comunidad.

Palabras claves: turismo rural, Naranjal, ecoturismo, promoción turística

ABSTRACT

The project entitled "Proposal for the Promotion and Improvement of Tourism of Naranjal" as alternative to achieve economic and social development of its people. It aims to demonstrate the feasibility of carrying out a marketing plan to increase tourism in the area and for this reason, research has been divided into five parts:

The Research outline shows the problem that prompted the development of a proposal to help improve tourism in the canton Naranjal, also set objectives to be achieved in this research.

The Theoretical Framework represents the academic and empirical support from other authors who have dealt with similar issues or projects that the project is proposed, and how this model reinforces the thesis to be done.

General aspects of the environment help knowing better the economic situation of Naranjal and its attractions, weather, location and other characteristics that identify it as a mainly agricultural county. The field research was done in order to establish the profile of potential tourists, to establish the rush times, the budget allocated for expenses, travel company and interest activities.

Finally, the proposal described in the last chapter the actions to be undertaken to promote development of the tourism in the sector and determining whether the project is feasible or not to be implemented and the impacts to the community.

Keywords: rural tourism rural, Naranjal, ecotourism, touristic promotion

INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha crecido en las últimas décadas de forma impresionante. El turismo es un sector económico que mueve anualmente miles de millones de dólares y se ha convertido en una de las primeras industrias del mundo. Estas actividades turísticas van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre en actividades que sean de su agrado y sirvan para su deleite.

Estas actividades turísticas han ido evolucionando con el transcurso del tiempo, desde las tradicionales relacionadas con la cultura, los deportes náuticos, etc., hasta las actuales relacionadas con los deportes de aventura, turismo fluvial, rural, comunitario, etc. Todas ellas buscan llegar a un turismo sostenible que es el que satisface las necesidades de los turistas y de las localidades anfitrionas a la vez que protege el medio ambiente buscando las oportunidades del futuro.

El Ecuador es un país que está caracterizado por tener diversidad de sus ecosistemas, especies de flora y fauna que atraen la visita de muchos turistas que vienen anualmente al país. Existen muchos atractivos turísticos tanto en la región costa, sierra, oriente, amazónica e insular que gozan de buena aceptación por parte de turistas propios y extranjeros, y en muchos de ellos se ha logrado un cierto nivel de progreso gracias a la actividad turística.

Por esta razón se ha pensado en aprovechar el potencial turístico del Cantón Naranjal, su biodiversidad, su privilegiado clima, que aún no ha sido explotado y por su ubicación geográfica favorecería la visita de turistas nacionales y extranjeros, ya que está situado a menos de una hora distancia de Guayaquil, constituye una gran oportunidad de desarrollo para la comunidad.

El Cantón de Naranjal cuenta con una población aproximada de 48.000 habitantes quienes en su mayoría se dedican a la agricultura y el comercio, que son las actividades principales de la zona. Naranjal se ha hecho acreedora de la

regeneración urbana constituyendo un gran aporte para su crecimiento. De tierra fértil, Naranjal es un Cantón cien por ciento agrícola; se cultiva cacao, banano, caña de azúcar, arroz, café y una variedad de frutas. Es rica en flora y fauna, destacables recursos naturales donde se puede observar las bondades de la naturaleza. Posee un listado de atractivos turísticos que bien pueden ser aprovechados para mejorar el nivel de vida de los habitantes de Naranjal impulsando el turismo y fomentando el comercio.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

El sector turístico en Ecuador se ha caracterizado por un crecimiento promedio del 7 % anual en la década de 1994 al 2004, con excepción de 1995 (Guerra del Cenepa) y 1997 (fenómeno de El Niño), siendo uno de los rubros más importantes dentro de la economía. A pesar de ello, aunque se considera a la actividad turística como área estratégica para el crecimiento de la economía, no se han logrado establecer planes adecuados integrales y sostenibles de desarrollo, ni propuestas claras de los actores, por esta razón los resultados turísticos todavía son poco favorables dentro del ámbito económico nacional. También se debe a restricciones de tipo presupuestarias, a la inestabilidad y poca continuidad de los ejecutores de organismos públicos y privados como el Ministerio de Turismo, Gremios y Cámaras de Turismo y a la falta de cooperación y consenso entre los gremios del sector.

El desconocimiento de lugares potencialmente turísticos del Cantón Naranjal para el desarrollo de su comunidad no permite mejorar el nivel socio económico de sus habitantes. La falta de un inventario de recursos naturales, la carencia de promoción de las áreas turísticas de la zona no permite establecer políticas e identificar planes de desarrollo para el sector. Los ecuatorianos en general no tienen conocimiento pleno de la variedad de recursos que existen en el Cantón y que deberían ser explotados en busca de mejores condiciones para sus habitantes, activación del comercio, en fin reactivar la economía local.

Las prioridades del sector son el comercio y la agricultura, descuidando por completo el sector turístico. En la actualidad se lleva un Plan de Trabajo para la Alcaldía del Cantón Naranjal por parte del actual Gobierno para las mejoras de la educación, salud, acción social, deporte, turismo, infraestructura, etc. Este plan busca impulsar el desarrollo del Cantón, pero los recursos económicos asignados

por parte del Gobierno resultan insuficientes y a pesar de estos esfuerzos Naranjal no avanza hacia la prosperidad. La falta de gestión de las autoridades competentes también es una causa para que sus proyectos no sean efectuados.

1.2. Formulación del Problema

¿La promoción de los atractivos turísticos de Naranjal incidirá en el crecimiento económico del cantón y en la mejora del nivel de vida de sus habitantes?

1.3. Justificación

El turismo se encuentra en pleno auge en este último siglo, representa en gran parte el crecimiento de países y regiones, haciendo del turismo una rama productiva muy importante para la generación de empleo y crecimiento económico. El desarrollo de varios sitios se ha generado debido a investigaciones y proyectos donde su principal objetivo ha sido la conservación y recuperación de patrimonios, y su gente ha sido parte fundamental del crecimiento y protectores del legado de sus antepasados. La participación de la misma comunidad ha servido como instrumento para el desarrollo económico de sus familias, haciendo del turismo una de las actividades que influye en el crecimiento y desarrollo de pueblos y ciudades.

Según Valencia, H. (2002) “La planificación local participativa, en este contexto, se orienta a lograr los necesarios consensos para construir gobiernos y sociedades locales fuertes, solidarias, eficientes, que generen un desarrollo integral, articulado y estratégico para la reactivación económica, en base a una gestión democrática, participativa, sostenible y concertada”.

Esta propuesta surge por encontrar poca difusión de los atractivos que posee el Cantón además de encontrar en el sitio una oportunidad para hacer del turismo una alternativa para el progreso de su comunidad.

- ✚ Identifica las causas que generan el desconocimiento de los diferentes atractivos existentes en la zona.
- ✚ Permite fortalecer planes para el mejoramiento del turismo.
- ✚ Aporta con ideas para la elaboración de proyectos sustentables encaminados al desarrollo socioeconómico de sus habitantes que permitan mejorar el nivel de sus ingresos.

Los lugares que se quieren incluir en la propuesta son:

Reserva Ecológica Manglares Churute

Es Patrimonio Nacional de la Provincia del Guayas que se encuentra protegido por el estado ecuatoriano, ubicada a 45 minutos de la vía Guayaquil Machala, compuesta por siete cerros de nombres el Diablo, Pancho, Mate, Perequete Chico, Perequete Grande, Cimalon. Su vegetación se caracteriza por la diversidad de su flora entre las que se destaca la diversidad de bromelias y orquídeas; esta reserva es uno de los pocos lugares donde se puede encontrar arboles de roble, guayacán, balsa entre otros. Su fauna es muy rica, en los cerros existen aves, tigrillos, guantas, jaguares, oso hormiguero y una variedad de monos.

- ✚ En esta reserva se encuentran 4 senderos:
- ✚ Sendero El Mate
- ✚ Sendero Pancho Diablo
- ✚ Sendero El Mirador
- ✚ Sendero El Canclon

Hacienda Jambelí

La hacienda es una de las más completa en la región Costa, donde está la Fundación Ecológica que tiene más de 20 años trabajando para la conservación y rescate de la vida silvestre. El Centro de Rescate de Vida Silvestre se dedica a la

rehabilitación de animales que en algún momento fueron sacados de su medio, la reproducción de animales en cautiverio que están en peligro de extinción.

Centro Shuar de Aguas Termales

Como principales atractivos tiene las chozas curiosamente construidas con hojas de bijao y caña donde preparan platos típicos de la cultura Shuar y de la Región Costa.

El centro Shuar tiene dos piscinas ambas con temperatura de 40 grados, una de profundidad de 1 metro y la otra de 1,50 metros. La cascada Tuna que se encuentra cerca al Centro Shuar, lo particular de esta cascada es que según la creencia Shuar se dice que se puede observar espíritus que purifican a quienes se encuentran presentes en un horario de 17h00 a 18h00.

Camino Real del Inca

En el Cantón Naranjal se puede evidenciar el único vestigio de la presencia Inca en el camino que desciende desde la serranía ecuatoriana, estructura de 300 kilómetros que fue construida por uno de los imperios más grande, como lo fue el Imperio del Inca del Tahuantinsuyo.

Entre los principales atractivos se pueden observar el Puente del Inca, La Piedra de los Sacrificios y la Laguna Ceremonial, además en sus senderos se puede practicar el mountain bike y ciclo-paseos.

Todos estos sitios cuentan con potencial turístico para ser promocionados en el país especialmente en la ciudad de Guayaquil y convertirse en el punto de encuentro de amigos y familiares que acudan al Cantón Naranjal en busca de descanso, diversión o cultura. La intervención del Gobierno y de las autoridades seccionales es fundamental si se quieren alcanzar los objetivos trazados.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Desarrollo de un plan estratégico que incentive los atractivos turísticos del Cantón Naranjal como alternativa de crecimiento económico.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✚ Realizar un diagnóstico a la situación del Cantón Naranjal con el fin de conocer su realidad económica, sus recursos turísticos, su población actual y sus condiciones socioeconómicas.
- ✚ Realizar una investigación de mercado que ayude a determinar los gustos del segmento del mercado al que se dirigirá la propuesta y conocer la perspectiva de los naranjaleños con respecto al turismo de la zona.
- ✚ Evaluar económica y financieramente el proyecto, para determinar su factibilidad a través de índices financieros.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Referencial

2.1.1. Proyecto

Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantas, una necesidad humana. Cualquiera sea la necesidad que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades.

Los proyectos surgen de las ideas, de intenciones de hacer algo nuevo, de adaptaciones, de casos existentes de complementos a otros proyectos, etc. Lo cierto es que el origen de todo proyecto está en la idea. La idea es la concepción mental de un plan para inventar o trazar una cosa a través de la imaginación, iniciativa y creatividad de los individuos a fin de hacer realidad algún propósito, regularmente identificado con productos o servicios.

Las personas naturales y jurídicas presentan o promueven ideas para fines de proyectos, por ejemplo la construcción de una hostería, de un restaurante, un hotel, un complejo turístico, etc., todos estos ejemplos constituyen ideas y por lo tanto el origen de proyectos turísticos. (Meneses 1998).

2.1.2. Identificación y selección de proyectos turísticos:

La identificación y selección del sitio y tipo de proyectos turísticos pueden darse mediante los siguientes elementos de decisión:

1) A partir de los atractivos turísticos

En función de un inventario es posible definir las zonas que pueden considerarse turísticas y por ende el tipo de proyecto a ejecutarse.

En primer lugar se debe analizar la motivación y el interés que despierta o puede despertar al turista un atractivo o conjunto de atractivos tanto en calidad como en cantidad. En segundo lugar se delimita el espacio geográfico mediante la definición de zonas turísticas prioritarias según la concentración de los atractivos con que cuenta cada una, tanto por su cantidad como por su calidad. En tercer lugar, ya ubicadas las zonas turísticas que cuentan con mayores recursos físicos para el desarrollo de actividades turísticas, se revisan para establecer complejos y/o unidades turísticas las cuales identifican ideas para futuros proyectos y selección de sitios específicos.

2) A partir de las prioridades de desarrollo

Se considera la fijación de prioridades de desarrollo que se hayan definido dentro de un contexto de planificación. En este caso el criterio de identificación y selección no obedecerá directamente a la decisión de los atractivos sino a un área o eje de desarrollo desprendido de una perspectiva de planificación desarrollo nacional, regional, provincial, cantonal, parroquial, comunitario, etc.

En estas circunstancias si la política de desarrollo determina que el desarrollo de una zona deprimida debe iniciarse con inversiones en el campo del turismo, antes que en ningún otro, el criterio de las prioridades está en capacidad de imponerse, disponiendo de la creación de proyectos turísticos en lugares donde la ordenación de atractivos por la vía del inventario turístico no lo hubiese hecho.

En una planificación del desarrollo a cualquier nivel, se analiza principalmente aspectos importantes como la identificación de actores, el diagnóstico, definición de problemas, la priorización de problemas y la definición de alternativas.

3) A partir del mercado

Aquí los elementos de decisión para la identificación y selección de proyectos no es la calidad de los atractivos ni las prioridades de desarrollo, sino las posibilidades que ofrece el mercado de consumidores sea por la cercanía de la zona al mercado o por las grandes facilidades que tiene la zona para el arribo y estadía de visitantes o las dos alternativas. Este es el caso de aquellos centros que ya están en funcionamiento y tienen un crecimiento natural.

4) A partir de requerimientos específicos de la planta turística

La identificación y selección la determina la necesidad de reforzar la oferta de servicios incrementándola o mejorándola para incrementar la estadía o permanencia de visitantes en el sitio.

5) A partir de la decisión individual o autónoma

El proyecto se identifica y selecciona por determinación de inversión de capitales privados. Los proyectos se originan por el interés que despiertan los beneficios económicos que se esperan obtener, no necesariamente se inserta en una perspectiva general de país o región. Tienen como elemento rector las expectativas de ganancia, el elemento decisivo es el mercado por medio del cual se asegura la rentabilidad de las inversiones. Estos pueden surgir de dos formas:

- ✚ ***De manera espontánea:*** Se lo hacen bajo condiciones muy favorables donde existe seguridad para la rentabilidad de capital. Generalmente se ubican o localizan en centros y zonas turísticas urbanas o rurales que por estar ya emprendida la actividad turística tienen servicios mínimos y es más factible que tengan asegurada la demanda para la operación de la empresa.

- ✚ ***Por inducción:*** Debido a una promoción externa, la cual estimula a invertir capitales bajo el amparo de políticas económicas que utilizan

exenciones fiscales, facilidades crediticias, permisos de importación, etc., haciendo atractiva la inversión en empresas turísticas.

La identificación y selección de proyectos termina cuando se ha identificado de manera general el tipo de proyecto que se pretende generar. Es necesario esbozar grandes lineamientos o rasgos generales de los elementos inherentes al proyecto, alcanzando así un nivel de perfil de proyecto. El perfil es una versión preliminar de lo que puede ser un proyecto, la característica esencial es la síntesis o resumen del futuro proyecto. El perfil comprende un compendio de la información referente a la identificación de sitios y alternativas para el proyecto de turismo.

2.2. Marco Teórico

Las teorías turísticas parten de tres escuelas principales que explican en que se basa el turismo en sí. A continuación se presentan las teorías en mención:

2.2.1. Teoría del Ocio y el Tiempo Libre

Según la teoría del Ocio y el tiempo libre propuesta por J. Dumazeider, definió al ocio como un “conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social, o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (Dumazeider, 1963, p.30). Este concepto de ocio se derivó de una serie de encuestas en las que las categorías de diversión, descanso y desarrollo de la personalidad, aparecían como funciones principales del ocio; de esta manera, Dumazeider compara al ocio con el trabajo, la familia, la política, la religión y la cultura, ya que estas influyen sobre las conductas y estilos de vida.

2.2.2. Teoría Humanista del Turismo

La Teoría humanista del turismo, propone que el turismo es una expresión cultural de los seres humanos, que se relaciona con la sociología, psicología, antropología, derecho y geografía; por tanto el turismo constituye una actividad esencial en la vida de las personas quienes emplean esta actividad en su tiempo libre, convirtiéndolo en un importante promotor de las relaciones humanas, contactos políticos, económicos y culturales. Su principal base parte del derecho que tienen las personas al descanso y disfrute del tiempo libre, derecho de desplazarse con libertad. El turismo supone una relación entre personas; por tal razón, la educación de la población en general son fundamentales para el desarrollo del turismo.

En síntesis, el *humanismo* es entendido como una visión o perspectiva filosófica y cultural bajo los siguientes preceptos:

- ✚ El hombre vive subjetivamente y por lo tanto es constructor de su propia realidad.
- ✚ La racionalidad es limitada; los aspectos no racionales (sentimientos, emociones, cognición intuitiva, etc.) juegan un papel fundamental en nuestro acercamiento a la realidad.
- ✚ Cada persona es un sistema de unicidad configurada u orgánica (física, emocional, mental y espiritualmente).
- ✚ La naturaleza humana se considera profundamente positiva; cualquier elección que realiza el ser humano expresa su búsqueda de desarrollo y autorrealización.
- ✚ El hombre está en continua reestructuración o permanente desarrollo
- ✚ El ser humano posee libertad y capacidad de elección.
- ✚ El acento para promover el desarrollo ha de estar puesto en la salud, tomando en cuenta las capacidades y potencialidades de la persona y no sólo sus limitaciones.
- ✚ La comprensión de la naturaleza humana tendrá que surgir de una visión interdisciplinaria y en continua actualización.

- ✚ La búsqueda de una vida social armoniosa entre los seres humanos, se fundamenta en el respeto esencial a la persona.

2.2.3. Teoría Sociológica del Turismo

La Teoría sociológica del turismo, el turismo es una actividad que se realiza en sociedad, por tanto promueve la interacción entre los diversos actores que la conforman, abarcando aspectos de la realidad. La parte social del turismo se construye con la interacción de las personas (turista y anfitrión); la integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental para el desarrollo turístico, siendo una gestión racional del turismo la contribución hacia la protección y mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como el aumento de la calidad de vida. Tal es el caso de la promoción un plan turístico integrado en la sostenibilidad o “desarrollo duradero”, fomentando el desarrollo de nuevas alternativas de realizar el turismo que favorecen los contactos y la comprensión entre turistas y población local, preservan la identidad cultural y natural, garantizando la cooperación necesaria entre el sector privado y el sector público.

Aunque se conoce que el hombre viaja desde hace muchos siglos, el turismo es un *hecho social* moderno. Actualmente se ha convertido en un turismo de masas que se ha visto favorecido por una subida del nivel económico en la población, tiempo libre disponible y reformas laborales importantes. Los primeros trabajos científicos sobre la sociología del turismo los desarrolló Robert Elnc, quien define al turismo como un fenómeno social ligado a las relaciones interpersonales. El comportamiento social de las personas que desempeñan cualquier rol relacionado con el turismo está constituido en cuatro tipos de unidades colectivas: grupos, organizaciones, sociedades y masas.

Es importante definir cuál de estos tipos de turistas se espera atender durante la ejecución del proyecto para en función de ello establecer las estrategias en el plan de marketing con el objetivo de garantizar una experiencia satisfactoria para el turista.

2.2.4. Teoría Económica del Turismo

La Teoría económica del turismo, explica que los principios de la economía pueden ser aplicados en el sector turístico, por ejemplo el principal impacto positivo de la actividad turística a nivel macroeconómico es su contribución al crecimiento de las economías donde opera, teniendo una incidencia en el producto interno bruto, permitiendo tasas de crecimiento y de ocupación superiores a las de muchas economías de su entorno. El gasto generado por concepto de turismo es un dinamizador pues provoca incrementos en la producción para satisfacer la mayor demanda; por ello, sería erróneo limitar los efectos beneficiosos que trae consigo el gasto turístico sobre actividades productoras de bienes y servicios al turista, dado la existencia de impactos indirectos que deberían contabilizarse para una valoración completa. El multiplicador básico keynesiano, al estimar la proporción de gasto turístico que permanece en la economía, una vez filtrada las importaciones y el ahorro, permite calcular el potencial efecto de una adicional del gasto. De aquí se entiende que el turismo es una herramienta muy útil de crecimiento socio económico para todos los países si toman las medidas necesarias para conseguir un alto grado de autosuficiencia que le permita no gastar más de lo que se espera recibir del turismo.

Dentro del sector turístico hay variables que se pueden medir como son: los precios, costos, producción de sus servicios, consumo, renta, empleo, salarios, tasas impositivas y otras variables que podrían estar interrelacionadas. Las relaciones se pueden expresar con funciones, ecuaciones, identidades y desigualdades. Las variables que se pueden medir se las conocen con el nombre de magnitud o valor y son capaces de cambiar, crecer o decrecer y se las representa con una letra del alfabeto. También se desarrolla un análisis microeconómico de la oferta y la demanda partiendo de la premisa de que ambas son totales y no individuales. Los cálculos de todas las variables se los realiza utilizando procedimientos matemáticos que ayudan a determinar la situación actual o futura de un país o una empresa que se dedique a la actividad turística.

