



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

TEMA:

**Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas
Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas**

AUTORES:

**Briones Mera, Viviana Leonor
Carranza Paredes, Melissa Leonor**

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

TUTORA:

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Viviana Leonor Briones Mera** y **Melissa Leonor Carranza Paredes** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Viviana Leonor Briones Mera

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA

Viviana Leonor Briones Mera



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Melissa Leonor Carranza Paredes

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA

Melissa Leonor Carranza Paredes



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Melissa Leonor Carranza Paredes

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA:

Melissa Leonor Carranza Paredes



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Viviana Leonor Briones Mera

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA:

Viviana Leonor Briones Mera



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

Certificación de Anti plagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas** presentado por las estudiantes Briones Mera Viviana Leonor y Carranza Paredes Melissa Leonor, fue enviado al Sistema Anti plagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT - Briones Mera y Carranza Paredes.docx (D21648627)
Presentado	2016-09-07 12:25 (-05:00)
Presentado por	caritoscsr@hotmail.com
Recibido	shirley.segura.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	TT-Briones Mera y Carranza Paredes Mostrar el mensaje completo
	1% de esta aprox. 33 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

AGRADECIMIENTO

A Dios por sobre todas las cosas, por prestarme vida hasta esta instancia, donde he cumplido una de las más grandes metas de mi vida, por la fortaleza y guía que diariamente le pedí para mantenerme en pie y no flaquear ante el gran mundo universitario; por las personas que puso y mantiene en mi vida.

A mis dos mamás, *Ángela Mera Bravo*, el ser que me concedió la vida, quien lucha a diario por mi bienestar, mi compañera de vida, de caminos, mi ángel, tu nombre lo representa, gracias por las palabras de apoyo y sobre todo por tus cuidados y tu amor. A la mamá que la vida me dio como una hermana, *Katty Mera Bravo*, por velar por mí como una madre por su hijo, por darme siempre las oportunidades de prosperar en todos los ámbitos de mi vida, por tu esfuerzo y sacrificio, por esas noches de desvelo junto a mí y por el temple para corregir y enseñar, gracias por tu paciencia y amor de hermana. A mi sobrina-ñaña, Jennifer Giler, por tu atención en los momentos en que te necesité, por tus consejos y por tu ocurrencias. Para ustedes estas palabras son escasas pero mi agradecimiento infinito.

A mi papá, Edison Briones, te quiero con el mismo corazón de cuando niña. A mi hermano Carlos que lo echo de menos siempre, mis sobrinos que me colman de alegría, a mi abuelita Blanquita por su compañía en mis horas de estudio, por sus conversaciones adorables, sus historias y sabios consejos del más bello ser que supo formar una grandiosa familia junto a mi recordado y adorado abuelito Ramón Mera, no hay día en que tu recuerdo o la mirada de algún abuelo me haga olvidar de ti.

A quienes hicieron mi vida universitaria una travesía de incontables momentos de risas, peleas como es normal, pero nunca perdieron su valor en mí, Stephany Apolo, mi amiga casi hermana, la incondicional, te quiero infinito *perrillis*; Verónica Maulén *beetch* y sus consejos cual mamá de los pollitos, Romina Escudero *romino*, Daniela Aguilar *danno*, Carmen Fernández *gordis*, Graciela Aspiazu *chelenske* y Katherine Goya *pollo*. Nunca olvidaré las salidas masivas del aula, las llamadas de atención por las risas incontrolables justo en las clases, los apodos, los recesos infinitos y las conversaciones únicas durante largos ratos cuando nos juntábamos. Las recordaré por siempre.

Agradezco a una persona que me acompañó durante toda mi carrera universitaria, apoyándome en los momentos más difíciles y en los más satisfactorios de la misma, me brindaste de tu tiempo y ayuda en lo que te fue posible, fuiste participe de mis locuras universitarias, del tiempo que disponíamos para recuperar las asistencias por faltas, las risas sin motivo alguno y un sinnúmero de historias. Gracias por todo,
RPMN.

A mis primas y primos que siempre estuvieron pendientes de mi progreso académico y alegrándose con sus locuras, a mi tía Anita y demás tíos.

A mis amigos cercanos, ustedes saben quiénes merecen este espacio y compartieron conmigo cada momento.

Todos ustedes son la esencia que complementa mi existencia.

A mi tutora, Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs., por su paciencia y atención perenne sobre nuestro proyecto.

Y a mis guías universitarios, supe ganarme su aprecio y respeto, jamás olvidaré sus conocimientos impartidos: Miss Elsie, Mariela, Aline, Vanessa, Nadia y Laura; Míster Said, Medina y Guzmán.