2.2.5. Teoría del Marketing Turístico

Teoría del Marketing turístico, permite conocer y comprender el mercado, para llegar a conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener fidelidad al mismo. Implica también estar al tanto de la competencia para conseguir mejor posicionamiento, incrementar o mantener su cuota de mercado y aprender de los mejores desempeños.

2.3. Marco Conceptual

Pronóstico.- Responde a un análisis histórico, que predice lo que ocurrirá en el futuro, de mantenerse la situación actual.

Estrategias.- Es la manera como se llega a establecer ciertas medidas para enfrentar obstáculos políticos, económicos y financieros.

Estudio de mercado.- Se refiere al estudio de la oferta y demanda de bienes o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto que va a ser demandado.

Estudio técnico.- Una vez que se ha determinado los aspectos de mercado, se debe analizarlos con profundidad y objetividad, a fin de extraer de ellos los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinen el tamaño requerido para atender a la demanda que se ha definido, el lugar donde se instalará la empresa, características de los procesos, así como los costos que va a tener el proyecto y cuáles son los ingresos que se va a generar.

Estudio financiero.- Señala las necesidades totales de capital para las inversiones, las mismas que deben estar desglosadas en Inversiones Fijas y de Capital de Trabajo.

Evaluación.- Evaluar un proyecto es calificarlo y compararlo con otro proyecto de acuerdo con una escala de valores.

CAPÍTULO 3

ASPECTOS GENERALES DEL ENTORNO

3.1. Características del Cantón Naranjal

3.1.1. Localización física

El Cantón Naranjal pertenece a la provincia del Guayas, ubicada a 91 km está ubicada a 17 metros sobre el nivel del mar con una temperatura promedio de 25°C y precipitación promedio anual de 960 mm, su cabecera cantonal es San José de Naranjal, tiene una superficie de 2.015 km², su territorio es casi plano, se distinguen las cordilleras de Churute y Masvale y los bosques de Perequete y Mate.



Figura 1: Ubicación del Cantón Naranjal

Fuente: Prefectura del Guayas

El cantón Naranjal limita:

- ✚ Al Norte con los Cantones Duran, Yaguachi y el Triunfo
- ✚ Al sur con la provincia de El Oro
- ✚ Al Este con las provincias de Cañar y Azuay y
- ✚ Al Oeste con el Canal de Jambelí

Los principales ríos que la recorren son al norte el río Tura o Boliche, atravesando el cantón están los ríos Cañar y Naranjal y al sur corren los ríos San Pablo, Balao Chico y Jagua en sus aguas viven peces como el barbudo, vieja bocachico y ratón.

Tierra privilegiada por la naturaleza debido a la diversidad de la flora y fauna, cuenta con lugares naturales de aguas termales medicinales y con gente cordial y encantadora.

Entre los atractivos turísticos con los que cuenta esta la Reserva Ecológica de Churute, un maravilloso manglar lleno de fantasías e historias, leyendas de una montaña encantada, está considerada como destino turístico.

Historia

Naranjal es una población muy antigua, que ya existía cuando los españoles iniciaron la conquista del Reino de Quito y desde ese tiempo paso a integrar la tenencia de Puná, su desarrollo durante la colonia fue muy limitado pero gracias a su ubicación estratégica para las comunicaciones entre la Costa y la Sierra en época de independencia, le favoreció de forma significativa por los contactos con Guayaquil.

Esta población fue una de las que ayudo a la independencia de la provincia del guayas en la revolución de 9 de octubre de 1820, el 15 de octubre del mismo año proclama su independencia gracias a las actuaciones de José María Andrade, Mariano Unda, Jerónimo Santa Cruz y Manuel Bernardo Enderica.

Durante los primeros años de la República fue parroquia rural del cantón Guayaquil, a partir de 1950 adquirió mayor importancia debido al impulso de la agricultura y en especial al banano ecuatoriano, lo que le permitió alcanzar importancia y desarrollo, adquirió su cantonización por decreto del 7 de noviembre de 1960 expedido en el gobierno de José María Velasco Ibarra, publicado en el registro Oficial No. 85 del 13 de diciembre del mismo año.

Producción

Naranjal es zona agrícola, en ella se cultiva cacao tabaco, caña de azúcar, arroz café, banano y variedad de frutas, también existen maderas industriales.

Posee extensas zonas de pastizales en donde se cría ganado vacuno y caballar, además de los chanchos y aves de corral que representan parte de su economía, en sus montañas hay monos tucanes loros guatusas y otros animales.

Gastronomía

Lo que más se destacan son los que se hacen a base de cangrejo y las bebidas a de jugo de cacao, caña y yogurt.

3.1.2. Estudio de localización

El cantón Naranjal tiene 4 parroquias rurales que son:



- ✚ Parroquia Jesús María,
- ✚ Parroquia San Carlos- Naranjal
- ✚ Parroquia Santa Rosa de Flandes
- ✚ Parroquia Taura
- ✚ Y una parroquia urbana que es la Parroquia Naranjal

3.1.3. Clima y temperatura

Su clima es tropical en ocasiones con variaciones debido a los repentinos cambios climáticos, la temperatura mínima es de 14°C y la máxima es de 38°C, siendo su temperatura media 25°C.

3.1.4 Principales Vías de acceso

El cantón Naranjal está atravesado por la Carretera Panamericana, vía principal del Ecuador que comunica a las diferentes provincias de norte a sur. El tramo de la troncal de la costa va desde la Provincia del Guayas: Puerto Inca, Naranjal y en la Provincia de El Oro: El Guabo, Machala, Santa Rosa, Arenillas y Huaquillas.

Cuenta con vías de acceso asfaltadas en buenas condiciones, las cooperativas que se dirigen a este cantón son Rutas Orenses, Cifa, Pullman y San, el viaje dura una hora y veinte minutos desde Guayaquil; el transporte público urbano se encuentra operado por la Cooperativa Ciudad de Naranjal manteniendo sus rutas internas como el centro de la localidad y sus periferias

3.2. Planificación turística

El principal objetivo por el que se realiza esta planificación se enfoca a determinar los diversos aspectos turísticos de las localidades presentes lo que permitirá impulsar a estos como destinos turísticos y el desarrollo de estos sectores que aporten a la economía local del cantón como a la del país. A continuación se describen estos atractivos:

3.2.1. Inventario y Descripción de atractivos

HACIENDA JAMBELI

Está ubicada a 16 km de Naranjal en la vía a Machala exactamente en Balao Chico, posee 2400 hectáreas, su clima es tropical con temperaturas de 25°C.



Hacienda Jambelí se encuentra en las estribaciones de Molleturo, colinda en su parte oriental con alrededor de 1200 hectáreas de manglar que bordean el canal de Jambelí, de donde el lugar adquirió su nombre. Esta hacienda es una de las más completas de la costa, en

ella su principal atractivo es el centro de rescate de vida silvestre de la Fundación Ecológica, funciona ya alrededor de 20 años y es el más antiguo del país.

Centro de Rescate de Vida Silvestre

Está ubicado la entrada de la hacienda, se dedica al agroturismo y al ecoturismo, entre las actividades que realizan están la de reproducción de animales en cautiverio como los saínos, guatusas y ocelotes; la rehabilitación de animales víctimas del tráfico ilegal de especies; la conservación de la flora y la fauna es su misión principal.

Es el hogar de aproximadamente 200 animales de unas 30 especies diferentes, se está desarrollando un plan piloto para la recuperación de especies en peligro de extinción como son el papagayo de Guayaquil, el mono araña, el oso de anteojos, el cocodrilo de la costa, pacharaca, puma, jaguar, entre otros.



Figura 2: Centro de Rescate de Vida Silvestre

Fuente: Viajando x Ecuador

Pero existen otras actividades que se puede realizar dentro de la hacienda, entre ellas:

La ganadería cuenta con ganado vacuno, en la que se observara la habilidad de los vaqueros al realizar la extracción de la leche y podrá ayudar si el visitante lo desea.

La bananera, existen plantaciones de banano y una empacadora con una extensión de 107 hectáreas, se puede observar al personal en la labores de cosecha, transporte, guía y embalaje, es decir podrá observar todo el proceso de producción de la fruta.

Lombricultura, cuenta con 28 camas de 1m de ancho por 40m de largo donde se hallan lombrices de tierra que se encargan de acelerar el proceso de descomposición de material orgánico que proviene de los desechos de hojas, tallos y troncos de árboles que genera la bananera

Cacaotera, tiene una extensión de de 50 hectáreas, aquí los trabajadores se dedican a las labores de cosechas de mazorcas maduras, las rompen, desvenan, fermentan, airean y secan el grano en tendales, el visitante puede participar si lo desea.

Tilapera, con una extensión de 2 hectáreas, esta aledaña al centro de rescate, cuenta con infraestructura de reproducción, reversión y engorde, los visitantes pueden practicar la pesca con atarraya, alimentar y el manejo de una tilapera

Camaronera, se ubica a tres kilómetros de la hacienda con una extensión de 1500 hectáreas.

El cangrejal, situada entre los manglares aledaños a la camaronera, cuenta con la colaboración de cangrejeros de la zona que demuestran sus habilidades para capturar cangrejos.

Pesca artesanal, esta se realiza en un canal de acceso a la camaronera y en un canal reservorio se puede pescar con anzuelos lisos, corvinas, bagres, roncadador etc.

HACIENDA LAS CAÑAS



Este lugar ha sido visitado por empresarios técnicos y turistas nacionales y extranjeros con el propósito de revivir el pasado y conocer las huertas de cacao de esta famosa hacienda que aún conserva las tradicionales técnicas del siglo pasado en combinación con tecnológica actuales para producir el cacao conocida como “el fruto de los dioses” este fruto es famosos por su inigualable sabor y aroma, convirtiéndolo en un componente importante en los más finos chocolates.

Esta hacienda se ubica a 75 km de la ciudad de Guayaquil, en el sector de Puerto Inca, posee una extensión de 550 hectáreas de cultivo de cacao, banano, plátano y pimienta negra. Su clima es tropical, agradable para quien lo visite

Cuenta con excelentes instalaciones tales como: cabañas, comedor, camino, señalamientos, parqueos, servicios de guardianía, etc.

Su principal atractivo son las plantaciones de cacao y banano ubicados a 100 metros con senderos de fácil acceso donde se explica a los turistas la historia y los procesos de producción y cosecha de estos cultivos importantes del país. Aquí se producen 500.000 plantas clónales por año, es el mayor vivero de cacao del país.

Se pueden apreciar los shows folclóricos durante la hora del almuerzo, en donde se presenta un grupo de danzas folclóricas con música y bailes típicos del campo; las peleas de gallos puede observarse en el coliseo de la hacienda, esta es una actividad tradicional campesina; los recorridos por la hacienda se los hace por un sendero en donde se observa la producción de 500.000 plantas por año a través de la propagación vegetativa asexual.



RESERVA ECOLOGICA MANGLARES CHURUTE

Este es uno de los patrimonios Naturales de la Provincia del Guayas, un atractivo muy significativo, aun se conserva el manglar lleno de fantasías e historias, leyendas de una montana encantada, envuelta en los trinos de los pájaros y monos aulladores. Su nombre se lo debe a la presencia de la cordillera de Churute, compuesta por siete cerros.

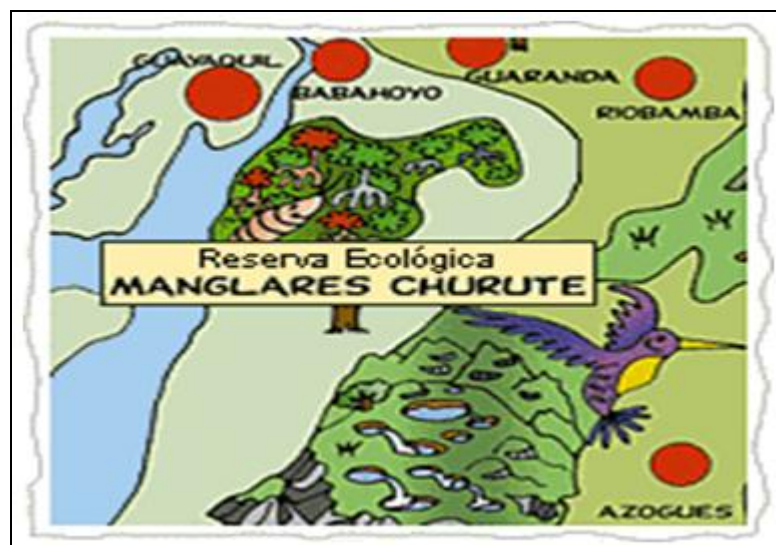


Figura 3: Reserva Ecológica Manglares Churute

Fuente: Explored

La Reserva forma parte del Estuario interior del Golfo de Guayaquil, donde se mezclan las aguas de mar y las dulces proporcionadas por los ríos Taura, Churute, Cañar y Naranjal

Esta reserva fue creada el 26 de Julio de 1979, forma parte de las áreas protegidas por el estado ecuatoriano y tiene una inclusión en el Convenio Internacional RAMSAR como uno de los humedales más importantes del país.

Comprende una extensión de 49.383 hectáreas de las cuales 35.000 has son manglar, 5.500 has esta en los cerros del Mate, Cimalon, Perequete Chico, Perequete Grande, Pancho Diablo y Masvale; 8.883 has este tiene las Lagunas Canclón y las zonas agrícolas de las comunas que se hallan al interior de la reserva.

Esta reserva tiene 5 zonas de vida que son:

- ✚ Zona de manglar
- ✚ Zona del estuario
- ✚ Zona seca tropical
- ✚ Zona húmeda tropical
- ✚ Zona léntica

El bosque está dividido en dos, en la parte baja es seco tropical y en la cima es húmedo, por lo que de junio a septiembre está cubierto por una suave neblina



Figura 4: Paisaje y Laguna Canclón

Fuente Viajando x Ecuador

En cuanto a su flora y fauna existe diversidad de especies también existen especies únicas del lugar lo que es una de sus características principales. Para el manejo turístico de la reserva se cuenta con 4 senderos guiados y la zona de manglar que solo puede ser visitada en lancha

Sendero El Mate



Se encuentra en el Cerro del mismo nombre, aquí también se encuentran las instalaciones de la Jefatura de la Reserva Manglares Churute, su recorrido puede durar entre 3 y 4 horas, de fácil ascenso, el interés principal es el bosque, las especies vegetales y la utilización de ellas en el pasado y en el presente, como funcional el ecosistema y las estrategias de supervivencia de los bosques así como su flora y fauna donde las aves, los monos las ardillas y los invertebrados en general y otros hacen del lugar una interesante experiencia.

Sendero Pancho Diablo

Se ubica en el cerro de su mismo nombre, su acceso es por carretera a través de una vía secundaria, se estima un tiempo de 20 minutos en carro. Este sendero representa a un bosque en recuperación, al igual que el sendero El Mate es de fácil ascenso, su vegetación es más variada se encuentran palmas reales matapalos gigantes maderas finas entre otras, así como aves y mamíferos, el más común es el mono aullador, la visita puede durar de 3 a 4 horas.

Sendero el Mirador

Es de recorrido corto, se ascienden hasta 70 a 80 metros sobre el nivel del mar, se puede observar un panorama de esplendidos contrastes, por ejemplo la superficie de la reserva y sus 5 zonas de vida y sus eco tonos y apreciar la industria camaronera y las diferentes actividades de los comuneros dentro de la

reserva, su visita dura aproximadamente una hora, se la hace junto con el sendero Pancho Diablo por estar en la misma vía.

Sendero Laguna de El Canclón

Es el más difícil ya que es pantanoso entre los meses de diciembre a mayo, el interés particular es que en la laguna existe un ave acuática que lleva el mismo nombre.

Esta ave es tan grande como un ganso y pertenece a la familia anhimidae, esta especie solo existen tres en Centro y Sudamérica, una de las cuales está en la reserva, denominada “Anhimidae Cornuta y está en peligro de extinción

La laguna está rodeada por los cerros Mate, Perequete Chico, Perequete Grande y Cimalon.

La excursión se puede hacer a paso lento, al pie de de los cerro y a la orilla de la laguna, en este lugar se puede ver pájaros y varias especies de flora.

Excursión a la Zona de Manglar

Para llegar al lugar es necesario hacerlo en lancha, este lugar tiene un área de 35.000 has que incluye 6.000 has aproximadas de camaroneras que se encuentran en su interior.

Existe 5 especies de mangle sobre las cuales crecen plantas y bajo ellas hay una infinidad de especies orgánicas que viven en las raíces de los mangles.

Es un humedal de gran importancia para unas 50 especies de aves migratorias protegidas internacionalmente, existen especies residentes como fragas, flamings, ibis blanco, garza pido de espátula, garzas, pelicanos así como delfines en el interior del estuario.

El tiempo de recorrido entre 3 y 5 horas, siendo en época de marea baja la mejor forma de hacerlo.



Figura 5: Senderos y Zona del Manglar

Figura 4. Fuente Galasam

Centro Shuar de Aguas Termales

Este centro consta de una diversidad e animales exóticos, además de ser reconocidos por sus famosas aguas termales con alto poder curativo, poseen un centro de cultura indígena Shuar mostrando sus costumbres con rituales a su Dios. Este lugar está ubicado a 8 km de la vía Panamericana pasando por el cantón Naranjal, a la entrada de Balao Chico, a una hora y media de Guayaquil. Tiene una extensión legal de 47.8 has por casi 30 años y otras 473 has de selva tropical, están en el bosque tropical húmedo en la cordillera de Molleturo.



Existe en este lugar chisparo, matapalo, cade, clavellin, laurel, guaba de río, otras son las plantas de roca como las toquillas de rocas, begonias silvestres, helechos epifitos, cana guadua, entre otros. La fauna muestra especies como: guanta, conejos, loros monos, diversidad de anfibios e invertebrados.

Entre los principales atractivos que caracterizan este lugar tenemos:

Las Chozas que están construidas con hojas de bijao y caña donde se puede apreciar los platos típicos de la cultura shuar como el ayampaco de

pescado, pollo guanta y res; y los platos propios de la costa como el arroz con pollo, seco, pescado frito; todo esto preparados con horno de leña.

La cascada Tuna se encuentra a dos horas del Centro Shuar, una caída de agua de 20 m de altura donde la creencia Shuar indica que es muy probable observar espíritus buenos que purifican a quienes se les aparecen

Las Piscinas, el centro cuenta con dos piscinas grandes, la primero de un metro de profundidad con una temperatura de 40°, la segunda con una profundidad de 1.5 metros y una temperatura de 40°, también hay vestidores y varios chorros de agua fría y caliente.

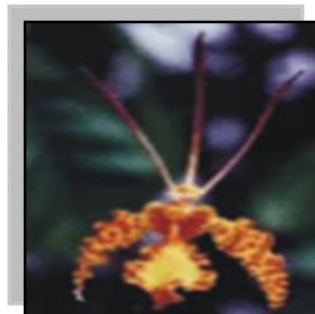
EL CERRO DE HAYAS



Está ubicado en una de las estribaciones de la cordillera de Molleturo, a 670 metros sobre el nivel del mar, al sur del cantón Naranjal, en el km 4 de la vía Naranjal Machala, existe una variada vegetación, con una extensión de 631 hectáreas. Su nombre significa “Lamento Inca”, se dice que en la punta de la montaña hay inmensos entierros de oro y gente que asegura haber divisado una extraña luminosidad en las noches.

Tiene un bosque húmedo tropical con precipitación pluvial anual promedio de 1600 mm en el invierno, es zonas de garuas, rocios y lloviznas en el verano. Con temperaturas máximas de 36°C y mínimas de 14°C.

En su flora encontramos platanillo, bijao, helechos, cadillo, bromelias, heliconias, camachos, orquídeas, palmas; adheridos al suelo musgos hongos y piñas, plantas medicinales y contra insectos.

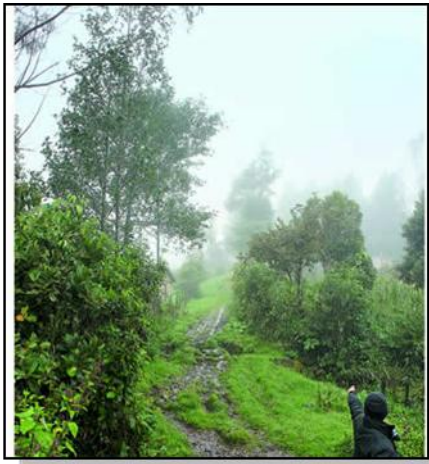


Muchos de los arboles tienen hasta 300 variedades de insectos como: escarabajos, mariquitas, ciempiés, abejas, avispas, mantis, salta montes, hormigas, etc.



La flora del lugar destaca aves tales como: colibríes, gallinazos, gavián gris, paloma cosmopolita, garrapatero, lechuzas, carpintero, ollero, golondrina, azulejos, etc.; entre los reptiles: serpientes rabo equis, rabo de hueso, coral, iguanas ranas etc.; mamíferos: murciélagos, oso hormiguero, armadillo, gato de monte, tigrillo, ocelote, perezoso, cusumbo, etc.

CAMINO REAL DEL INCA



En Naranjal se encuentra el único vestigio costero que perenniza la presencia inca, es un camino de piedra que desciende de la más alta montaña de la serranía, construida en la época del imperio inca del Tahuantinsuyo. Histórico camino recorrido por el Libertador de América, el mismo que fue restaurado durante el gobierno de García Moreno y por donde el General Eloy Alfaro avanzó con su tropa de liberales. Es la ruta por donde se inició la primera red telegráfica entre las ciudades de Cuenca y Guayaquil.

El principal atractivo es conocido como el “Puente del Inca” “La piedra de los sacrificios” y la laguna ceremonial de los incas ubicados en la cumbre de un ramal de la cordillera.

El municipio del cantón Naranjal ofrece el servicio turístico de recorrer el Camino Real del Inca, un sendero de más de 600 años que sirvió a los antepasados para el intercambio de productos entre las Regiones de la Costa y la Sierra.

Es una estructura de 300 km aproximadamente que se recorría desde Achupayac un poblado indígena ingapirca (Cañar) hasta el Puerto de Bolas en Naranjal (Guayas). Las piedras ovaladas que marcan la ruta incásica prevalecen aun, los turista pueden experimentar el cambio de climas y vegetación.

3.2.2. Características generales

Las principales características que se resaltan son que cuenta con un agradable clima tropical húmedo, que existen diversidad de flora y fauna en cada uno de estos lugares que los hace atractivos, que contienen valores históricos-culturales que deben conocerse.

También es importante por la producción agrícola de esta región que ha aportado al crecimiento y desarrollo del cantón

3.2.3. Perspectivas y tendencias de desarrollo turístico

Al hablar de turismo se debe analizar que representa, la influencia social y económica de los grupos menos favorecidos hace que se busque un solo objetivo entre el Estado y las comunidades y ese es la conservación de la naturaleza y su entorno.

Con esto nos referimos a que se deben explicar el desarrollo y la sostenibilidad social del turismo comunitario, la reflexión sobre los factores que ejercen su influencia y como en el futuro el turismo comunitario del Ecuador se enfrenta a oportunidades y retos.

Las palabras claves en esto son agroturismo ecoturismo, turismo comunitario, sostenibilidad, sustentabilidad; en los sitios descritos para este proyecto se relacionan en función de la comunidad que habita en él así como de la actividad agrícola que desempeñan y de cómo deben cuidarse su flora y fauna para que se pueda vivir de ella.

Lo que se persigue es que esto mejore la calidad de vida de sus habitantes, es decir hacer turismo comunitario, con programas de lucha contra la pobreza, se busca frenar la emigración desde las comunidades, elevar el nivel de vida general frente a las tendencias migratorias.

Se busca mejorar el medio ambiental con prácticas de conservación ambiental que requieren de la recuperación de la relación tradicional con políticas ambientales internacionales.

Y por ultimo defender las minorías étnicas; para las asociaciones y organizaciones indígenas como para las comunidades esta mas bien marcado por un dimensión política, este tipo de turismo les da reivindicación y autogestión sobre territorios y recursos.

Lo que busca el turismo comunitario es crear una visión del ambiente; que busca recupera las actividades tradicionales (agrarias, ganaderas, artesanales, gastronómicas) para que esos recursos turísticos redunden en la sostenibilidad y sensibilidad ambiental.

Proyectos de Conservación Animal

El Centro de Rescate de Animales Silvestres es el proyecto más importante de la fundación Rescate Jambelí. El centro empezó a funcionar algunos años antes que la fundación y de él surgió la idea de la fundación Rescate Jambelí que hoy en día tiene más proyectos en el área de conservación de especies. En el Centro de Rescate se realizan diferentes actividades entre ellas la reproducción en cautiverio de animales como papagayos, sainos, guatusas y ocelotes así como también la rehabilitación de animales que han sido víctima del tráfico ilegal de especies. También se realizan proyectos pilotos para la recuperación de especies en peligro de extinción como lo son el papagayo de Guayaquil y el cocodrilo Americano. Es el lugar ideal para que grupos de estudiantes aprendan y tomen conciencia de la necesidad de conservar nuestros recursos naturales, especialmente en lo concerniente a nuestra fauna, la cual corre

un gran peligro debido a la caza indiscriminada. (Blog no oficial de Rafael Méndez Meneses)

3.3. Análisis del Entorno (PEST)

3.3.1. Entorno Económico

La población económicamente activa está compuesta por las ocupaciones de sus pobladores, en periodos fijos, estas actividades son las ventas, servicios públicos o el comercio y en los variables están la construcción o la agricultura.

Según las cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la actividad mayoritaria de los pobladores del cantón es la agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura representa el 60% de los pobladores del cantón realizado mayoritariamente por hombres. La segunda actividad es el turismo con un 19% realizado en su mayoría por hombres. Finalmente el comercio ocupa un tercer lugar dentro de las actividades del cantón con un 12.16%. A continuación presentaremos una tabla detallada con todas las actividades del cantón.

Tabla 1: Actividad Económica del Cantón Naranjal

Ramas de Actividades	Total	%	Hombres	%	Mujeres	%
Agricultura, Ganadería, Caza, Pesca y Silvicultura	12096	60,20%	11164	67,09%	932	26,99%
Manufactura	727	3,62%	562	3,38%	165	4,78%
Construcción	660	3,28%	651	3,91%	9	0,26%
Comercio	2444	12,16%	1747	10,50%	697	20,19%
Enseñanza	349	1,74%	112	0,67%	237	6,86%
Turismo	3818	19,00%	2405	14,45%	1413	40,92%
Total	20094	100,00%	16641	100,00%	3453	100,00%

Elaborado por: Autora

Con esta información se puede determinar que la actividad que mas desempeña gran parte de la población es la agricultura, debido a que el sector es apropiado y fértil para el cultivo de producto agrícolas, el cantón ofrece plazas de trabajo estables o temporales dependiendo del tipo de siembra y cultivo de cada producto, esto hace que su habitantes, campesinos agricultores que viven en

poblaciones cercanas viajen a este cantón con el propósito de trabajar algunos meses en el agro naranjaleño sobre todo en la zafra de la caña de azúcar.

Dentro de los aspectos macroeconómicos a analizar se considera el desarrollo del Producto Interno Bruto y la Inflación al representar factores relevantes en la economía nacional.

a) Producto Interno Bruto (PIB)

Se conoce como Producto Interno Bruto a la producción de bienes y servicios del país medido en términos de tiempo de forma anual. En Ecuador el PIB en el año 2011 alcanzó uno de los más altos niveles del último lustro con 7.8%, lo cual significa un despunte de las actividades económicas de la población, lo cual favorece directamente a la economía nacional por el aumento de los ingresos.

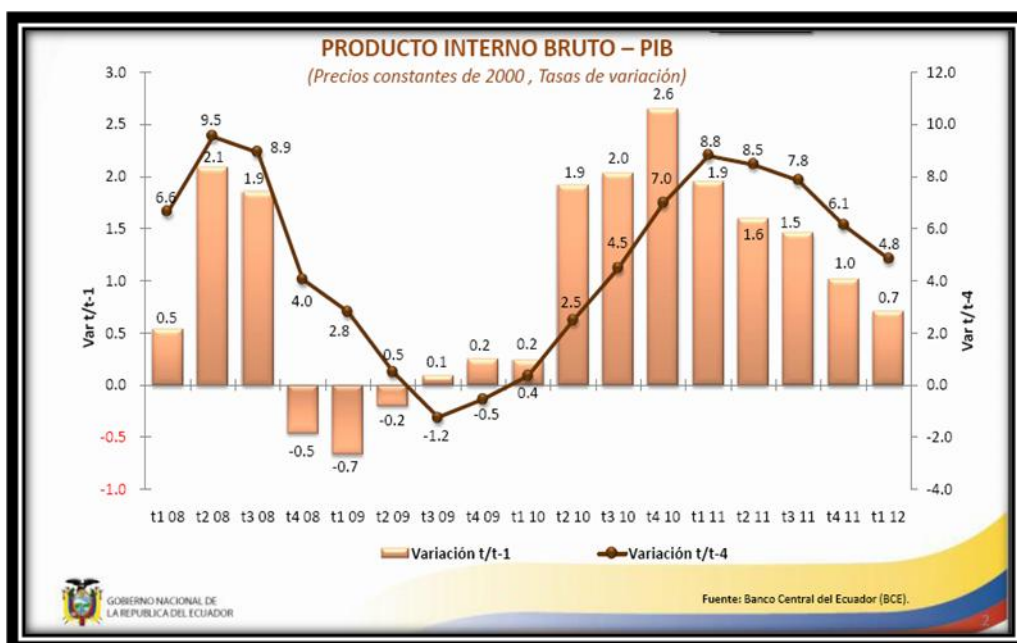


Gráfico 1. Producto Interno Bruto

Fuente: Estadísticas del INEC

b) Inflación

Este indicador representa el aumento del nivel de precios en una economía. En Ecuador, este indicador se mide con el crecimiento del índice de precios al consumidor (IPC), realizado mensualmente por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), cabe mencionar que este efecto sólo aparece en el caso de un crecimiento constante monetario. El sistema dolarizado adoptado en el país ha mantenido los niveles inflacionarios bajos en los últimos diez años.

El nivel inflacionario del IPC de julio del presente año reflejó un 0.26%. Los productos con un mayor efecto inflacionario producto de los impuestos planteados por el gobierno son las bebidas alcohólicas, estupefacientes y tabaco con un 9.26%; por el contrario los rubros de comunicaciones; muebles, artículos para el hogar y la recreación, presentaron una reducción inflacionaria y mitigó el resultado general

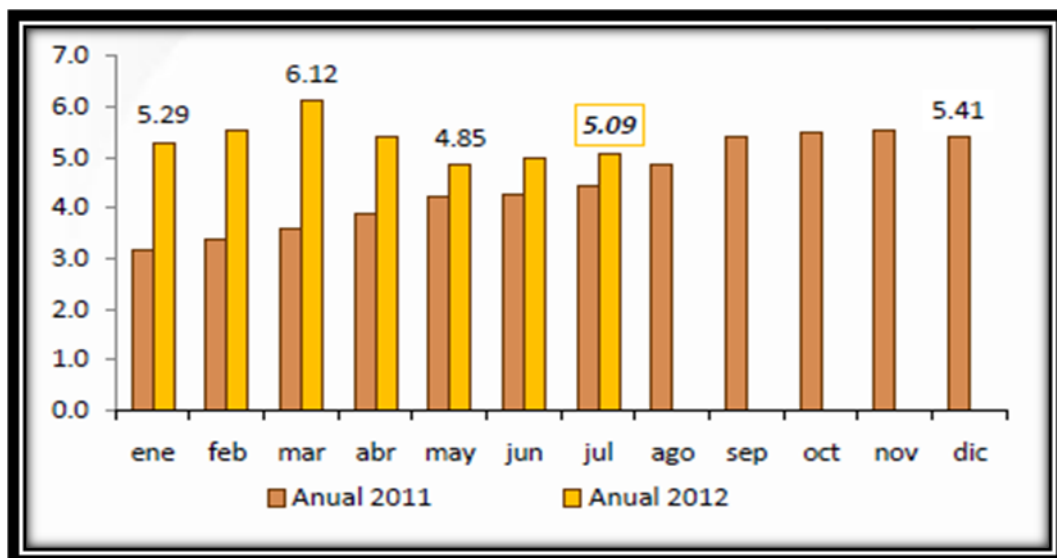


Gráfico 2. Evolución de la Inflación Mensual

Fuente: Estadísticas del INEC

3.3.2. Entorno Socio-Cultural

Las riquezas culturales de cada pueblo residen en su tradiciones expresada a través de su folklore, estas no pertenecen al pasado sino mas bien son dignas de convertirse en fiestas, estas son las peleas de gallo rodeos montubios, manifestaciones artísticas y la danza del palanqueo.

El rodeo montubio se celebra cada 12 de octubre, evento popular que se mantiene y concentra mucho público en un escenario de madera y caña, los principales actores: el hombre y caballo, el jinete hace lo imposible por domar al animal pero este se defiende dando brincos y patadas, gana el más fuerte, el ambiente es de camaradería; en este tipo de evento la mujer tiene activa participación no solo mostrando su atractivo físico y aplaudiendo a algún jinete, ella también participa domando caballos.

Otro evento son las peleas de gallo, son más comunes en la ciudad, existen 4 galleras que se realizan los fines de semana o en fechas memorables. Empiezan en la mañana y terminan dependiendo el número competidores. Las fechas importantes son el 15 de octubre en que celebran su independencia, realizan desfiles, eligen a su reina, hay comparsas ferias agrícolas, artesanales, gastronómicas, en donde colaboran entidades públicas y privadas con el fin de contribuir con la distracción y trascendencia de la cultura naranjaleña.

El día 7 de Noviembre, celebran su cantonización en las que resaltan las actividades artísticas como las manualidades, artes plásticas, creatividad, exposiciones de periódicos revistas informativas y murales. La parada militar va precedida por el alto mando, rango medio y la tropa del ejército, la sesión solemne está dirigida por el municipio que da el informe de labores realizadas, la situación actual del cantón y el plan de trabajo para el próximo año, destacan el desempeño de los empleados tanto de las instituciones públicas como privadas.

Las festividades religiosas son importantes aquí demuestran su devoción haciendo misas, procesiones, romerías, rinden homenajes a santos y vírgenes que marcaron hechos relevantes en el pasado es así como se menciona a San José de Naranjal, patrono de los naranjaleños, debido a que en la época de los españoles se le designaba un santo patrón a los pueblos, se celebra cada 29 de marzo; San Jacinto aunque siendo patrón de Yaguachi también es celebrado en Naranjal cada 15 de agosto; la Virgen del Cisne tiene su celebración cada 5 y 12 de septiembre; otras devociones son a La Virgen del Carmen, la Virgen de la Nube, San Miguel Arcángel, el Pase del Niño y Jesús del Gran Poder. La población del cantón es mayoritariamente rural con un 61% de los habitantes viviendo en las campiñas del sector. La población en el área urbana alcanza casi una paridad de género al tener cantidades similares de hombres y mujeres. La población rural está representado mayoritariamente por hombres lo cual concuerda con la actividad económica del cantón al ser es netamente agrícola.

Tabla 2: **Distribución de la Población Naranjal**

Áreas	Total	%	Hombres	%	Mujeres	%
Urbana	20789	38,87%	10554	37,05%	10235	40,94%
Rural	32693	61,13%	17928	62,95%	14765	59,06%
Total	53482	100,00%	28482	100,00%	25000	100,00%

Elaboración: Autora

Fuente: INEC

3.3.4. Entorno Político

El entorno político está determinado por el gobierno nacional, seccional y órganos de control que afectan por medio de las leyes, decretos y ordenanzas el funcionamiento del proyecto. Las leyes más relacionadas al negocio y turismo en general son las siguientes:

a) Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

Con el objetivo de impedir “la desigualdad y el abuso del poder de mercado”, la Asamblea Nacional crea esta ley, para la cual se crea una Comisión

de Regulación. Todas las empresas estarán reguladas bajo el marco de esta ley la cual incluye veintitrés comportamientos estipulados como abuso de poder en el artículo 9 , cuatro conductas que se consideran explotación de dependencia de sus clientes y operadores en el artículo 10 y veintiún acuerdos y prácticas estipuladas como prohibidas en el artículo 11.

b) Código de la Producción

Este código se lo creó con el objetivo de incentivar a la producción con valor agregado y transformar la matriz productiva del país. Los incentivos que reciben las empresas son los siguientes:

- Disminución paulatina del impuesto a la Renta de 25 % a 22 %, con una reducción anual del 1 % a partir de la vigencia del código.
- Eximir del cálculo del impuesto mínimo los gastos incrementales por nuevo empleo o mejoras salariales, adquisición de nuevos activos para mejoras de la productividad y tecnología, y producción más limpia.
- Para las empresas nuevas exoneración de pago de impuesto mínimo durante los primeros cinco años.
- Exoneración del impuesto a la salida de capitales (ISD) para los pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el Banco Central del Ecuador.

Con el ahorro generado por estos beneficios el Gobierno pretende que las empresas realicen una reinversión en mejoramiento de las mismas.

3.3.5. Entorno Tecnológico

El internet como herramienta de comunicación ha tenido un despunte importante en los últimos cinco ya que ha sido el medio de comunicación utilizado para realizar una promoción directa con los usuarios. Según el último

censo que tiene el Instituto de Estadísticas y Censos, la tendencia de la expansión del uso de internet dentro del país va en un constante ascenso en el último año.



Gráfico 3: Porcentaje de Personas que han usado internet
Fuente: Estadísticas del INEC

Focalizándonos sólo en Guayas el uso del internet entre usuarios se ubica en la tercera posición siendo una de las provincias con mayor acceso a este medio. El incremento ha ido creciendo paulatinamente en un 30% en promedio desde el año 2008, claramente esta herramienta es una oportunidad de difusión para la oferta turística del cantón.

Uso de Internet : Nacional				
	2008	2009	2010	2011
Pichincha	41,6%	42,8%	46,9%	44,5%
Azuay	36,0%	31,6%	37,5%	36,9%
Guayas	26,5%	28,9%	29,7%	34,8%
Tungurahua	25,9%	27,1%	29,2%	34,1%
Loja	24,3%	23,1%	25,3%	31,6%
Total Nacional	25,7%	24,6%	29,0%	31,4%
El Oro	22,8%	22,7%	30,3%	31,2%
Imbabura	23,8%	24,0%	29,1%	29,9%
Santo Domingo	-	-	25,5%	28,7%
Chimborazo	21,9%	21,5%	23,5%	26,7%
Cañar	21,3%	17,4%	21,2%	25,9%
Carchi	18,3%	19,7%	22,9%	24,9%
Esmeraldas	14,2%	16,6%	18,5%	23,9%
Cotopaxi	17,9%	16,7%	19,6%	22,8%
Amazonia	16,9%	15,6%	20,3%	21,3%
Manabí	12,3%	13,1%	18,1%	20,3%
Bolivar	13,0%	19,0%	19,0%	20,2%
Los Rios	13,0%	11,5%	17,2%	20,1%
Santa Elena	-	-	15,6%	18,8%

Gráfico 4: Porcentaje de Personas que han usado internet (por provincia)
Fuente: Estadísticas del INEC

CAPÍTULO 4

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1. Introducción

La presente investigación se realizará para determinar los gustos del segmento de mercado al cual va dirigido la propuesta de promoción y mejoramiento del cantón Naranjal como alternativa para lograr el desarrollo económico y social de sus habitantes. Se realizará una investigación descriptiva (Bernal, 2006) que ayude a conocer las situaciones, costumbres y aptitudes predominantes a través de la descripción exacta de los objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

El mercado objetivo es la ciudad de Guayaquil, se espera lleguen visitantes de este lugar a disfrutar de los atractivos turísticos que posee Naranjal y esto sirva para impulsar el mejoramiento de las condiciones actuales de sus habitantes. Por ello se utilizará una encuesta que servirá para medir el interés de los ciudadanos guayaquileños por hacer turismo en Naranjal, esta encuesta se aplicará a la muestra que se determine sea la ideal para realizar el estudio.

4.2. Metodología de investigación

4.2.1. Tipo de Investigación

La investigación descriptiva ha sido la elegida para llevar a cabo el presente trabajo, su finalidad es conocer información acerca de los habitantes de Guayaquil. Este método se basa en la indagación, observación, el registro y la definición. Además, este tipo de investigación consta de las siguientes etapas:

1. Examinan las características del problema escogido.
2. Lo definen y formulan las preguntas de investigación

3. Enuncian los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
4. Eligen los temas y las fuentes apropiados.
5. Seleccionan o elaboran técnicas para la recolección de datos.
6. Establecen, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecúen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
7. Verifican la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizan observaciones objetivas y exactas.
9. Describen, analizan e interpretan los datos obtenidos, en términos claros y precisos.



4.2.2. Método de Investigación

Los métodos de investigación científicos a utilizarse en la elaboración del presente trabajo son de inducción - deducción y el uso de técnicas de recopilación de la información como la búsqueda bibliográfica, a través del Internet y publicaciones en medios escritos. Se realizará un estudio para obtener información relacionada con la población y las autoridades de Naranjal.