Viviana Buiones Mera

DEDICATORIA

A quienes aunque el tiempo y las personas pasen, siempre permanecerán a mi lado:
mamá, hermana y sobrina, este logro es por y para ustedes.

Papá, hermano, abuelos.

Con ustedes lo tengo todo.

Sempiterno

Viviana Bionnes Mera

AGRADECIMIENTO

En primer lugar debo darle gracias a nuestro Dios Padre por haberme brindado esta oportunidad de emprender una carrera universitaria y por ser el pilar fundamental en mi vida poder llegar hasta aquí.

A mis padres, Walter Guillermo Carranza Minan y Juana Rosa Oviedo Paredes, quienes incondicionalmente me han apoyado en todo el trascurso de mi carrera universitaria y siempre estuvieron a mi lado con su amor incondicional.

Agradezco de todo corazón a cada uno de mis compañeros, amigos que compartieron conmigo corto y largo tiempo de estudio y supieron brindarme su amistad y apoyo incondicional en todo lo largo de la carrera, y por ello quiero que se sepan que los quiero mucho y siempre los llevare en mi corazón.

Agradecerle a mi compañero, amigo y novio Mauricio García Vera que hoy en la actualidad es mi amado esposo por haber compartido algunos años de la carrera pero brindándome la oportunidad de poder haber culminado mi carrera con el dándole la gracias por formar parte de esta dura etapa.

A mis 3 hermosas hermanas que supieron apoyarme y no tirar la toalla en la mitad de la carrera y en mi embarazo, mostrándome que este lindo regalo no es, ni será, ni fue un obstáculo en mi vida profesional.

Agradezco a todos los profesores y maestros por brindarme su apoyo, confianza, sabiduría .Por enseñarme algo nuevo para saberlo emplear en mi vida Cotidiana.

Agradezco Denisse Barreto, Dialys Pacheco, Mariuxi Cruz, Gabriela Cali, Jorge Ortega, por haberme brindado de su tiempo para el desarrollo de mi proyecto de Titulación.

Finalmente agradezco de todo corazón a mi tutora, Shirley Segura, por haberme brindado su mayor apoyo y su paciencia incondicional durante todo el proceso de titulación para su culminación.

Melissa Leonor Carranza Paredes

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Titulación a mis padres quienes han sido personas ejemplares para mí y haberme dado la mejor educación en toda mi etapa estudiantil.

Le dedico este triunfo y logro a mi Abuelito Juan Carranza que ya no está entre nosotros pero siempre me apoyaba desde el cielo, a quien le pedí que me dé de fuerza, ánimo y paciencia para terminar este logro.

Gracias a ellos soy una profesional, y esto va para ustedes.

GRACIAS, los amo.

Melissa Leonor Carranza Paredes



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.
TUTORA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA

Ing. Said Diez Farhat, Mgs.
OPONENTE



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

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Briones Mera Viviana Leonor	
Carranza Paredes Melissa Leonor	

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

Índice General

Introducción.....	1
Planteamiento del Problema	2
Justificación del tema	2
Objetivos	2
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	3
CAPÍTULO I.....	4
Marco Teórico-Conceptual	4
Teoría del tiempo libre.....	4
Teoría de los polos de crecimiento.....	4
Teoría del desarrollo	5
Teoría del desarrollo local y económico	5
Turismo y desarrollo local	5
Turismo y desarrollo económico.....	6
Teoría de la lealtad en el turismo	6
Marco Conceptual.....	6
Turismo	6
Potencial Turístico	6
Las actividades y recursos turísticos	7
Especie de la actividad.....	8
Naturaleza de la actividad.....	8
Estructura de la actividad.....	8
Atractivos turísticos	8
Producto Turístico	8
Espacio geográfico y turístico.....	9
Destino turístico y sus componentes	9
Servicios Turísticos	9
Infraestructura.....	10

Equipamiento e instalaciones.....	10
Oferta Turística.....	10
Demanda Turística.....	10
Unidad Turística	11
Ecoturismo y Turismo de naturaleza.....	11
Turismo Comunitario.....	12
Turismo de sol y playa.....	12
Marco Referencial	15
Marco Legal	16
Ley de Turismo.....	16
Marco Metodológico	18
Enfoque cuantitativo.....	18
Enfoque cualitativo.....	19
Método deductivo	19
Tipos de investigación	19
Investigación de campo	19
Investigación Documental	19
Investigación descriptiva	19
Investigación Exploratoria.....	19
Técnicas de investigación.....	20
CAPÍTULO II.....	21
ESTUDIO DE MERCADO	21
Análisis de la situación actual de las comunas de Bellavista y Cauchiche 2016	21
Localización y acceso a la Isla Puná	21
Económico.....	21
Población.....	22
Socio Cultural	23
Tecnológico	23
Ambiental	23