4.2.3. Técnicas e instrumentos para la recolección de información

Técnicas

La recolección de los datos es una parte fundamental en el proceso de la investigación de mercados. En relación a las principales técnicas e instrumentos a emplearse para la recolección de datos se plantean los siguientes:

-  Encuesta: Cuestionario de preguntas cerradas
-  Focus Group: Temas a tratar para obtener opiniones de la muestra

Buendía (1997) indica que una de las principales utilidades de este instrumento (cuestionario) es que no se necesitan personas preparadas para la recogida de la información.

- ✚ La encuesta será la principal técnica utilizada en este trabajo investigativo, ya que se acopla fácilmente, es breve y muy útil para determinar un criterio bastante acertado del punto de vista de la muestra. Para lograr este objetivo, es pertinente la elaboración de un cuestionario breve y muy explícito, donde los encuestados estén en capacidad de exponer su opinión según las variables presentadas.
- ✚ El focus group o también conocida como grupo de discusión o sesiones de grupo consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de conducir la discusión para que no se aleje del tema de estudio y, de este modo, da a la técnica su nombre en inglés "grupo con foco".

Instrumentos

Los instrumentos constituyen los medios naturales a través de los cuales se hace posible la obtención y archivo de la información requerida para la investigación. En la presente investigación se utilizarán los siguientes:

- ✚ **El Cuestionario:** Se lo utiliza en la realización de la encuesta y consiste en 10 preguntas cerradas formuladas con la finalidad de conocer la opinión de los turistas.
- ✚ **El Informe:** Se refiere a la revisión de la documentación existente sobre los atractivos turísticos de Naranjal para obtener los elementos teóricos que ayuden a comprender mejor el problema de investigación planteado.

El tratamiento de la información supone un proceso de reflexión e interpretación de la misma, que se puede realizar con procedimientos variados. Se puede empezar con una reflexión tentativa a partir de los datos obtenidos, expresión de juicios iniciales, comunicación de primeras ideas desordenadas o explicaciones variadas. Las herramientas a utilizar en esta investigación son: métodos estadísticos, proyecciones, tabulación y análisis de la información, apoyándose de cuadros estadísticos y gráficos.

4.3. Unidades de Observación

4.3.1. Tamaño de la Muestra

POBLACIÓN: Todos los individuos que conforman un mercado. Según Levin & Rubin (1996) *“Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales tratamos de sacar conclusiones”*.

Para efectos de este proyecto de investigación se utilizará como población a la ciudad de Guayaquil, debido a que es en esta ciudad donde se piensa llevar a cabo el plan de promoción con la finalidad de movilizar a los ciudadanos guayaquileños para que visiten el cantón Naranjal y sus atractivos, además, por ser el puerto principal del país, la ciudad más poblada del país y encontrarse apenas a 90 minutos de distancia, por tanto resulta más accesible para ellos visitar Naranjal y disfrutar de sus recursos turísticos.

🚦 **CENSO:** Toda la población es encuestada.

🚦 **MUESTRA:** Una parte de los individuos que conforman un mercado son encuestados.

“Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos”. Levin & Rubin (1996).

“Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla”. Murria R. Spiegel (1991).

Cuando se trata de una población excesivamente amplia se recoge la información a partir de unas pocas unidades cuidadosamente seleccionadas, ya que si se aborda cada grupo, los datos perderían vigencia antes de concluir el estudio. Si los elementos de la muestra representan las características de la población, las generalizaciones basadas en los datos obtenidos pueden aplicarse a todo el grupo; por esta razón para el cálculo de la muestra de la investigación de campo, será utilizada la fórmula estadística para poblaciones infinitas debido al gran tamaño de la población, siendo sus variables las siguientes:

Tabla 3: Fórmula para hallar la muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA CUANDO NO SE CONOCE LA POBLACION	
$n =$	$\frac{p(1-p)z^2}{e^2}$

Elaboracion: Autora

Tabla 4: Calculo de la muestra

VARIABLES PARA EL CALCULO			
p=	0.5	=	0.9604
n/c=	0.95		0.0025
z=	1.96		
e=	0.05	=	384
n=	?		

Elaboracion: Autora

De esta manera, la muestra da como resultado 384, es decir ese es el número de personas a encuestar.

4.3.2. Tipo de muestreo

El muestreo que se llevará a cabo será no probabilístico por cuanto no todos los individuos que conforman la población tendrán la misma oportunidad de ser elegidos. Las encuestas se realizarán en el Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaquil por la razón de que en este lugar acuden muchos visitantes diariamente por muchas razones, antes de esto se pedirá autorización a la Administración para que se permita la ejecución de la misma. En el muestreo no probabilístico los costes y la dificultad del diseño son más reducidos. Este muestreo puede dar buenos resultados pero también apareja el riesgo de proporcionar una información errónea (Idelfonso; Abascal, 2009).

En el muestreo no probabilístico según el criterio la muestra es elegida por un experto según su criterio buscando las unidades más representativas.

Características: Rapidez y economía.

Se lo utiliza para seleccionar ciudades para hacer algún test de mercado. Se emplea con éxito cuando el tamaño de la muestra es pequeño.

El enfoque será de tipo mixto por cuanto se esperan obtener no sólo datos cuantitativos sino también cualitativos que ayuden a describir todos los fenómenos que se presenten en la investigación.

4.4. Técnicas de análisis de datos

Antes de iniciar con el análisis de los datos se deben revisar las encuestas y descartar las que estén incompletas, tengan dos opciones elegidas en una misma pregunta, etc., y sólo contabilizar aquellas que se hayan llenado correctamente. Si el porcentaje de las encuestas defectuosas supera el 5 % se deberá realizar nuevamente la encuesta.

Para el análisis de los datos se utilizará el programa Excel, allí se ingresarán todos los datos y se agruparán de acuerdo a las respuestas registradas por cada interrogante. Para la presentación de los resultados se utilizarán las tablas y gráficos que permiten una comprensión mejor de los mismos.

Posteriormente se realiza un informe en el cual se detallan los hallazgos de la información. Este proceso de presentación y difusión de la información es uno de los aspectos más importantes de la investigación, en la medida que es la única forma de dar a conocer los resultados al demandante de la misma (Díaz Vidal 2009).

4.5. Mercado Objetivo

4.5.1. Segmentación de Mercado

En el siguiente apartado se muestra la segmentación del mercado donde se piensa introducir la propuesta de promoción del turismo en el cantón Naranjal.

Segmentación Geográfica:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Segmentación Demográfica:

Edad: 18 años en adelante

Sexo: Indistinto

Nacionalidad: Ecuatoriana

Ciclo de vida:

Joven soltero, casado o divorciado, adulto soltero, casado, divorciado o viudo.

Perfil General:

El estudio va dirigido a personas entre las edades de 18 años en adelante que cuenten con una fuente de ingreso que le permita viajar fuera de la ciudad.

4.5.2. Planificación de la investigación de campo

a) Planificación de la encuesta

El objetivo de esta encuesta es determinar cuáles son las principales actividades realizadas por los ciudadanos guayaquileños en sus visitas al Cantón Naranjal. (Ver Anexo 1)

b) Planificación del Focus Group

El desarrollo del Focus Group se llevará a cabo en el cantón Naranjal, específicamente en los exteriores del Camino Real del Inca, por ser uno de los sitios más concurridos y destacados de Naranjal; en este sector se hará una sesión para recabar las opiniones de un grupo máximo de 10 personas, entre comerciantes, turistas y moradores del sector.

La persona encargada de dirigir el grupo será la Srta. Lourdes Cornejo, quien mediante una grabadora de voz capturará las opiniones vertidas según se vaya desarrollando la discusión del tema. El objetivo de esta técnica es determinar la apreciación de la ciudadanía de Naranjal respecto al desarrollo turístico y expectativa tienen sobre la propuesta, para establecer ventajas y desventajas y tener un mejor enfoque de la misma. (Ver Anexo 2)

4.6. Presentación y análisis de resultados

4.6.1. Resultados de las Encuestas

a) Información preliminar del encuestado

Sexo del Encuestado

Los resultados de la investigación de mercado permiten distinguir que en su mayoría las opiniones vertidas en las encuestas fueron hechas por personas del sexo masculino, teniendo una incidencia de 61.20%; mientras que el sexo femenino tiene una participación del 38.80% , tal como se exponen en los siguientes gráficos: (Ver más detalles en Anexo 8)

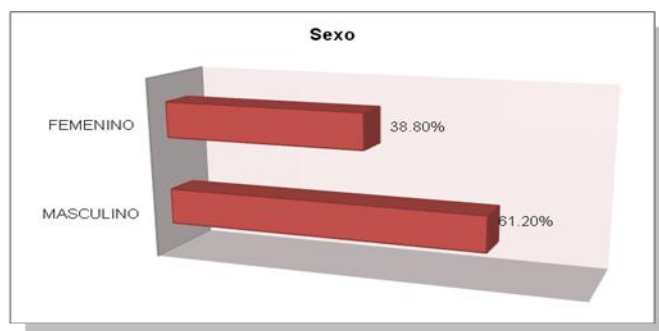


Gráfico 1: Sexo del Encuestado

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Edad del Encuestado

Por su parte los rangos de edad más sobresalientes para los criterios de la investigación de campo fueron hechos por personas cuyas edades oscilan entre los 31 y 40 años con una participación de 52.60%, seguido por el rango de edad entre 21 y 30 con 32.55% y 41 y 50 con la diferencia (14.84%). Vale destacar que no hubo opiniones de ciudadanos cuyas edades eran menor a los 20 años o mayores a los 51 años; de manera que se podría decir que los resultados de la encuesta estarían influenciados por un criterio maduro, lo que es bastante positivo ya que generalmente en estas edades se destaca el mayor consumo por tratarse de una población que se encuentra económicamente activa. (Ver más detalles en Anexo 9)

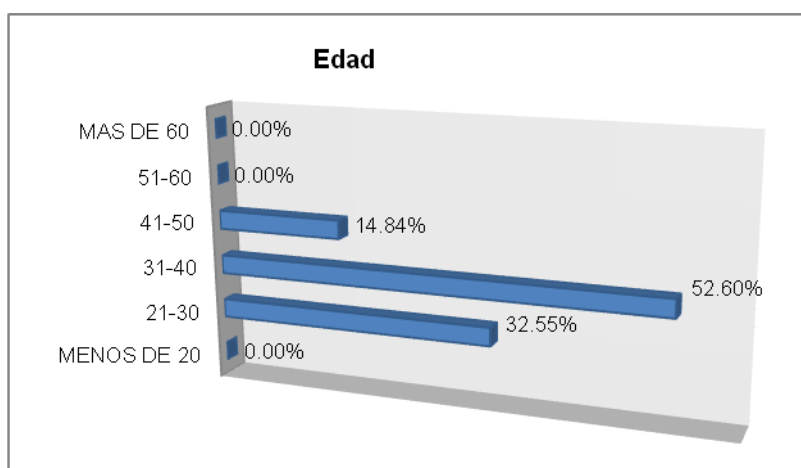


Gráfico 2: Edad del Encuestado

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 1: ¿Ha visitado usted el cantón Naranjal?

El resultado de esta pregunta es bastante positivo ya que de acuerdo a lo indicado por los encuestados, la mayoría (68.75%) alguna vez ha visitado el canton Naranjal, debido principalmente a que este cantón es un punto estrategico para el paso de vehiculos o buses que de la ciudad de Guayaquil se dirigen a otras provincias como Azuay o El Oro, donde evidentemente los turistas suelen hacer una parada ya sea para degustar la gastronomía local o realizar ciertas compras en el sector. Por otra parte, el 31.25% restante señaló no haber visitado jamás este cantón. (Ver más detalles en Anexo 10)

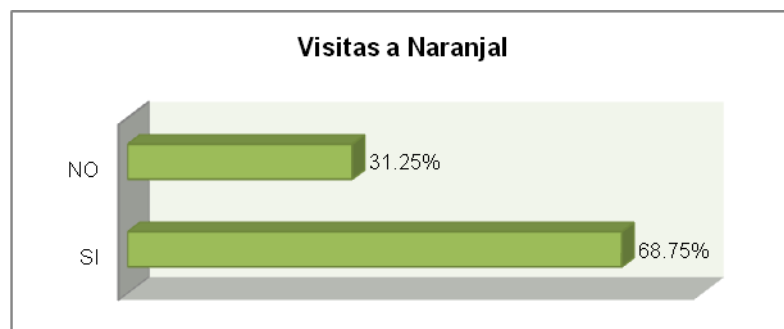


Gráfico 3: Visitas a Naranjal

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 2. ¿Qué tipo de turismo o que actividades le llaman más la atención para realizar en el cantón Naranjal?

Posteriormente, a los encuestados se les preguntó que tipo de actividad realizarian si estuvieren en Naranjal y como se puede apreciar en los resultados, el 49.35% mencionó que el Ecoturismo sería una alternativa muy atractiva para pasar el tiempo en este cantón, principalmente debido a la diversa naturaleza que existe en el sector especialmente en el campo agrícola, esto se puede ver reflejado en la opcion Agroturismo que fue la segunda opcion mas votada con 29.95%; siendo estas dos las actividades de mayor preferencia entre los turistas. (Ver más detalles en Anexo 11)

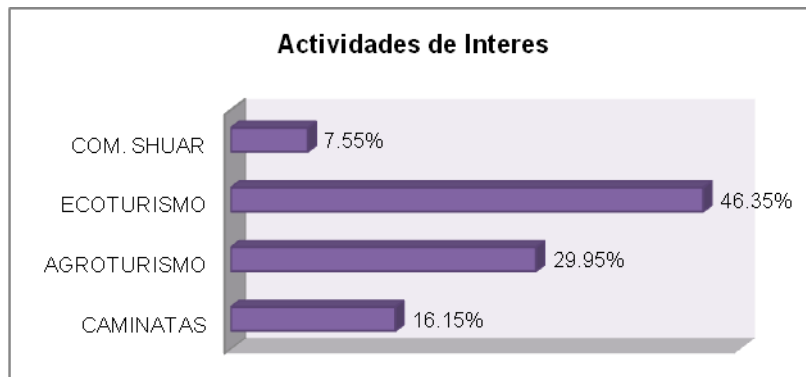


Gráfico 4: Tipo de Turismo y Actividades que se realizan en Naranjal

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 3. ¿Cuánto tiempo está dispuesto a viajar para llegar a un destino turístico natural y diferente?

La disposición del tiempo de viaje de las ciudadanas encuestadas en su mayoría indicaron que 2 horas de viaje (68.75%) estaría bastante bien como tiempo de recorrido, debido a que un viaje muy largo es agotador y no se disfruta de igual manera que un viaje mas corto (según comentarios de los encuestados). Aspecto que sería favorable para el turismo en Naranjal ya que más o menos ese es el tiempo de recorrido que existe desde la ciudad de Guayaquil hasta el lugar en mención en vehículo particular; en bus el viaje podría extenderse un poco más según las paradas que realice en el trayecto. (Ver más detalles en Anexo 13)

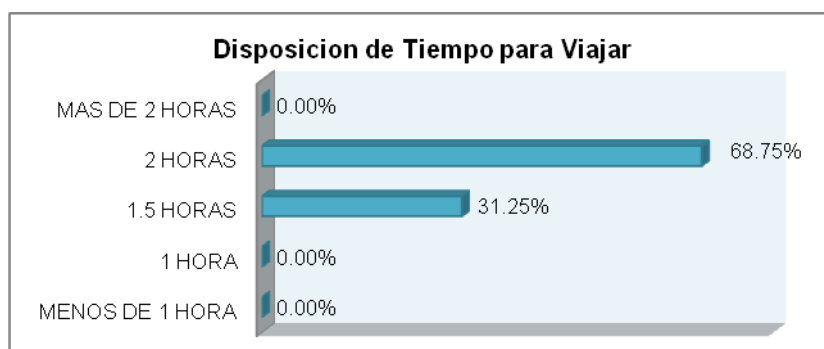


Gráfico 5: Disposición para viajar a un destino diferente

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 4. ¿Qué lugares de los que se mencionan a continuación le gustaría visitar en Naranjal?

En relación a los lugares de mayor preferencia para visitar en el cantón Naranjal, la ciudadanía respondió que la Hacienda Jambelí sería interesante (33.33%), seguida con la Reserva Ecológica Manglares "Churute" (33.07%), confirmando una vez más lo anteriormente presentado respecto a las actividades que mayor aceptación tiene para los encuestados. (Ver más detalles en Anexo 14)

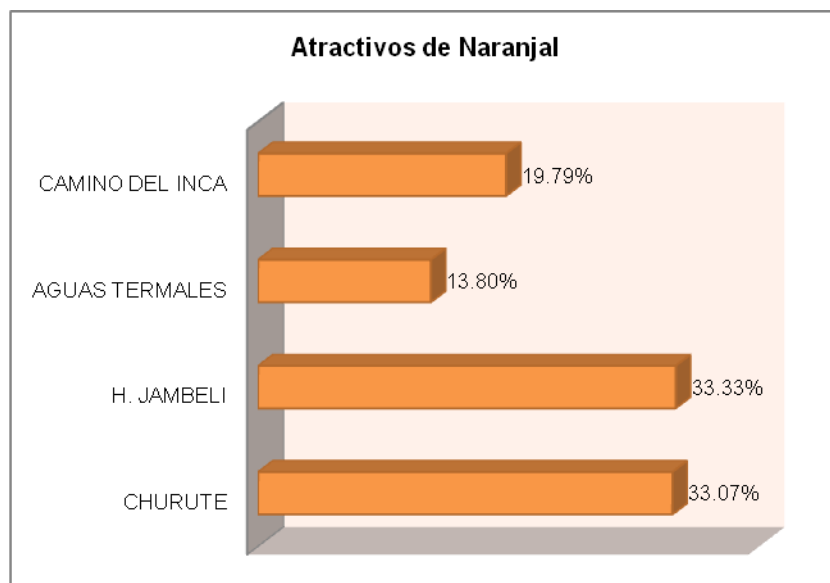


Gráfico 6: Lugares para visitar en Naranjal

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 5. Cuando viaja fuera de la ciudad, ¿qué actividades prefiere realizar?

Se quiso conocer un poco respecto a las actividades que suelen realizar los encuestados cuando viajan fuera de Guayaquil y la mayoría indicó que realiza visitas a lugares reconocidos (33.85%), visitas a museos (32.29%) y lógicamente a restaurantes (22.92%) especialmente para degustar la gastronomía local. (Ver más detalles en Anexo 15)

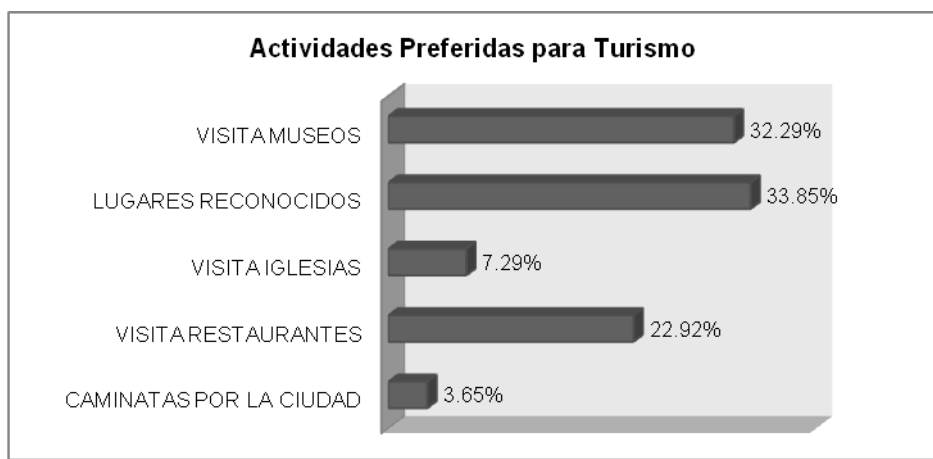


Gráfico 7: Actividades de preferencia

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia realiza turismo?

De acuerdo a los resultados presentados, se puede apreciar que la mayoría de los encuestados realiza turismo cada seis meses (64.06%), mientras que otro importante grupo lo hace 1 vez al año (20.83%), de manera que la estacionalidad de la demanda sería semestral. (Ver más detalles en Anexo 16)

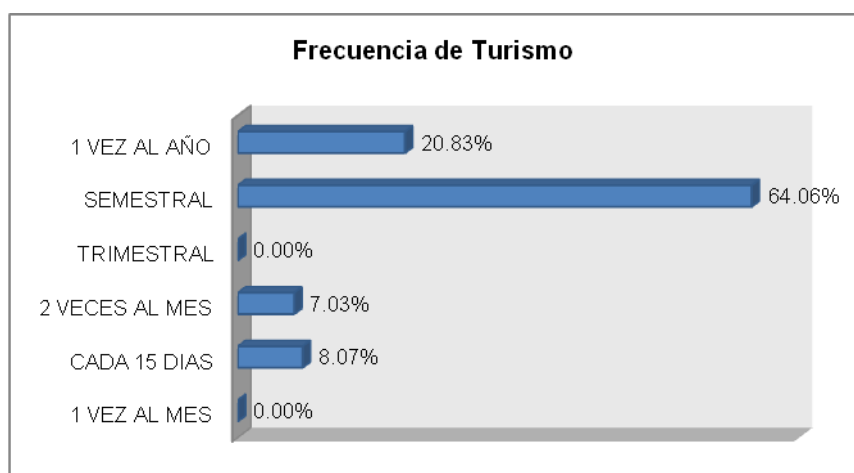


Gráfico 8: Frecuencia con que realiza turismo

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 7. Cuando sale de la ciudad, ¿Cuánto dinero destina para gastos?

En relacion al presupuesto estimado para gastos, se puede apreciar que la mayoría de los encuestados trata de controlar su presupuesto al designar hasta \$ 100 como maximo (59.90%), mientras que muy pocos estarian dispuestos a gastar mas de \$ 100 por concepto de turismo. Situacion que debe ser analizada para captar la atencion de los mercados con un poder adquisitivo bajo. (Ver más detalles en Anexo 17)

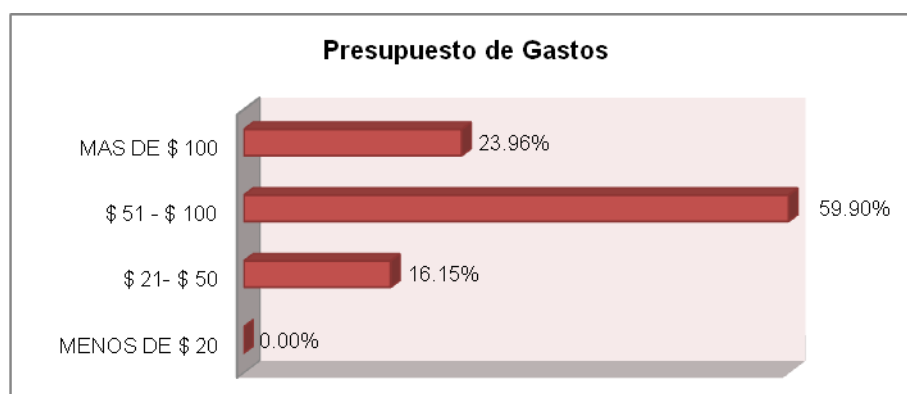


Gráfico 9: Presupuesto de Gastos

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 8. ¿Qué factores inciden al momento de decidir visitar el cantón Naranjal?

Evidentemente la razon por la cual los encuestados irian a Naranjal seria para visitar lugares turisticos que capten su interes y les permitan disfrutar de un momento ameno y relajacion, esto se puede apreciar en el 38.80% de los encuestados que eligieron esta opcion. Por su parte, la estadia en un hospedaje acogedor (34.64%) es la segunda razon mas importante para acudir a este lugar. Finalmente, la seguridad policial (18.41%) es otro de los principales factores debido a que las personas prefieren divertirse en un lugar seguro y no pasar malos ratos. Aspecto en el que se debe trabajar con la policia nacional para que colabore con operativos que garanticen la integridad de las personas. (Ver más detalles en Anexo 18)

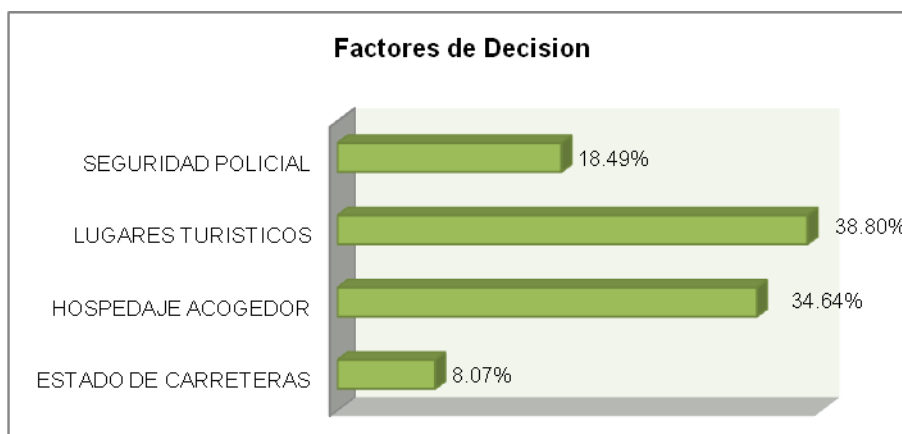


Gráfico 10: Factores que inciden para visitar Naranjal

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 9. ¿Cuándo viaja lo hace...

La mayoría de los encuestados viaja con la familia (46.09%), seguidos por aquellos que viajan con su pareja (23.70%), siendo estos dos los grupos de mayor incidencia. (Ver más detalles en Anexo 19)

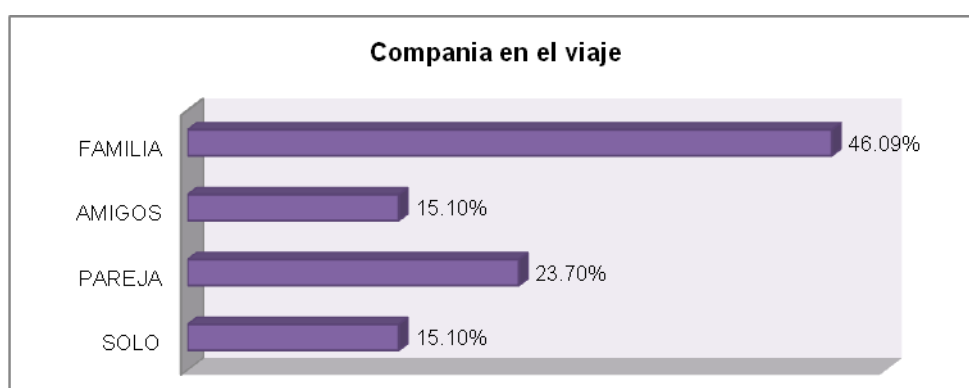


Gráfico 11: ¿Con que personas viajas?

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Pregunta 10. ¿En qué época prefiere viajar?

Finalmente, la época en la que estas personas preferirían viajar evidentemente es en los feriados (70.05%), donde queda claro que los turistas aprovechan estos días festivos para relajarse y disfrutar en familia, según los datos analizados a lo largo de este estudio. (Ver más detalles en Anexo 20)

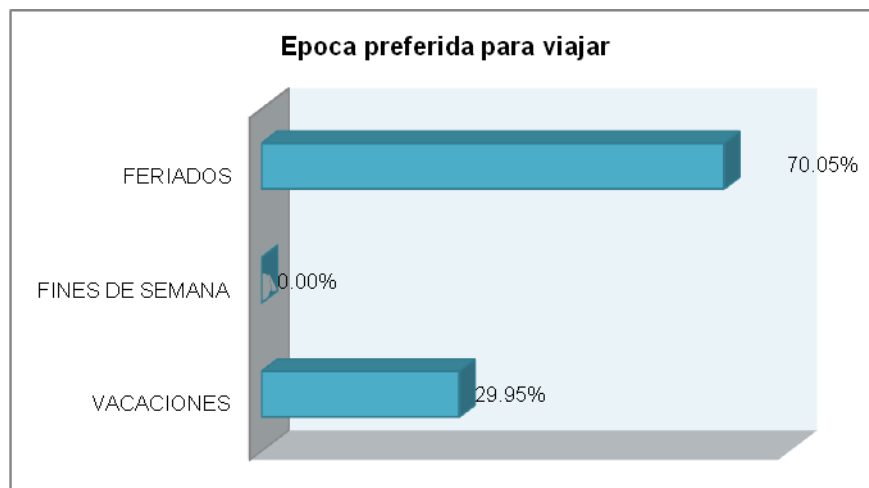


Gráfico 12: Época de preferencia para viajar

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

4.6.2. Análisis de Correlaciones

De acuerdo al gráfico de correlaciones, es posible determinar que el ecoturismo, agroturismo y caminata son las actividades que sobresalen en los 3 rangos de edad presentados, entre los 21 y 50 años; habiendo mayor preferencia por el "ecoturismo" en las edades de 21 a 30 (41%) y 31 a 40% (37%); mientras que el "agroturismo" con 37% tuvo mayor aceptación para la gente de 41 a 50 años. La visita a la comunidad Shuar tuvo el último porcentaje de participación en todas las edades, teniendo mejor resultado en el rango de edad entre 31 y 40, donde el 15% menciona que le gustaría realizar esta actividad.

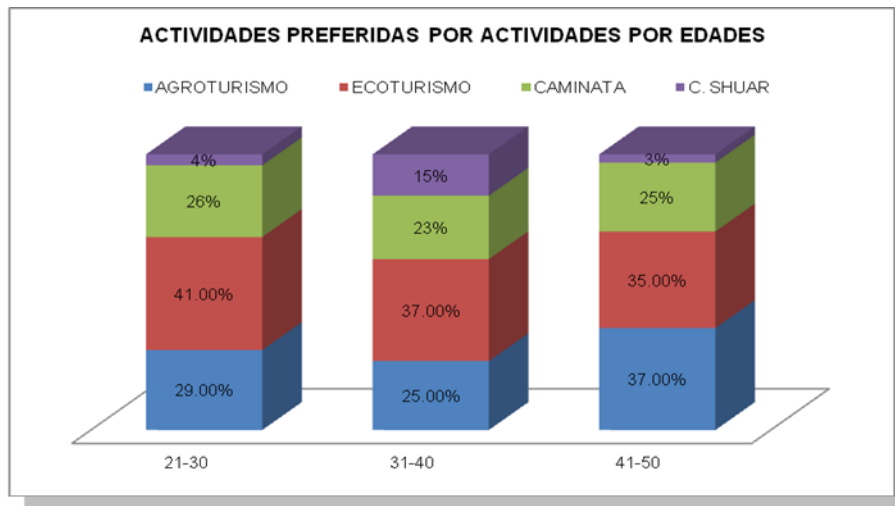


Gráfico 13: Actividades preferidas por edades

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Por su parte, en relación al presupuesto de gastos por concepto de turismo, es posible determinar que las edades entre 41 y 50 años, tienen mayor poder adquisitivo, pues el 50% de este grupo, estaría dispuesto a gastar más de \$ 100.00. Mientras que el grupo de menor poder adquisitivo se encontró en las edades entre 21 y 30% pues la mayoría representada por el 58% menciona que estarían dispuestos a gastar entre \$ 21 y \$ 50 como máximo.

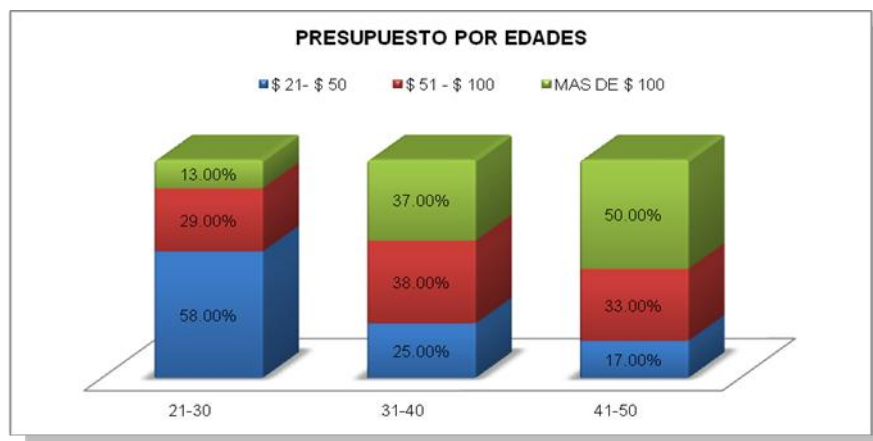


Gráfico 14: Presupuesto asignado por edades

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

Finalmente, es posible identificar que la compañía de viaje, según las edades, y los resultados determinan que el 50% de personas con edades entre 21 y 30 años, viaja generalmente con sus amigos, el 48% del grupo de edad entre 41 y 50 años viaja con su pareja; mientras el 45% de las personas entre 31 y 40 años de edad viajan con la familia.

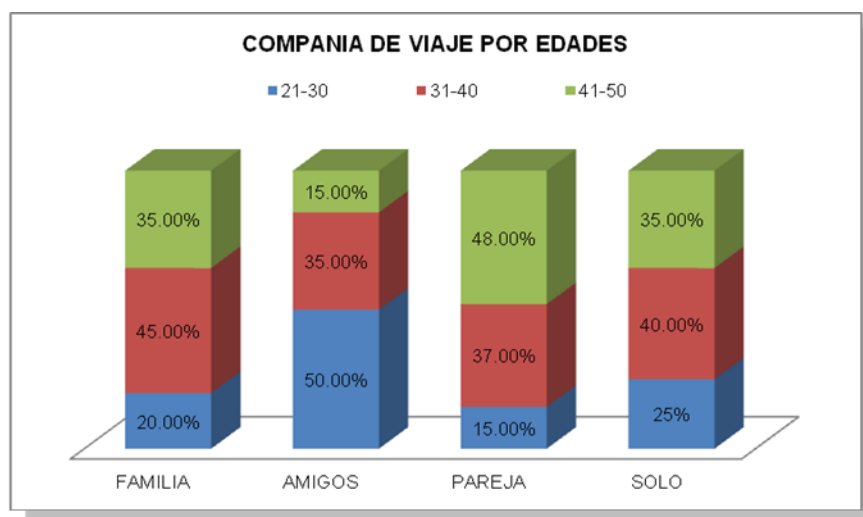


Gráfico 15: Compañía de viaje por edades

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

4.6.3. Resultados del Grupo Focal

Información preliminar del Grupo focal

Fecha del grupo focal	Sábado 6 de octubre de 2012
Lugar del grupo focal	Naranjal
Número y tipo de participantes	5 participantes. 1 mujer, 4 hombres
Nombre del moderador	Lourdes Cornejo
Nombre del asistente moderador	Jimmy Cornejo

Aspectos clave y frases notables del grupo focal

Aspectos Clave	Frases notables
¿Qué opinan de la actividad turística actual de Naranjal?	
<p>Importancia del potencial turístico del cantón</p> <p>Percepción de falta de promoción del cantón</p> <p>Destacan su ubicación geográfica ya que el cantón cuenta con la cercanía de la costa y la sierra y los beneficios de su topografía</p>	<p>“hemos visto un crecimiento bastante amplio debido que estamos enfocando unas zonas nuevas donde se pueden realizar deportes extremos”</p> <p>“son más las personas de aquí que visitan los sitios turísticos”</p> <p>“Sería conveniente que haya más difusión para que Naranjal sea un cantón conocido”</p> <p>“Años anteriores se tenía olvidado el área turística, ahora hay algo en la web gracias al municipio”</p> <p>“Naranjal es el epicentro de las zonas del Ecuador por su ubicación”</p>
¿Qué acciones ayudarían a incrementar la actividad turística?	
<p>Mejoramiento de vías de acceso</p> <p>Centros Turísticos sin medios de transportes colectivos</p>	<p>“Mejoras de caminos y construcciones de puentes”</p> <p>“Es ilógico explotar el turismo sino podemos llegar a la zona turístico”</p> <p>“El acceso para llegar a la comunidad Shuar del cantón es bien complicado, el municipio es el encargado de gestionar”</p> <p>“Crear un centro de transporte de comodidad y carros de alquiler para llegar al centro turístico”</p>
¿Creen que las vías de acceso primarias y secundarias influyen en el turismo del cantón?	
<p>Reconocimiento del incremento del turismo en los puntos con mejores vías de acceso</p>	<p>“Sí, influye porque si miramos el camino que hay camino a la cooperativa Las Delicias, donde hay un río maravilloso, las vías de acceso a esa</p>

<p>Percepción de las vías provinciales en buen estado</p>	<p>zona es desastrosa, la gente no quiere ir porque es puro polvo, se maltrata el carro”</p> <p>“En relación a las vías primarias están en perfecto estado, las vías secundarias si hay que darle mejoramiento ya que son las de acceso a los puntos turísticos”</p> <p>“Las vías de los puntos turísticos que han mejorado son las más visitadas como las cascadas del cerro de Hayas, las vías a aguas calientes”</p>
<p>¿La gente está preparada para recibir al turista?</p>	
<p>Falta de preparación de la comunidad para enfrentar emergencias</p> <p>Culturizar mejor a los moradores para que promuevan y mantengan el aseo y ornato de las zonas turísticas</p>	<p>“Los moradores y la comunidad debería tener una capacitación de primeros auxilios para cualquier emergencia con los turistas”</p> <p>“Enseñar a ser cultos para que las personas depositen ahí los desperdicios y mantener el aseo”</p>
<p>¿Consideran que el cantón debe de tener un plan de mejoramiento?</p>	
<p>Constancia en el mantenimiento de los sitios turísticos</p> <p>Encaminar el cantón dentro de un plan macro de turismo provincial, regional o nacional, con experiencias para el turista</p> <p>Coordinar con la recolección de basura cantonal para adecuar más puntos de recolección</p>	<p>“Sólo en feriados los puntos turísticos están limpios y arreglados”</p> <p>“Necesitamos estar en una ruta turística con experiencias nuevas como la captura de ” cangrejos</p> <p>“Necesitamos poner puntos de recolección de basura”</p>
<p>¿La organización comunitaria mejorará el turismo del cantón?</p>	
<p>Consideran que la organización sea fomentada por las autoridades</p> <p>Difusión por parte de las universidades a través del municipio de los proyectos turísticos del cantón.</p>	<p>“Tendríamos que organizarnos y para eso se partiría por los dirigentes, el municipio”</p> <p>“Las universidades por medio de proyectos difundan y muestren proyectos a la comunidad”</p>

<p>Mejoramientos en conservación del medio ambiente y seguridad con la organización</p> <p>Visualizan a la organización importante para atraer las inversiones</p>	<p>“Organización para cuidar el ecosistema, el bienestar público, la seguridad”</p> <p>“Una vez organizados la difusión viene por sí sola, las inversiones ya que el turismo es una fuente rentable para los miembros de la comunidad”</p>
Sugerencias de promoción turística del cantón a nivel nacional	
<p>Promoción turística a través de sitios de gran afluencia de personas como terminales</p> <p>Involucrar a las autoridades para mejorar la calidad de vida de las personas e implementar mejoras en aspectos de seguridad pública en sitios turísticos</p>	<p>“La información de los puntos turísticos debería estar publicada en los terminales”</p> <p>“Las autoridades deben ayudar con infraestructura para que una vez solventadas las necesidades de ellos formar el catalogo de opciones turísticas”</p> <p>“La garantía de seguridad de la fuerza pública”</p>

El grupo estuvo conformado por 1 mujer y cuatro hombres los cuales contaban con las siguientes características:

Las personas de este grupo provenían de la ciudad de Naranjal con edades entre los 21 y 55 años, entre ellos estudiantes y profesionales.

La primera consulta que se le realizó a este grupo focal fue acerca de la actividad turística de Naranjal. Las personas más jóvenes de entre 21 y 38 años, destacaron la importancia del potencial turístico del cantón debido a sus puntos naturales y su extensión (mencionando que es el segundo cantón más grande de la provincia) que proporcionan interesantes opciones de deportes extremos. La persona de 55 años mencionó como punto relevante la ubicación geográfica del cantón debido a su posición entre la Zona Costera y Zona Interandina del

Ecuador, esto ayudaría a potencializar el turismo nacional proveniente de las dos regiones. Otra ventaja de esta posición privilegiada es la topografía que genera al encontrarse entre la Sierra y la Costa.

La segunda interrogante fue acerca sobre las acciones que ayudarían a incrementar el turismo en el cantón las personas jóvenes de entre 21 y 38 años, destacaron que lo más importante para mejorar la afluencia de turistas al cantón, es el mejoramiento de las obras de infraestructura del cantón, consideran que el gobierno seccional representado por la municipalidad sería el encargado de realizar todos los puntos de acceso hacía los puntos turísticos con mayor potencial, ya que todos están de acuerdo que éstos sitios difícilmente podrían explotarse si los turistas tienen dificultad para llegar a ellos.

La persona profesional de 55 años consideraba importante tener una cooperativa de transporte público que llegue a los puntos turísticos del cantón ya que no todas las personas poseen un medio de transporte propio que les permitiría llegar y disfrutar de las bondades naturales del cantón.