Diagnóstico de las condiciones actuales de la Comuna Bellavista	24
Estructura Administrativa de la comuna	24
Locación Geográfica.....	24
Vía de Acceso	24
Población y economía.....	25
Servicios básicos y tecnología	26
Infraestructura.....	27
Diagnóstico de las condiciones actuales de la Comuna Cauchiche	29
Estructura Administrativa de la comuna	29
Locación Geográfica.....	29
Vía de Acceso	30
Población y economía.....	31
Servicios básicos y tecnología	32
Infraestructura.....	33
Diseño de la investigación	36
Población de estudio	36
Muestra.....	36
Muestra Probabilística	36
Técnicas de recopilación de información.....	38
Presentación de resultados	38
CAPÍTULO III	55
PROPUESTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	55
Mercado Objetivo de desarrollo de Servicios Turístico	55
Beneficiarios directos	55
Beneficiarios indirectos	55
Justificación de la Propuesta.....	56
Objetivo de la Propuesta.....	56
Objetivo General.....	56
Objetivos Específicos	56

PROPUESTA	61
Análisis FODA	70
Paquetes Turísticos.....	71
CAPITULO IV	74
Conclusiones	742
Recomendaciones	94
Listado de Referencias	
APÉNDICE	

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Actividades turísticas y recreacionales</i>	8
Tabla 2. <i>Estrategia de promoción de B&C Tours</i>	64
Tabla 3. <i>Opción 1 del Full Day en Puná</i>	65
Tabla 4. <i>Opción 2 del Full Day en Puná</i>	65
Tabla 5. <i>Paquete Sol y Luna en Puná</i>	67
Tabla 6. <i>Balance Inicial</i>	74
Tabla 7. <i>Inversión Inicial</i>	75
Tabla 8. <i>Depreciación Tangible</i>	76
Tabla 9. <i>Amortización Intangible</i>	76
Tabla 10. <i>Detalle 1 de sueldos para el primer año</i>	77
Tabla 11. <i>Detalle 2 de sueldos para el primer año</i>	77
Tabla 12. <i>Detalle 1 de sueldos para el segundo año</i>	78
Tabla 13. <i>Detalles 2 de sueldos para el segundo año</i>	78
Tabla 14. <i>Detalles de sueldos a cinco años</i>	79
Tabla 15. <i>Amortización del préstamo</i>	79
Tabla 16. <i>Tabla de Amortización mensual</i>	80
Tabla 17. <i>Proyección de precios paquetes 1 opc.1</i>	81
Tabla 18. <i>Proyección de precios paquete 1 opc.2</i>	81
Tabla 19. <i>Proyección de precios paquete 2</i>	81
Tabla 20. <i>Proyección de cantidades paquete 1 opc.1</i>	82
Tabla 21. <i>Proyección de cantidades paquete 1 opc.2</i>	82
Tabla 22. <i>Proyección de cantidades paquetes 2</i>	82
Tabla 23. <i>Ingreso por ventas paquete 1opc.1</i>	83
Tabla 24. <i>Ingresos por ventas paquete 1 opc.2</i>	83
Tabla 25. <i>Ingreso por ventas paquetes 2</i>	83

Tabla 26. <i>Ingreso global por paquetes turísticos</i>	84
Tabla 27. <i>Gastos de publicidad</i>	84
Tabla 28. <i>Gastos en servicios básicos</i>	84
Tabla 29. <i>Gastos en suministros de oficina</i>	84
Tabla 30. <i>Gastos en materiales limpieza</i>	85
Tabla 31. <i>Detalle 1 de gastos administrativos</i>	85
Tabla 32. <i>Detalle 2 de gastos administrativos</i>	85
Tabla 33. <i>Detalle de gastos de publicidad</i>	86
Tabla 34. <i>Detalle de gastos financieros</i>	86
Tabla 35. <i>Resumen de gastos</i>	86
Tabla 36. <i>Costos de operación</i>	87
Tabla 37. <i>Pérdidas y ganancias</i>	87
Tabla 38. <i>Flujo de caja anual</i>	88
Tabla 39. <i>Balance general de activos</i>	89
Tabla 40. <i>Balance general de pasivos y patrimonios</i>	89
Tabla 41. <i>Evaluación del proyecto</i>	90
Tabla 42. <i>Evaluación financiera</i>	90
Tabla 43. <i>Análisis de rentabilidad del proyecto</i>	90
Tabla 44. <i>Escenarios</i>	91