Se les preguntó la importancia de las vías de acceso primarias y secundarias en el turismo cantonal, en este aspecto todos los participantes las vías son un pilar fundamental para el acceso de turistas hacia el cantón y que el turismo no se podría explotar con vías en mal estado, así mismo ven mayores visitas de turistas en los puntos con vías más accesibles ya que éstas generan menos maltrato al medio de transporte y facilitan la comodidad de los turistas. Destacan el buen estado de las vías primarias pero reconocen que aún falta por trabajar las vías secundarias que son justamente las que conducen a los puntos turísticos del cantón.

La siguiente interrogante estaba relacionada a la preparación de las personas del cantón para recibir al turista. La persona de 55 años destacó que falta de preparación en primeros auxilios por parte de los comuneros que podrían ayudar con cualquier emergencia debido al posible contacto con especies salvajes como serpientes por eso la gran importancia de involucrarlo, destacó la falta de un

dispensario médico en los centros turísticos. También destacó la importancia de la culturización de los pobladores para que éstos promuevan y mantengan el aseo y ornato de los sitios turísticos evitando la acumulación de desperdicios, así como el conocimiento de los puntos turísticos para que los promuevan de manera constante.

Se les preguntó acerca de un plan de mejoramiento de turismo del cantón, de esta pregunta la estudiante de 21 años, lo consideró importante para tener un constante mantenimiento en los sitios turísticos ya que sólo están en buen estado en feriados y fechas especiales. El profesional agrónomo de 38 años, destacó incorporar al cantón dentro de alguna ruta turística nacional, regional y/o provincial para integrarlo dentro de un plan nacional macro de turismo. Destacó también la importancia de crear experiencias para las turistas como la captura de cangrejos. El profesional de ingeniería civil de 36 años considera importante la coordinación con el sistema de recolección de cantonal para mantener la limpieza e implementar más cestos de recolección de basura.

En el siguiente punto se les consultó si la organización comunitaria ayudaría al turismo del cantón. El ingeniero civil de 36 años mencionó que las autoridades deben motivar a la organización de las bases especialmente en conservación medio ambiente y seguridad público. Él también destaca que una vez consolidada la organización, el cantón se convierte en un atractivo de inversión de proyectos turísticos. El agrónomo de 38 años considera importante que las universidades se involucren con sus proyectos de turismo y éstos sean difundidos y socializados a través del municipio.

Finalmente se les solicitó sugerencia para mejorar el turismo en el cantón, el agrónomo de 38 años sugirió usar a las terminales como centros de promoción turística del cantón, destacando los sitios con mayor impacto visual y natural para los visitantes. El profesional de 55 años considera que el apoyo por parte de las autoridades a solventar las necesidades básicas a través de infraestructura, ayudaría a incrementar el abanico de oportunidades turísticas, así como involucrar

de manera más directa a la fuerza pública para que brinden la seguridad respectiva.

4.6.4. Conclusión de le investigación

De acuerdo a los resultados de la investigación de mercado se pueden tener las siguientes conclusiones:

1. La mayor parte de los criterios recabados fueron hechos en base a personas de edades maduras (21 y 50 años).
2. Es positivo conocer que la mayoría de personas encuestadas si ha visitado este cantón, por lo que les resultó familiar contestar las preguntas e identificarse con el sector, destacando claramente que las actividades de mayor interés son el ecoturismo y agroturismo, reflejado también por los atractivos de mayor preferencia que son la Hacienda Jambelí y la Reserva Ecológica Churute.
3. El presupuesto estimado de gastos seria de \$ 100 aproximadamente y las épocas de mayor incidencia para hacer turismo serian los feriados, donde compartirían momentos amenos con la familia o pareja, según el caso.

CAPÍTULO 5 LA PROPUESTA

5.1. Descripción de la propuesta

La propuesta de este proyecto se basa en la promoción y el mejoramiento turístico del cantón Naranjal, con la finalidad de que las personas que habitan en el sitio puedan obtener beneficios económicos provenientes de los visitantes al Cantón lo cual incentivará a la creación de nuevos negocios vinculados a actividades turísticas, tales como: hotelería, gastronomía, artesanía, entre otras. El desarrollo comercial y empresarial en el cantón será el resultado de la demanda turística provocada por las diferentes estrategias que se pondrán en práctica a través de diferentes medios de difusión y comunicación que darán a conocer a Naranjal como un lugar acogedor para hacer turismo en cualquier época del año.

Entre los atractivos que se pretende explotar en la promoción del cantón Naranjal, se encuentran:

Tabla 5: Tipos de turismo que se pueden practicar en los atractivos del cantón Naranjal

ATRATIVOS	TIPO DE TURISMO PARA PRACTICAR EN EL LUGAR
La Hacienda Jambelí	Ecológico, Rural, Comunitario y Agroturismo
La Hacienda Las Cañas	Cultural, Rural, Comunitario y Agroturismo
Reserva Ecológica Manglares Churute	Ecológico y Cultural
El Cerro de Hayas	Ecológico
Camino Real del Inca	Cultural y Comunitario

Fuente y Elaboración: Autora

Como se pudo visualizar en la tabla anterior; en el cantón Naranjal se podrá incentivar la práctica de diversas clases de turismo, debido a los atractivos innatos que posee el sector, con esto se logrará captar distintos nichos de mercado;

es decir, a turistas y visitantes con diferentes gustos y preferencias. Sin embargo, para el correcto desempeño y éxito de las actividades que se decidan realizar en el lugar con la finalidad de lograr mayor afluencia turística, se debe tomar en consideración el concepto de la cadena de valor, desarrollado por Michael Porter, el cual indica básicamente que todo proyecto o empresa para tener ventaja competitiva debe realizar algunas actividades y estrategias que le proporcionen valor agregado al producto que se está promocionando o vendiendo. (Pérez Orlando, 2010).

En el sector turístico, la cadena de valor está compuesta por todos los proveedores de los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista (restaurantes, hoteles, locales de artesanías y comercio en general, transporte, etc.); dicho en otras palabras, implica todo el proceso por el que debe pasar turista desde que empieza a planificar su viaje hasta que regresa a su casa o lugar de origen. Por lo que, la cadena de valor para este caso está compuesta por los siguientes procesos:

- ✚ **Procesos Estratégicos:** Este proceso implica realizar un análisis e inventario de los atractivos turísticos que posee el cantón Naranjal, con la finalidad de explotar los sitios más llamativos mediante las estrategias de marketing más adecuadas, que logren captar al mercado.
- ✚ **Proceso Operativo:** Este proceso refleja todas las actividades que el turista desarrollará mientras se encuentre en el cantón Naranjal y por ende representa todos los ingresos económicos que tendrá la comunidad de este sector con estas visitas, a través de actividades turísticas, hoteleras y de comercio.
- ✚ **Proceso de Apoyo:** Este proceso se basa en la gestión de los recursos financieros que se logre recaudar a través de donaciones por parte de entidades públicas y/o privadas; también en la adecuada gestión de los recursos naturales e integridad cultural, los cuales dependen de la comunicación, educación ambiental y participación de los habitantes y turistas en la conservación de los ecosistemas, lo que dará como resultado un uso racional y desarrollo sustentable de los recursos naturales que existen en la zona.

Figura 6: La cadena de valor de la propuesta



Fuente y Elaboración: Autora

5.2. Objetivos

5.2.1. Objetivo General

Incrementar la actividad turística en el cantón Naranjal, a través de la promoción de los atractivos que posee el sector, con la finalidad de lograr un desarrollo económico y social de la comunidad de la zona.

5.2.2. Objetivos Específicos

1. Planificar y poner en marcha una campaña de comunicación ambiental que impulse a los habitantes y turistas a conservar los ecosistemas del sector, mediante el uso racional y sustentable de sus atractivos naturales.
2. Establecer un plan de trabajo que se encuentre respaldado por el municipio del cantón Naranjal, con la finalidad de que no interfiera con sus proyectos u obras en la zona.
3. Conseguir donaciones y aportaciones que sirvan para financiar el proyecto y así lograr promocionar los atributos turísticos del cantón Naranjal.

5.3. Beneficios de la Propuesta

Los beneficios que lleva consigo la propuesta son:

- ✚ Mayor involucramiento de entidades gubernamentales como la Municipalidad del cantón Naranjal, Prefectura del Guayas, Ministerio de Turismo y demás organismos relacionados.
- ✚ Mejoramiento de la infraestructura local y fomentación de un sentido de pertenencia y rescate de identidad por parte de los habitantes del cantón Naranjal.
- ✚ Los turistas que visiten el cantón Naranjal podrán conocer la cultura y costumbres de las comunidades que conforman el sitio.

- Los habitantes del cantón Naranjal tendrán mayores ingresos económicos, debido a la afluencia de turistas que asistirán a visitar los atractivos que posee el sector.
- Los turistas podrán practicar diversas clases de turismo en el mismo lugar, teniendo experiencias en agroturismo, ecología, cultura, entre otros.

5.4. Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo que se encargará de poner en marcha este proyecto, se encuentra conformado por:



Figura 7: Equipo de Trabajo
Fuente y Elaboración: Autora

A continuación se describen las funciones que tendrá el equipo de trabajo:

Líder del Proyecto

El líder del proyecto se encargará de lo siguiente:

- ✚ Hacer convenios con empresas públicas o privadas, con la finalidad de auspiciar ciertos eventos para promocionar los atractivos que posee el cantón Naranjal.
- ✚ Organizar programas y actividades que tengan como finalidad obtener recaudaciones para financiar la publicidad y promoción que se le de al cantón Naranjal.
- ✚ Aprobar presupuestos y la asignación de fondos necesarios para su realización.
- ✚ Crear programas de educación ambiental, los mismos que involucren a los habitantes y turistas que visiten el sector.

Tesorería

La Tesorería está compuesta por un líder y un asistente, los mismos que deberán cumplir con las siguientes funciones:

- ✚ Administrar los recursos financieros para alcanzar los objetivos del proyecto.
- ✚ Realizar las respectivas recaudaciones, en el horario asignado por el donante, con la finalidad de no ocasionar molestias.
- ✚ Presentar periódicamente los reportes económicos al director del proyecto, con la finalidad de que este se mantenga al tanto de la situación financiera que existe.

Marketing y Publicidad

La parte de Marketing y Publicidad tendrá a su cargo el mayor peso en el desenvolvimiento del proyecto, ya que de ellos depende el éxito que se logre con las estrategias implementadas para promocionar los atractivos del cantón Naranjal. Un líder y un asistente trabajarán en esta área, los cuales desempeñarán las siguientes funciones:

- ✚ Obtener, procesar y organizar la información sobre el mercado turístico.
- ✚ Diseñar e implementar estrategias, planes de Marketing y de desarrollo de los diversos atractivos que posee el cantón Naranjal.
- ✚ Conocimiento de las fortalezas y debilidades de las distintas modalidades de comunicación para poder desplegar estrategias que integren diferentes medios.
- ✚ Introducir las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, con el objetivo de incrementar la demanda turística en el sector.

5.5. Plan de Marketing

5.5.1. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

La marca es lo que le da el valor real a una compañía o proyecto que se desee poner en marcha, y para entender este concepto hay que tener muy claro que la marca no es un logo, ni un nombre, sino que es el reflejo de una pasión auténtica y del trabajo de los emprendedores que la sustentan, por consiguiente una compañía o proyecto sin marca se constituye como una persona sin alma.

La valoración de la marca diseñada por Young Rubicam “BAV” (Brand Asset Valuator) mide las marcas en 4 aspectos claves. Esta medición muestra tendencias globales de las marcas y permite concluir como se crea y construye, o se pierde el valor capital de la marca a nivel de consumidor.

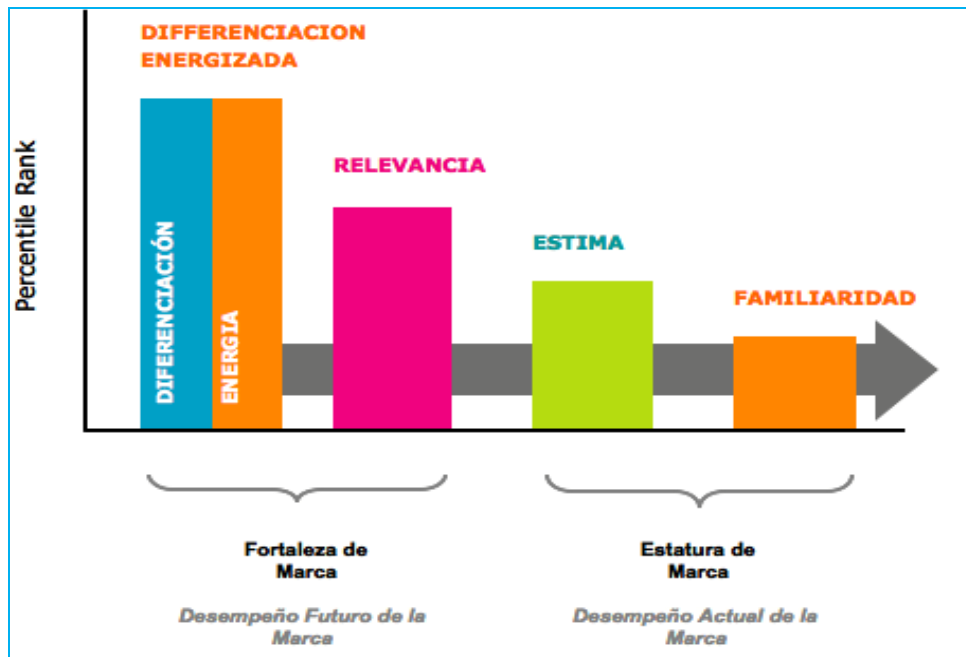


Figura 8: Valoración del Activo de la Marca

Fuente: BrandAsset Valuator®

- ✚ **Diferenciación Energizada.-** Es el valor agregado y la razón de ser de la marca, aquello que la hace distintiva para el consumidor en relación a los demás, lo que para este caso es despertar el interés por la cultura tanto en los mismos guayaquileños como en los turistas a nivel nacional e internacional.
- ✚ **Relevancia.-** Identifica la importancia de la marca de acuerdo al estilo de vida, gustos y necesidades de las personas. El proyecto que se propone posee un alto grado de relevancia, ya que se constituye muy llamativo para los turistas y al mismo tiempo de gran impacto económico para la comunidad del cantón Naranjal.
- ✚ **Estima.-** Se relaciona con la manera en que la marca cumple con las promesas que le ha hecho al consumidor, por lo que aquí está en juego la reputación y el prestigio de la misma. Teniendo conocimiento de esto, antes de seleccionar los lugares a ser promocionados, se debe hacer una previa observación directa y evaluación de los mismos con la finalidad de que no haya ningún tipo de inconvenientes o contratiempos al momento de que el turista realice su visita al sitio.

- ✚ **Familiaridad.-** Representa el conocimiento íntimo de la marca, la empatía que ésta puede generar en el segmento objetivo.

El nombre y marca que se ha diseñado para llevar a cabo la promoción turística del cantón Naranjal es:



Figura 9: Logotipo y Slogan con que se promocionará Naranjal

Fuente y Elaboración: Autora

Mediante este logotipo y slogan presentados, se refleja lo que es Naranjal, un lugar donde se puede practicar distintas clases de turismos, los mismos que involucran un encuentro con la naturaleza en medio de un clima agradable, fresco y placentero.

5.5.2. Estrategias de Marketing Mix

✚ **Estrategias de Precio**

El precio es un elemento que causa un impacto directo sobre todas las personas que decidan adquirir cualquier tipo de producto, sin embargo en algunas ocasiones se puede observar que existen otros factores que también impulsan al cliente a decidirse al momento de la compra de un producto o contratación de un servicio, tales como la calidad, la confiabilidad, la durabilidad, entre otros; a pesar

de todo esto el precio siempre seguirá jugando un papel trascendental, debido a que por medio de este los clientes medirán su grado de asequibilidad en relación a los precios que dicho producto les ofrece.

El precio del uso de los recursos naturales y los servicios turísticos-hoteleros que se proporcionan en el cantón Naranjal, no pueden ser regulados por los organizadores del proyecto de promoción turística; no obstante, se recomendará a los dueños o directivos de estos negocios tomar en consideración algunas estrategias referentes al precio de los productos o servicios que ofrecen, con la finalidad de que todos los que conforman el sector turístico trabajen de manera coordinada y consciente, conociendo de antemano que el propósito de todo esto es incrementar la demanda turística en el sector, lo cual será beneficioso para todos los que integran el cantón Naranjal.

Entre las estrategias que se recomendarán tenemos:

- ✚ Fijación de precios psicológica, donde puede utilizarse una terminación impar, lo que da la sensación de precio rebajado.
- ✚ Fijación de precios por debajo o a la misma altura del nivel competitivo (identificando como competencia a los atractivos turísticos que poseen otros cantones o ciudades de la provincia del Guayas).
- ✚ Seleccionar el precio final teniendo en cuenta todos los factores internos y externos involucrados.

✚ **Estrategias de Producto**

Los productos turísticos que posee el cantón Naranjal son muchos; sin embargo, pueden ser clasificados de la siguiente manera:

- ✚ Recursos: naturales, históricos, culturales y agrónomos.
- ✚ Servicios: restaurantes, hosterías, medios de transporte, vías de acceso, etc.

Entre las estrategias que se pondrán en práctica en este ámbito, se pueden mencionar:

- ✚ Organizar eventos de responsabilidad social y ambiental, cuyos participantes sean los habitantes y turistas que visiten el cantón.
- ✚ Darle valor agregado al conjunto de productos turísticos mediante la coordinación de festejos y actividades que tengan como propósito la conservación de las tradiciones y cultura del cantón Naranjal, y preservación de los recursos naturales que posee el sector.
- ✚ Proveer de seguridad al turista nacional o extranjero en cada una de las visitas a los diferentes atractivos turísticos del cantón Naranjal.
- ✚ Entregar dípticos informativos de los lugares y platos típicos del cantón, con la finalidad de que los turistas conozcan más a fondo la cultura y comunidad del sitio.

✚ Estrategias de Promoción

La promoción consiste exclusivamente en comunicar y dar a conocer al mercado meta la existencia del producto turístico, para lo cual es necesario persuadir y motivar a los clientes para que se decidan a elegir el cantón Naranjal como su lugar de destino.

Entre las estrategias que se pondrán en práctica en este ámbito, se pueden mencionar:

- ✚ Se harán volantes para ser repartidas en los peajes cercanos al cantón Naranjal y sobre todo en el terminal terrestre de la ciudad de Guayaquil.
- ✚ Se harán banners publicitarios para ser colocados en los lugares que servirán como intermediarios (Agencias de viaje, cooperativas de transporte interprovincial y operadoras turísticas).
- ✚ Crear un sitio web y fans page en las redes sociales, para que las personas que visiten el sitio en internet puedan tener información y apreciación de los atractivos turísticos que posee el cantón Naranjal.

🚩 Estrategias de Plaza

La estrategia de plaza que se ha decidido utilizar en este proyecto es la de tipo selectiva; es decir, al principio se promocionará el producto turístico tan solo en la ciudad de Guayaquil, para lo cual se solicitará el apoyo de ciertas operadoras turísticas, agencias de viajes o cooperativas de transportes interprovinciales. Cabe recalcar que los canales de comercialización serán directos (a través de la página web) o indirectos (a través de intermediarios). A continuación se presenta una descripción de los canales de comercialización del producto turístico:



Figura 10: Canal Indirecto

Fuente y Elaboración: Autora



Figura 11: Canal Directo

Fuente y Elaboración: Autora

5.6. Evaluación Económica

5.6.1. Inversión Inicial

En el siguiente apartado se presenta un presupuesto de Marketing de Lanzamiento para promover el turismo en el cantón Naranjal. La inversión de activos fijos sería para adecuar la Oficina de Promoción Turística del Proyecto "Naranjal, Agricultura, Ecología, Cultura y más en un mismo Lugar" donde trabajará el coordinador o líder del proyecto y sus asistentes. Los gastos de activos diferidos, corresponden a la base legal del proyecto enmarcándose en los lineamientos que exigen las entidades, siendo constituida como una organización sin fines de lucro la cual se beneficiará con las contribuciones de las empresas públicas o privadas que actuarán como patrocinadores; de esta forma la inversión inicial asciende a \$ 20,158.60

PRESUPUESTO DE MARKETING DE LANZAMIENTO

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
6	Elaboración de banners publicitarios para exposiciones en puntos de información	\$ 560,00	\$ 3.360,00
3	Elaboración e instalación de vallas publicitarias (1.20 cm x 1.80 cm)	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00
1	Compra de dominio y diseño de página web	\$ 1.065,00	\$ 1.065,00
1	Diseño y elaboración de fans page	\$ 300,00	\$ 300,00
2	Anuncio en diario El Universo, sección "La Revista" 1/8 de pagina (2 domingos consecutivos)	\$ 1.440,00	\$ 2.880,00
1	Apertura de una cuenta de hosting para anuncio en Internet (Ascomsa & Google)	\$ 29,00	\$ 29,00
2	Cuñas publicitarias en vivo a través de los programas "El Club de la mañana" y "De casa en casa"	\$ 650,00	\$ 1.300,00
1	Cuña publicitaria de 20 segundos por radio "Fuego" (1 diaria durante 1 mes)	\$ 850,00	\$ 850,00
6000	Volantes en blanco y negro	\$ 0,10	\$ 600,00
100	Dípticos Informativos a colores	\$ 5,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 14.484,00

RESUMEN DE LA INVERSION	
CAPITAL DE TRABAJO (Ver Anexo 8)	\$ 14,484.00
ACTIVOS FIJOS	\$ 3,142.00
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 700.00
IMPREVISTOS 10%	\$ 1,832.60
INVERSION TOTAL DEL PROYECTO	\$ 20,158.60

Fuente y Elaboración: Autora

5.6.2. Financiamiento de la Inversión

Para efectos de financiamiento del proyecto, se pedirá apoyo a las empresas publicas como Municipio de Naranjal, Ministerio de Turismo y/o empresas privadas que deseen auspiciar el proyecto, sean estos restaurantes, hoteles, empresas de telecomunicaciones y demás establecimientos comerciales que quieran verse involucrados en el proyecto en calidad de auspiciantes y promover el desarrollo económico y social del cantón. Por ello en el escenario actual, se estima una participación equitativa del 50% financiado por la empresa privada y 50% por la empresa pública.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
ENTIDAD	APORTACION	PARTICIPACION
EMPRESA PRIVADA	\$ 10,079.30	50.00%
EMPRESA PUBLICA	\$ 10,079.30	50.00%
TOTAL	\$ 20,158.60	100.00%

Fuente y Elaboración: Autora

5.6.3. Presupuesto de Operación

En relación a los gastos de marketing (Ver Anexo) se describen aquellas actividades posterior a la campaña de lanzamiento, que servirá para transmitir en los meses siguientes el conocimiento del proyecto, mediante reportajes de atractivos turísticos, hoteles, restaurantes que los turistas pueden visitar durante la estadía en el cantón. Se proyecta un incremento de 5% en los gastos a partir del segundo periodo, como efecto del índice de inflación anual.

Presupuesto de Gastos de Marketing

<i>Presupuesto Marketing durante los primeros 5 años</i>	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Publicidad EL UNIVERSO	\$ 12,312.00	\$ 12,927.60	\$ 13,573.98	\$ 14,252.68	\$ 14,965.31
Difusión de los servicios turísticos	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 729.30
Difusion en Redes Sociales	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
Difusion en google	\$ 5,400.00	\$ 5,670.00	\$ 5,953.50	\$ 6,251.18	\$ 6,563.73
TOTAL	\$ 19,512.00	\$ 20,487.60	\$ 21,511.98	\$ 22,587.58	\$ 23,716.96

Fuente y Elaboración: Autora

Presupuesto de Gastos de Operación

DETALLE	MENSUAL	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Honorarios Profesionales	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00	\$ 15,120.00	\$ 15,876.00	\$ 16,669.80	\$ 17,503.29
Servicios Basicos-Oficina de Promocion	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 2,520.00	\$ 2,646.00	\$ 2,778.30	\$ 2,917.22
Alquiler- Oficina de Promocion	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 5,040.00	\$ 5,292.00	\$ 5,556.60	\$ 5,834.43
Suministros de Oficina	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 729.30
Suministros de Aseo	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 396.90	\$ 416.75	\$ 437.58
Movilizaciones y viaticos	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
TOTAL	\$ 1,980.00	\$ 23,760.00	\$ 24,948.00	\$ 26,195.40	\$ 27,505.17	\$ 28,880.43

Fuente y Elaboración: Autora

5.6.4. Presupuesto de Ingresos

Las estadísticas del INEC muestran las cifras de ingresos por servicios de Alojamiento y Restaurantes en la Provincia del Guayas conformada por más de 3 millones de habitantes, de manera que para obtener una cifra más específica de los ingresos que se generan en Naranjal por este concepto se sacó un porcentaje del número de habitantes que presentan a Naranjal en relación al total de la provincia (1.89%) y el resultado fue el siguiente: (Ver Anexo 6)

Ingresos Estimados por concepto de Turismo en Naranjal

CANTON NARANJAL							
69,012	1.89%						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	VAR
INGRESOS	\$ 1,393,733.65	\$ 1,542,740.40	\$ 1,616,445.37	\$ 1,768,807.64	\$ 2,017,731.81	\$ 2,113,934.80	0.516742319
VARIACION		10.69%	4.78%	9.43%	14.07%	4.77%	8.75%

Fuente y Elaboración: Autora

Obtenido los ingresos estimados por concepto de alojamiento y restaurantes (turismo) en Naranjal, se establece que la variación anual es de 8.75% entre un periodo a otro y el ingreso promedio normal durante la estadística presenta (2002-2005) es de aprox. \$ 1.742.232. Para lo cual se hicieron 3 escenarios de la forma en que este ingreso se incrementaría a través de la canalización de turistas a este sector considerando lo siguiente: Conservador: 3% de crecimiento adicional del total de ingresos normales. Optimista: 3.5% de crecimiento adicional del total de ingresos normales. Pesimista: Se asume que el plan de promoción genera un incremento en los ingresos normales de apenas 2.5%.

5.6.5. Análisis de Escenarios (Ver Anexo 7)

5.6.5.1. Escenario Conservador

FLUJO DE CAJA- ESCENARIO CONSERVADOR						
PERIODOS	0	1	2	3	4	5
<u>Ingresos anuales:</u>						
Ingresos por turismo normal		\$ 1,894,626.59	\$ 2,060,350.94	\$ 2,240,571.32	\$ 2,436,555.71	\$ 2,649,682.99
Ingresos proyectados		\$ 1,951,465.39	\$ 2,122,161.47	\$ 2,307,788.46	\$ 2,509,652.38	\$ 2,729,173.48
Crecimiento Neto Esperado		\$ 56,838.80	\$ 61,810.53	\$ 67,217.14	\$ 73,096.67	\$ 79,490.49
<u>Costos y Gastos:</u>						
Gastos de Publicidad y Marketing		\$ 19,512.00	\$ 20,487.60	\$ 21,511.98	\$ 22,587.58	\$ 23,716.96
Gastos de Operación		\$ 23,760.00	\$ 24,948.00	\$ 26,195.40	\$ 27,505.17	\$ 28,880.43
TOTAL		\$ 43,272.00	\$ 45,435.60	\$ 47,707.38	\$ 50,092.75	\$ 52,597.39
FLUJO OPERATIVO		\$ 13,566.80	\$ 16,374.93	\$ 19,509.76	\$ 23,003.92	\$ 26,893.10
<u>Inversiones</u>						
Activos Fijos:	\$	(3,142.00)				
Gastos de Pre-operativos:	\$	(700.00)				
Capital de Trabajo	\$	(16,316.60)				
FLUJO NETO	\$	(20,158.60)	\$ 13,566.80	\$ 16,374.93	\$ 19,509.76	\$ 23,003.92
						\$ 26,893.10

Fuente y Elaboración: Autora

5.6.5.2. Escenario Optimista

FLUJO DE CAJA- ESCENARIO OPTIMISTA												
PERIODOS	0	1	2	3	4	5						
<i>Ingresos anuales:</i>												
Ingresos por turismo normal	\$	1,894,626.59	\$	2,060,350.94	\$	2,240,571.32	\$	2,436,555.71	\$	2,649,682.99		
Ingresos proyectados	\$	1,960,938.52	\$	2,132,463.22	\$	2,318,991.32	\$	2,521,835.16	\$	2,742,421.89		
Crecimiento Neto Esperado	\$	66,311.93	\$	72,112.28	\$	78,420.00	\$	85,279.45	\$	92,738.90		
<i>Costos y Gastos:</i>												
Gastos de Publicidad y Marketing	\$	19,512.00	\$	20,487.60	\$	21,511.98	\$	22,587.58	\$	23,716.96		
Gastos de Operación	\$	23,760.00	\$	24,948.00	\$	26,195.40	\$	27,505.17	\$	28,880.43		
TOTAL	\$	43,272.00	\$	45,435.60	\$	47,707.38	\$	50,092.75	\$	52,597.39		
FLUJO OPERATIVO	\$	23,039.93	\$	26,676.68	\$	30,712.62	\$	35,186.70	\$	40,141.52		
<i>Inversiones</i>												
Activos Fijos:	\$	(3,142.00)										
Gastos de Pre-operativos:	\$	(700.00)										
Capital de Trabajo	\$	(16,316.60)										
FLUJO NETO	\$	(20,158.60)	\$	23,039.93	\$	26,676.68	\$	30,712.62	\$	35,186.70	\$	40,141.52

Fuente y Elaboración: Autora

5.6.5.3. Escenario Pesimista

FLUJO DE CAJA- ESCENARIO PESIMISTA												
PERIODOS	0	1	2	3	4	5						
<u>Ingresos anuales:</u>												
Ingresos por turismo normal	\$	1,894,626.59	\$	2,060,350.94	\$	2,240,571.32	\$	2,436,555.71	\$	2,649,682.99		
Ingresos proyectados	\$	1,941,992.25	\$	2,111,859.71	\$	2,296,585.60	\$	2,497,469.60	\$	2,715,925.06		
Crecimiento Neto Esperado	\$	47,365.66	\$	51,508.77	\$	56,014.28	\$	60,913.89	\$	66,242.07		
<u>Costos y Gastos:</u>												
Gastos de Publicidad y Marketing	\$	19,512.00	\$	20,487.60	\$	21,511.98	\$	22,587.58	\$	23,716.96		
Gastos de Operación	\$	23,760.00	\$	24,948.00	\$	26,195.40	\$	27,505.17	\$	28,880.43		
TOTAL	\$	43,272.00	\$	45,435.60	\$	47,707.38	\$	50,092.75	\$	52,597.39		
FLUJO OPERATIVO	\$	4,093.66	\$	6,073.17	\$	8,306.90	\$	10,821.14	\$	13,644.69		
<u>Inversiones</u>												
Activos Fijos:	\$	(3,142.00)										
Gastos de Pre-operativos:	\$	(700.00)										
Capital de Trabajo	\$	(16,316.60)										
FLUJO NETO	\$	(20,158.60)	\$	4,093.66	\$	6,073.17	\$	8,306.90	\$	10,821.14	\$	13,644.69

Fuente y Elaboración: Autora

5.6.6. Interpretación de Escenarios

Los resultados obtenidos en los flujos de caja, para los tres escenarios determinan la factibilidad del proyecto, puesto en que cada uno de ellos se observa una TIR positiva y por encima de la expectativa mínima de retorno (TMAR), de igual manera la relación beneficio/costo muestra cifras alentadoras, a continuación los escenarios se describen de la siguiente manera:

CONSERVADOR	
TMAR:	12.00%
TIR:	77.56%
VAN:	\$43,548.70
Relación B/C	2.16

Fuente y Elaboración: Autora

En un escenario conservador, el proyecto sería factible ya que la TIR sería 77.56% y además la relación beneficio/costo es 2.16, lo que significa que por cada dólar invertido, el proyecto recupera 1.16 dólares adicionales.

OPTIMISTA	
TMAR:	12.00%
TIR:	125.69%
VAN:	\$79,177.72
Relación B/C	3.93

Fuente y Elaboración: Autora

En un escenario optimista, el proyecto sería muy atractivo ya que la TIR sería 125.69% y además la relación beneficio/costo es 3.93, lo que significa que por cada dólar invertido, el proyecto recupera 2.93 dólares adicionales.

PESIMISTA	
TMAR:	12.00%
TIR:	25.31%
VAN:	\$7,919.68
Relación B/C	0.39

Fuente y Elaboración: Autora

Finalmente, en un escenario pesimista, el proyecto sigue siendo rentable ya que la TIR sería 25.31%; pero la relación beneficio/costo establece que la inversión no generaría réditos adicionales para la comunidad porque por cada dólar invertido apenas se han recuperado 0.39 centavos, lo cual no es muy alentador. Sin embargo, vale destacar que la TIR es mayor a la expectativa mínima de retorno y el VAN es positivo y mayor a cero, lo cual significa que financieramente el proyecto sí es rentable.

5.7. Análisis de Impactos

5.7.1. Impacto Socio-Económico de la Propuesta

El turismo en la actualidad es una de las actividades económicas más rentables, pues a lo largo del tiempo se ha comprobado que este es uno de los sectores que mayores ingresos deja alrededor del mundo y Ecuador no es la excepción pues según datos del Ministerio de Turismo, en el país se ha registrado un incremento de los ingresos de divisas por concepto de turismo entre 2002 y 2008 aproximadamente del 6.24% anual, tomando como base 2002 donde el ingreso por turismo fue de \$ 596 millones de dólares y en 2008 esta cifra alcanzó su más alto nivel ubicándose en \$ 766 millones de dólares, tal como se presenta a continuación:

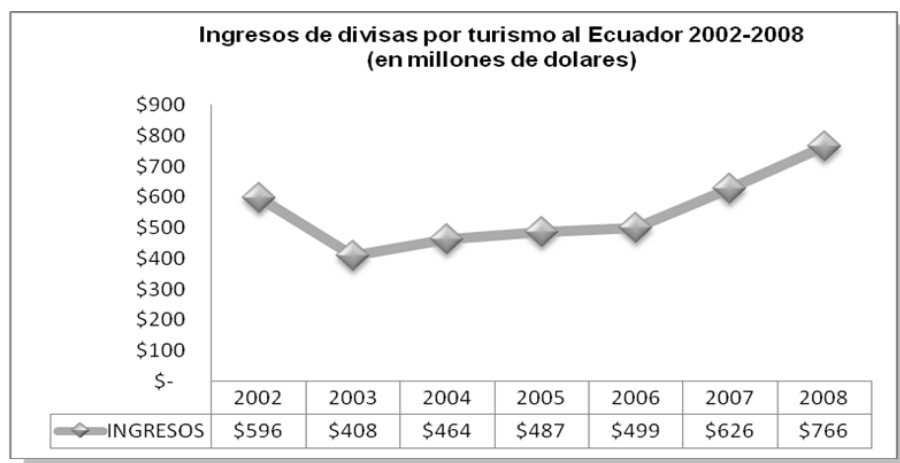


Gráfico 16: Ingresos de divisas por concepto de turismo (2002-2008)

Fuente: Ministerio de Turismo, 2009

Elaboración: Autora

Por lo cual, para que el proyecto de promoción turística del cantón Naranjal pueda tener un impacto positivo en el ámbito económico, es necesario tomar en cuenta algunos indicadores cualitativos, como son:

- ✚ **Procesos:** cambios de eficiencia en las empresas individuales y en el sistema (Buena atención al cliente, seguridad en los sitios de esparcimiento y recreación).
- ✚ **Productos:** cambios llamativos en cuanto a variedad, calidad y precio de los productos turísticos y hoteleros que se ofrecen en el cantón.
- ✚ **Posición competitiva:** cambios en la participación de la cadena de valor en el mercado (determinados segmentos del mercado); cambios en la variedad y valores de ventas de los productos y servicios de la cadena.

Posterior a esto se debe realizar el respectivo monitoreo y evaluación de los resultados obtenidos mediante la primera campaña de promoción turística del cantón Naranjal, para lo cual, es necesario con anterioridad haberse fijado metas y objetivos, los mismos que serán medidos bajo los criterios que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 6: Monitoreo y Evaluación

MONITOREO DE LOS RESULTADOS (Si estamos en el camino correcto)	EVALUACION DEL IMPACTO (Si hemos llegado al destino deseado)
Mide productos y servicios turísticos proporcionados.	Mide resultados e impactos.
Relaciona la responsabilidad del proyecto.	Relaciona la efectividad del proyecto.
Critico de las actividades.	Atribuye resultados e impactos al proyecto.
¿Qué dirección tomar?	Comparar el antes y después de la implementación del proyecto de promoción turística.
¿Aun estamos en el camino correcto o debemos cambiar de estrategias?	

Fuente y Elaboración: Autora

Dicho monitoreo y evaluación se resume en lo siguiente:

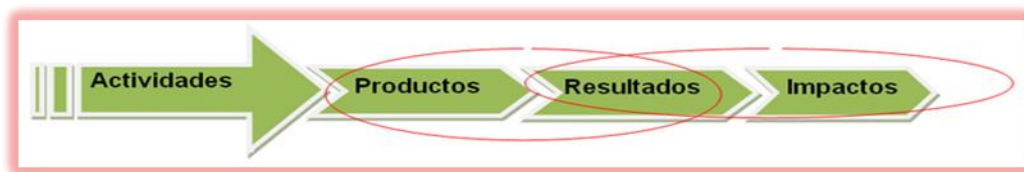


Figura 12: Monitoreo y Evaluación

Fuente y Elaboración: Autora

A continuación se presenta un diseño de cómo será medido el impacto socio-económico de la promoción turística del cantón Naranjal:

Tabla 7: Diseño de la Medición del Impacto Socio-Económico

Áreas de Monitoreo	¿Qué se hace?	¿Dónde y cómo se mide?
Actividades	Medir el nivel de avance de las actividades definidas en la estrategia.	Participación conjunta de hoteleros, operadores turísticos y demás servicios y productos que ofrezca el sector turístico de Naranjal.
Resultados	Medir el nivel de avance en función a los objetivos establecidos durante la implementación de las estrategias de promoción de los atractivos del sector.	Número de contratos firmados con operadoras turísticas, agencias de viaje y cooperativas de transporte interprovincial de la ciudad de Guayaquil.
Impactos	Medir los beneficios de la implementación de la estrategia de competitividad sobre los actores de la cadena de valor y sobre los criterios sociales y de pobreza.	Aumento de los ingresos en el sector turístico del cantón Naranjal. Aumento de la creación de microempresas vinculadas al turismo.
Entorno	Observar y medir si los cambios en el entorno favorecen o desfavorecen el logro de los objetivos de la estrategia.	Cambios en las cifras ocupacionales y modalidades de contratación en ecoturismo, agroturismo, etc.

Fuente y Elaboración: Autora

5.7.2. Impacto Ambiental de la Propuesta

Es imprescindible tener en cuenta que todas las actividades turísticas que se lleven a cabo en el cantón Naranjal causarán efectos en el medio ambiente, tal como se detalla a continuación:

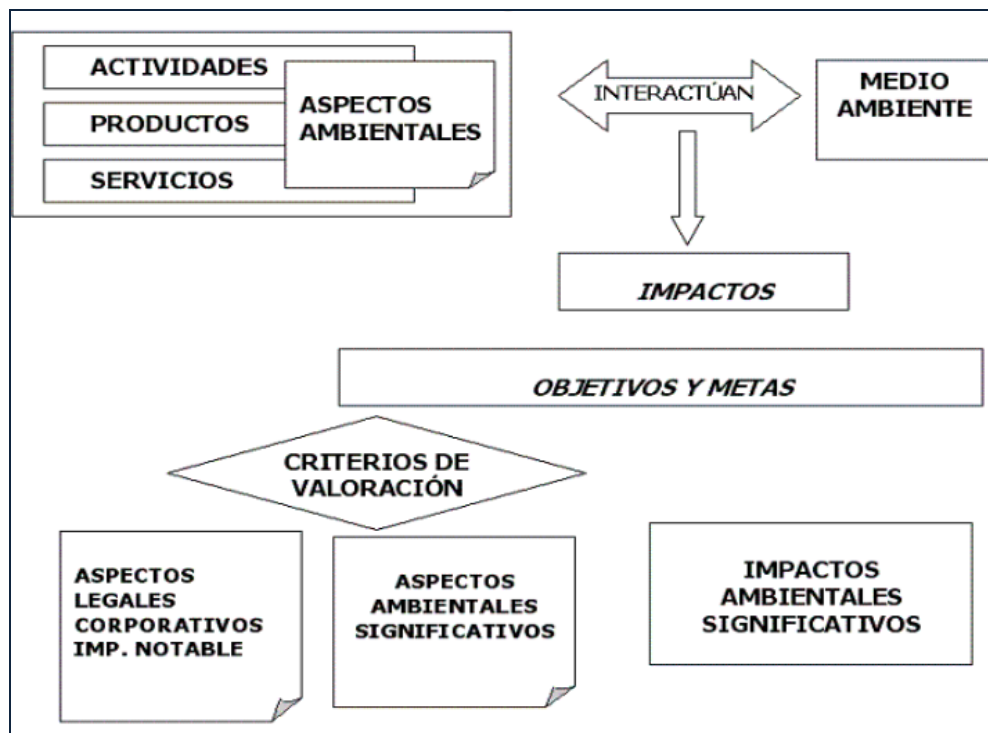


Figura 13: Efectos de las actividades turísticas

Fuente: Ministerio de Turismo de Ecuador

El impacto que causan estas actividades puede ser de diferente tipo de nivel, tal como se describe posteriormente:

Tabla 8: Actividades de Impacto medio-ambiental

ACTIVIDAD	DESCRIPCION DEL ASPECTO	IMPACTO	NIVEL
Venta de productos con envases de plástico y vidrio	Generación de residuos no peligrosos	Contaminación del suelo y agua	Medio
Iluminación y funcionamiento de sitios de entretenimiento o descanso.	Consumo de energía eléctrica	Uso de recursos naturales renovables	Alto
Limpieza de locales de comidas y demás sitios turísticos	Uso de sustancias químicas	Contaminación del suelo	Medio
Realización de actividades turísticas ecológicas y rurales	Uso de los ecosistemas	Uso de recursos naturales renovables	Alto

Fuente y Elaboración: Autora

Con la finalidad de disminuir el impacto en la realización de estas actividades, se ha decidido tomar las siguientes medidas de control:

Tabla 9: Medidas de Control Ambiental

ACTIVIDAD	MEDIDAS DE CONTROL
Venta de productos con envases de plástico y vidrio	Se hará una campaña de reciclaje a nivel masivo y se colocarán contenedores especiales para reciclar los envases plásticos, vidrios, cartón, etc.
Iluminación y funcionamiento de sitios de entretenimiento o descanso.	Se procurará al máximo en todos los establecimientos vinculados al sector turístico-hotelerero aprovechar la luz natural en el día y en la noche se utilizarán preferentemente lámparas de bajo consumo para la iluminación de las instalaciones en las áreas que se requieran.
Limpieza de locales de comidas y demás sitios turísticos	Incentivar a los habitantes y turistas del sector a mantener las zonas de esparcimiento y turismo limpias, prevaleciendo en todo momento la pulcritud y el aseo.
Realización de actividades turísticas ecológicas y rurales	Ubicar guías y personas voluntarias en diversos puntos estratégicos de los atractivos ecológicos, con el propósito de que vigilen el buen uso de los recursos naturales.