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Diagrama de productos turísticos.....	9
<i>Figura 2.</i> Ecuación del destino turístico	9
<i>Figura 3.</i> Letrero de bienvenida.....	21
<i>Figura 4.</i> Puente icónico de Bellavista	24
<i>Figura 5.</i> Desembarcadero Bellavista.....	25
<i>Figura 6.</i> Condición actual de las riberas de Puná.....	26
<i>Figura 7.</i> Cabañas existentes de Bellavista.....	27
<i>Figura 8.</i> Eco-campamento Catoir.....	28
<i>Figura 9.</i> Espacio para realizar fútbol y vóley de playa	28
<i>Figura 10.</i> Letrero de bienvenida a Cauchiche	29
<i>Figura 11.</i> Vía alterna de acceso a Cauchiche.....	30
<i>Figura 12.</i> Casa Comunal Cauchiche	31
<i>Figura 13.</i> Zona de encuentro comunal	33
<i>Figura 14.</i> Seguro Social Campesino	34
<i>Figura 15.</i> Hostería Cauchiche	34
<i>Figura 16.</i> Puente peatonal de Cauchiche.....	35
<i>Figura 17.</i> Comedores de la Hostería	36
<i>Figura 18.</i> Porcentaje de edad de los encuestados.....	38
<i>Figura 19.</i> Porcentaje de personas de acuerdo al género.....	39
<i>Figura 20.</i> Porcentaje del tipo de personas sondeadas	39
<i>Figura 21.</i> Porcentaje sobre la procedencia de personas sondeadas.....	40
<i>Figura 22.</i> Porcentaje de conocimiento sobre la Isla Puná.....	40
<i>Figura 23.</i> Porcentaje sobre los medios de conocimiento de la Isla Puná.....	41
<i>Figura 24.</i> Porcentaje de preferencia sobre las actividades al aire libre.....	42
<i>Figura 25.</i> Porcentaje de actividades preferidas por el turista.....	42

<i>Figura 26.</i> Porcentaje de precio acorde para el turista.....	43
<i>Figura 27.</i> Porcentaje de época del año preferido por el turista	44
<i>Figura 28.</i> Porcentaje de evaluación sobre el alojamiento	44
<i>Figura 29.</i> Porcentaje de evaluación sobre la gastronomía	45
<i>Figura 30.</i> Porcentaje de evaluación sobre el transporte	46
<i>Figura 31.</i> Porcentaje de evaluación sobre el esparcimiento.....	47
<i>Figura 32.</i> Porcentaje sobre la compañía de preferencia para el turista	48
<i>Figura 33.</i> Porcentaje de medios informativos convenientes para el turista	48
<i>Figura 34.</i> Macro Localización.....	57
<i>Figura 35.</i> Micro Localización	58
<i>Figura 36.</i> Slogan de la operadora turística	58
<i>Figura 37.</i> Distribución del espacio de la operadora turística	59
<i>Figura 38.</i> Área de recepción y entrada a la operadora turística	60
<i>Figura 39.</i> Segunda perspectiva de la entrada y los ambientes de trabajo.....	60
<i>Figura 40.</i> Organigrama funcional de la operadora turística.....	63

Resumen

El proyecto se basa en la propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná, mediante la implementación de una operadora turística en la ciudad de Guayaquil con el objetivo de fomentar y establecer el turismo de dichas comunas, ligando la prestación de servicios como operadores de turismo con los servicios turísticos ya establecidos en las comunas, desarrollando paquetes que sean satisfactorios y cómodos para el turista. Para llegar a este objetivo se realizó una salida de campo en la Isla Puná donde se realizaron varios análisis previos al diseño de las actividades en los paquetes a proponer, tales como un estudio del entorno de ambas comunas, el diagnóstico de las condiciones actuales de las mismas, inventario de las instalaciones y equipamiento, servicios básicos y recomendaciones para el turista.

El estudio se realizó a través de encuestas y entrevistas, aplicando la metodología de enfoque mixto, bajo el método deductivo. Por ello, los habitantes se beneficiarían con un ingreso económico, generando la motivación por el desarrollo permanente del turismo en ambas comunas.