Fuente y Elaboración: Autora

Es importante también destacar que existen impactos medioambientales positivos asociados con la actividad turística a desarrollarse en el cantón Naranjal, entre los cuales se pueden mencionar:

- ✚ Mayor cuidado medioambiental por parte de la comunidad del cantón.
- ✚ Beneficio por la regeneración de espacios naturales, rurales y urbanos, a causa de la afluencia turística.
- ✚ Conservación de ecosistemas naturales, edificios, atractivos y lugares históricos.
- ✚ Conformación de áreas protegidas (espacios protegidos, parques naturales, etc.).

CONCLUSIONES

A lo largo de la investigación es posible determinar, que el turismo es una actividad que ayuda a dinamizar la economía del sector donde se desarrolle, por tanto, la idea de promover el turismo del cantón Naranjal surge como una alternativa que impulse el desarrollo del sector en el aspecto económico y social, principalmente, tomando en cuenta que para muchos ecuatorianos son desconocidos los atractivos turísticos que tiene este cantón.

Previo al planteamiento de la propuesta, el análisis de la situación actual permitió establecer que la gente ignora los lugares que pueden desarrollarse como iconos del turismo naranjaleño, debido a la falta de promoción y planes de integración entre la empresa Pública y Privada que de forma efectiva diseñen una estrategia que fomente el turismo local y ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector. Para esto, vale destacar que en Naranjal, los sitios de mayor potencial turístico son: la Reserva Manglares Churute, la Hacienda Jambelí, el Centro Shuar de Aguas Termales y el Camino Real del Inca donde se pueden realizar diversas actividades de sano esparcimiento.

Bajo este concepto, se diseñó una investigación de campo, en la cual se determinó que el "agroturismo" y "ecoturismo" son las modalidades de turismo que mayor interés captan a la ciudadanía, principalmente de edades entre los 21 y 50 años. Asimismo, el presupuesto estimado de gastos por la mayoría de encuestados oscilaría entre \$ 51.00 y \$ 100.00, con una frecuencia de viaje de al menos cada seis meses, siempre y cuando la distancia del atractivo no se encuentra a más de 2 horas.

Finalmente, se planteó una propuesta basada en una campaña de promoción turística del cantón Naranjal hacia los ciudadanos guayaquileños, quienes serían el mercado potencial, y los resultados fueron alentadores, pues la evaluación económica del proyecto determinó su factibilidad en los 3 escenarios propuestos (conservador, optimista y pesimista), generado principalmente por el mayor flujo de divisas que se recibirían por concepto de turismo.

RECOMENDACIONES

Para efectos de una correcta gestión del proyecto, es recomendable seguir algunas de las siguientes acciones:

1. Integrar a comunidades aledañas a Naranjal para diversificar la oferta turista del sector y a su vez generar divisas en dichas zonas; de esta manera se comparte el ingreso de divisas entre varias comunidades y se promueve un desarrollo económico y social de mayor impacto.
2. Es importante que las personas que atienden a los turistas, cuenten con un curso de atención al cliente o relaciones públicas para saber orientarlos al momento de acudir al sector para la realización de alguna actividad turística o evento social.
3. El apoyo del Municipio de Naranjal y la empresa privada juega un rol fundamental, pues son ellos quienes financiarían la obra, a su vez se verían beneficiados también por el incremento de turistas, esto genera mayor ingresos de divisas para los negocios locales y a su vez mayor recaudación de impuestos para el Municipio, que lo puede destinar para la ejecución de obras, arreglo de vías de acceso que se encuentren en mal estado, adecuación de áreas verdes, regeneración urbana, entre otras obras que mejoren la calidad de vida de los moradores.
4. Finalmente, se recomienda que la difusión del plan de promoción sea monitoreada constantemente para garantizar el cumplimiento de los objetivos trazados y así tomar los correctivos respectivos en caso de que no se estén alcanzado los pronósticos establecidos en los escenarios conservador, optimista o pesimista.

BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, R. (2002). Turismo sostenible. España: IEPALA.
- Bernal, C.A. (2006). *Metodología de la investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Editorial Pearson Educación.
- Coria, L.G.: (2008). La gestión local del desarrollo, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2008a/344/
- Díaz, V. (2009). *Análisis de datos de encuesta*. Editorial UOC.
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Argentina: Brujas.
- Grande, I., Abascal, E. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gutiérrez, J. (2007). (Coord.). La investigación social del turismo. España: Thomson Editores Spain.
- Iracheta, A. (1997). Planeación y desarrollo una visión de futuro. México: Plaza y Valdés.
- Levin, R., Rubin, D. (1996). *Estadística para administradores*. Prentice-Hall Hispanoamericana.
- María, N. (2002). Análisis de Competitividad de la Cadena Agroalimentaria de la Leche y sus Derivados en el Ecuador, en el Circuito de Queserías Rurales, para el periodo 1990-2001. Quito
- Millán, M. (1999). El turismo rural en la planificación económica de la región de Murcia. España: Escuela universitaria de turismo.
- Palafox, A. (2005). Teoría y praxis. México
- Porto, N. (1999). El turismo como Alternativa de Crecimiento. La Plata. www.depeco.econo.unlp.edu.ar
- Quesada, R. (2007). Elementos del Turismo. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Perú: IICA: PRODAR.

- Rodríguez, G., & Martínez, F. (Coord.). (2009). Nuevos retos para el turismo. España: Gesbiblo, S. L.
- Roman, F., & Ciccolella, M. (2009). Turismo rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectiva. Argentina: VCR Impresores S.A.
- Rosa, H., Kandel, S., & Dimas, L. (Coord.). (1999-2003). Compensación por servicios ambientales y comunidades rurales. Lecciones de las Américas y temas críticos para fortalecer estrategias comunitarias. México: Prisma.
- Secretaria de Turismo de México (2006). Comportamientos, avances y perspectivas del turismo en México. México: Fondo de Cultura Económica.
- Silva, I. (2003). Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Spiegel, M. (1991). *Variable compleja*. Mc Graw Hill.
- Valencia, H. (2002). (Coord.). Municipios Rurales y Gestión Local Participativa en Zonas de Montaña. Ecuador
- Viñals, M. (2002). Turismo en espacios naturales y rurales II. España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Wrowther, W. Introducción a la Investigación-Acción para la evaluación de problemas y soluciones administrativas.

ANEXOS

ANEXO 1. CUESTIONARIO DE PREGUNTAS: ENCUESTA

Sexo:

Masculino _____

Femenino _____

Edad:

Menos de 20 años _____

Entre 21 a 30 años _____

Entre 31 a 40 años _____

Entre 41 a 50 años _____

Entre 51 a 60 años _____

Más de 60 años _____

1. ¿Ha visitado usted el cantón Naranjal?

Si _____

No _____

2. ¿Qué tipo de turismo o que actividades le llaman más la atención para realizar en el cantón Naranjal?

Caminatas _____

Visitas a la comunidad Shuar _____

Agroturismo _____

Otros _____

Ecoturismo _____

3. ¿Cuánto tiempo está dispuesto a viajar para llegar a un destino turístico natural y diferente?

Menos de 1 hora _____

1 hora _____

Una hora y media _____

Dos horas _____

Más de dos horas _____

4. ¿Qué lugares de los que se mencionan a continuación le gustaría visitar en Naranjal?

Reserva Ecológica Manglares Churute _____

Hacienda Jambelí _____

Centro Shuar de Aguas Termales _____

Camino Real del Inca _____

5. Cuando viaja fuera de la ciudad, ¿qué actividades prefiere realizar?

Caminata por la ciudad _____ Visitar lugares reconocidos _____

Ir a los restaurantes _____ Visitar museos _____

Ir a la iglesia _____ Otra _____

6. ¿Con qué frecuencia realiza turismo?

Una vez al mes _____ Cada 15 días _____

Dos veces al mes _____ Trimestral _____

Semestral _____ Una vez al año _____

7. Cuando sale de la ciudad, ¿Cuánto dinero destina para gastos?

Menos de \$ 20 _____ Entre \$21 a \$ 50 _____

Entre \$ 51 a \$ 100 _____ Más de \$ 100 _____

8. ¿Qué factores inciden al momento de decidir visitar el cantón Naranjal?

Buen estado de las carreteras _____

Existencia de lugares de hospedaje acogedores _____

Variedad de lugares turísticos _____

Seguridad policial _____

Otros factores _____

9. Cuando viaja lo hace...

Solo _____ Con amigos _____

Con su pareja _____ Con familia _____

10. ¿En qué época prefiere viajar?

Vacaciones _____ Feriados _____

Fines de semana _____ Otra _____

ANEXO 2. CUESTIONARIO DE PREGUNTAS: FOCUS GROUP

1. ¿Qué opinan acerca de la actividad turística que hay actualmente en el cantón Naranjal?

2. ¿Consideran que se deben realizar acciones que ayuden a incrementar la actividad turística en el cantón Naranjal? ¿Qué tipo de acciones podrían ser estas?

3. ¿Creen ustedes que el estado en que se encuentren las vías de acceso primarias y secundarias del cantón Naranjal, influyen mucho en que los turistas elijan este lugar para pasar sus vacaciones?

4. ¿Creen que el cantón Naranjal necesita de mayor promoción turística por parte del Ministerio de Turismo?

5. ¿Consideran ustedes necesaria la implementación de un plan de mejoramiento turístico para el cantón Naranjal?

Fuente y Elaboración: Autora

ANEXO 3. PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	Sillon Ejecutivo	\$ 175.00	\$ 350.00
1	Escritorio Modular Ejecutivo	\$ 320.00	\$ 320.00
1	Escritorio de Trabajo con cajon	\$ 250.00	\$ 250.00
2	Sillas de visita	\$ 45.00	\$ 90.00
1	Archivador credenza	\$ 210.00	\$ 210.00
1	Estanteria	\$ 120.00	\$ 120.00
	<u>EQUIPOS DE COMPUTACION</u>		
2	Computador Portatil HP	\$ 700.00	\$ 1,400.00
1	Impresora Multifunción	\$ 125.00	\$ 125.00
	<u>SUMINISTROS DE OFICINA</u>		
2	Resmas de Hojas A4	\$ 5.00	\$ 10.00
2	Cartuchos de Impresoras	\$ 45.00	\$ 90.00
2	Boligrafos	\$ 0.25	\$ 0.50
2	Tablero para hacer encuentras	\$ 1.25	\$ 2.50
2	Perforadoras	\$ 3.50	\$ 7.00
2	Calculadoras	\$ 8.50	\$ 17.00
2	Telefonos	\$ 25.00	\$ 50.00
1	Accesorios de decoracion	\$ 100.00	\$ 100.00
	TOTAL		\$ 3,142.00

Fuente y Elaboración: Autora

ANEXO 4. PRESUPUESTO DE GASTOS PRE-OPERACIONALES

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Constitucion legal del Centro de Promocion	\$ 500.00	\$ 500.00
1	Gastos de adecuacion e instalacion	\$ 200.00	\$ 200.00
	TOTAL		\$ 700.00

Fuente y Elaboración: Autora

ANEXO 5. PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING

Presupuesto Marketing durante los primeros 5 años	Meses de Aplicación				
	Valor	Valor bruto	Descuento	Valor Total	
Publicidad EL UNIVERSO	\$ 4,320.00	\$ 12,960.00	\$ 648.00	\$ 12,312.00	
Difusión de los servicios turísticos	\$ 150.00	\$ 600.00	\$ -	\$ 600.00	
Difusión en Redes Sociales	\$ 300.00	\$ 1,200.00	\$ -	\$ 1,200.00	
Difusión en google	\$ 450.00	\$ 5,400.00	\$ -	\$ 5,400.00	
Total Presupuesto				\$ 19,512.00	

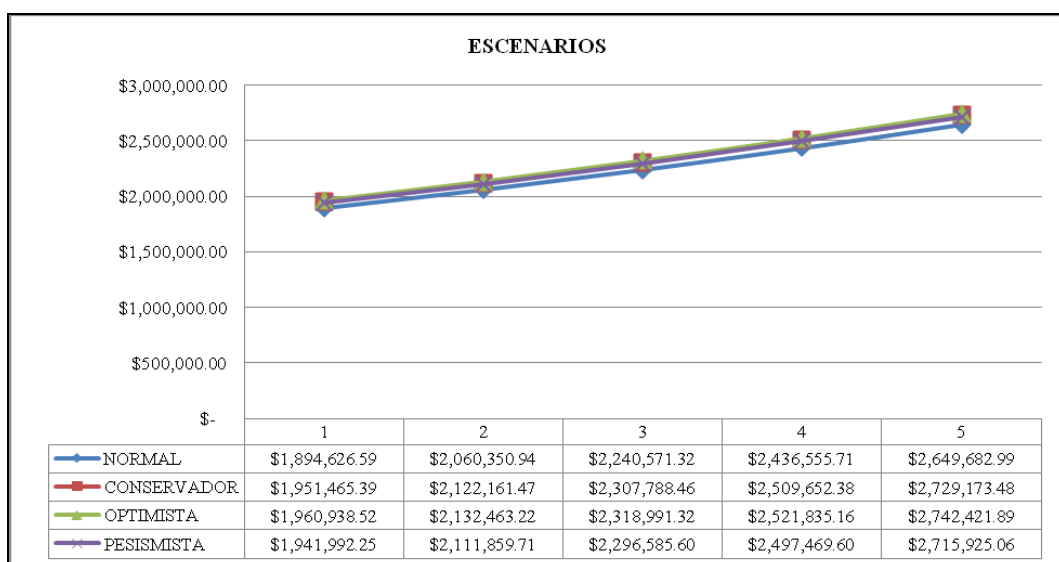
Fuente y Elaboración: Autora

ANEXO 6. INGRESOS ESTIMADOS SEGUN LOS ESCENARIOS

	INGRESO PROM.	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
NORMAL	\$ 1,742,232.28	\$ 1,894,626.59	\$ 2,060,350.94	\$ 2,240,571.32	\$ 2,436,555.71	\$ 2,649,682.99
ESCENARIO 1	\$ 1,742,232.28	\$ 1,951,465.39	\$ 2,122,161.47	\$ 2,307,788.46	\$ 2,509,652.38	\$ 2,729,173.48
ESCENARIO 2	\$ 1,742,232.28	\$ 1,960,938.52	\$ 2,132,463.22	\$ 2,318,991.32	\$ 2,521,835.16	\$ 2,742,421.89
ESCENARIO 3	\$ 1,742,232.28	\$ 1,941,992.25	\$ 2,111,859.71	\$ 2,296,585.60	\$ 2,497,469.60	\$ 2,715,925.06

Fuente y Elaboración: Autora

ANEXO 7. DEFINICIÓN GRÁFICA DE ESCENARIOS



Fuente y Elaboración: Autora

ANEXO 8. CAPITAL DE TRABAJO

PRESUPUESTO DE MARKETING DE LANZAMIENTO

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
6	Elaboración de banners publicitarios para exposiciones en puntos de informacion	\$ 560,00	\$ 3.360,00
3	Elaboración e instalación de vallas publicitarias (1.20 cm x 1.80 cm)	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00
1	Compra de dominio y diseño de página web	\$ 1.065,00	\$ 1.065,00
1	Diseño y elaboración de fans page	\$ 300,00	\$ 300,00
2	Anuncio en diario El Universo, sección “La Revista” 1/8 de pagina (2 domingos consecutivos)	\$ 1.440,00	\$ 2.880,00
1	Apertura de una cuenta de hosting para anuncio en Internet (Ascomsa & Google)	\$ 29,00	\$ 29,00
2	Cuñas publicitarias en vivo a través de los programas “El Club de la mañana” y “De casa en casa”	\$ 650,00	\$ 1.300,00
1	Cuña publicitaria de 20 segundos por radio “Fuego” (1 diaria durante 1 mes)	\$ 850,00	\$ 850,00
6000	Volantes en blanco y negro	\$ 0,10	\$ 600,00
100	Dípticos Informativos a colores	\$ 5,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 14.484,00

ANEXO 9. Tabla de Sexo de los Encuestados

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
MASCULINO	235	61.20%
FEMENINO	149	38.80%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 10. Tabla de Edad de los Encuestados

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
MENOS DE 20	0	0.00%
21-30	125	32.55%
31-40	202	52.60%
41-50	57	14.84%
51-60	0	0.00%
MAS DE 60	0	0.00%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 11. Tabla de las Visitas a Naranjal

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	264	68.75%
NO	120	31.25%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 12. Tabla del Tipo de Turismo y Actividades realizadas en Naranjal

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
CAMINATAS	62	16.15%
AGROTURISMO	115	29.95%
ECOTURISMO	178	46.35%
COM. SHUAR	29	7.55%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 13. Tabla de Disposición para Viajar a un destino Diferente

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
MENOS DE 1 HORA	0	0.00%
1 HORA	0	0.00%
1.5 HORAS	120	31.25%
2 HORAS	264	68.75%
MAS DE 2 HORAS	0	0.00%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 14. Tabla de los Lugares para visitar en Naranjal

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
CHURUTE	127	33.07%
H. JAMBELI	128	33.33%
AGUAS TERMALES	53	13.80%
CAMINO DEL INCA	76	19.79%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 15. Tabla de las Actividades de Preferencia

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
CAMINATAS POR LA CIUDAD	14	3.65%
VISITA RESTAURANTES	88	22.92%
VISITA IGLESIAS	28	7.29%
LUGARES RECONOCIDOS	130	33.85%
VISITA MUSEOS	124	32.29%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 16. Tabla de las Frecuencias con que se realiza el Turismo

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
1 VEZ AL MES	0	0.00%
CADA 15 DIAS	31	8.07%
2 VECES AL MES	27	7.03%
TRIMESTRAL	0	0.00%
SEMESTRAL	246	64.06%
1 VEZ AL AÑO	80	20.83%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 17. Tabla de las Frecuencias con que se realiza el Turismo

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
MENOS DE \$ 20	0	0.00%
\$ 21- \$ 50	62	16.15%
\$ 51 - \$ 100	230	59.90%
MAS DE \$ 100	92	23.96%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 18. Tabla de los Factores que inciden para visitar Naranjal

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
ESTADO DE CARRETERAS	31	8.07%
HOSPEDAJE ACOGEDOR	133	34.64%
LUGARES TURISTICOS	149	38.80%
SEGURIDAD POLICIAL	71	18.49%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 19. Tabla ¿Con qué personas viajas?

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SOLO	58	15.10%
PAREJA	91	23.70%
AMIGOS	58	15.10%
FAMILIA	177	46.09%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora

ANEXO 20. Tabla de la Época de preferencia para viajar

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
VACACIONES	115	29.95%
FINES DE SEMANA	0	0.00%
FERIADOS	269	70.05%
TOTAL	384	100.00%

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)

Elaboración: Autora