El proyecto cuenta con una inversión inicial de \$79.183,21. En la evaluación sobre la factibilidad financiera con una tasa de descuento del 12%, genera un VAN de \$46.423,36 lo cual manifiesta que el proyecto es viable ya que el monto es superior a \$1 dólar, y la TIR del 34% que es sobresaliente en relación a la tasa de descuento, lo cual indica que el proyecto es rentable y se recuperará la inversión a los 2 años y 8 meses aproximadamente.

Palabras Clave: Comunas, Implementación, Operadora turística, Servicios Turísticos, Paquetes Turísticos.

Abstract

The project is based on the proposed development of tourist services in the Bellavista and Cauchiche Communes of Puná Island by implementing a tour operator in the city of Guayaquil with the aim of promoting and establishing tourism of these communes, linking the provision services such as tourism operators with the tourism services established in the districts, developing packages that are satisfactory and comfortable for tourists. To reach this goal we make a field trip in Puná Island with several pre-design activities packages to propose, such as a study of the environment both communes analyzes were performed, the diagnosis of current conditions of them, inventory of facilities and equipment, basic services and recommendations for tourists.

The study was conducted through surveys and interviews, applying the mixed methodology and under the deductive method. Therefore, residents would benefit from an income, obtaining a positive improvement in their quality of life, creating motivation for the continued development of tourism in both communities.

The initial investment of the project is \$ 79.183,21. In evaluating of the financial feasibility with a discount rate of 12% generates a NPV of \$46.423,36 which states that the project is viable because the amount exceeds \$ 1 dollar, and IRR of 34% which is outstanding in relation to the discount rate, indicating that the project is profitable and investment will recovered at 4 years.

Key words: Communes, implementation, tour operator, tourism services, packages.

Introducción

Ecuador es un país mega diverso en el cual las actividades turísticas constituyen uno de los rubros más importantes en la oferta de servicios, es una fuente de ingresos de divisas superada únicamente por la exportación del petróleo y del banano. Con un gran atractivo turístico la Isla Puná constituye un destino muy hermoso que pertenece a la provincia del Guayas, siendo la isla más grande del golfo de Guayaquil que cuenta con sus atractivos naturales, las playas y paisajes, servicios de alojamiento y comidas, y actividades deportivas y recreacionales. Sin embargo, existe un abanico de posibilidades de implementación o mejora de servicios que harían de la estancia en la isla una experiencia superior.

El presente proyecto pretende dar a conocer la situación actual en la que se encuentra el sector turístico de la comuna Cauchiche de la Isla Puná, reconociendo que la actividad se ejecuta de diversas áreas, sectores y especialidades lo que hace que sea multifuncional al sector. Por ende, es preciso determinar en qué condiciones se encuentra su oferta para corregir o implementar servicios para el desarrollo de las actividades turísticas que generen la satisfacción al visitante y se beneficie a la comunidad local.

En el primer capítulo se detalla la fundamentación teórica, conceptual, referencial, legal y metodológica donde se introducirá a los temas base para la posterior comprensión de los siguientes capítulos. En el segundo capítulo se analiza la situación actual de cada comuna, desde su estructura administrativa hasta su oferta turística, como objeto de conocimiento de lo que cada una posee y carece, a su vez, se realizan recomendaciones básicas para el turista tanto, antes y al momento de efectuarse su visita a Bellavista y Cauchiche, para el posterior análisis de los posibles productos turísticos a implementar. En el capítulo tres se presenta la propuesta del proyecto con su precio, análisis, beneficio hacia la comuna y quienes se encargarán de la administración del mismo.

Por último, el capítulo cuatro, abarca el análisis financiero que determinará los ingresos y gastos, proyección financiera, evaluación y escenarios del proyecto, así también se presenta un presupuesto de marketing donde se manifestará la publicidad que tendrán los paquetes turísticos con sus respectivos costos.

Planteamiento del Problema

La Comuna de Cauchiche se beneficia de su ubicación cercana a los cantones de Guayaquil, Playas y Posorja, que son los principales destinos promocionados por las entidades provinciales y locales. A pesar, de contar con atractivos naturales como su naturaleza, clima, playas, paisajes e infraestructura, el destino requiere una mejor acomodación de servicios que se oferten de manera atractiva y acorde a las expectativas de los visitantes.

Por tal motivo se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las actividades de preferencia de los turistas que deben comercializarse para fomentar el turismo en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná?

Justificación del tema

En la última década las actividades turísticas en Ecuador se han desarrollado continuamente, el número de turistas que visitan el país ha ayudado al desarrollo de áreas turísticas y a su vez la publicidad que realizan las personas de las comunas generan ingresos para ellos mismos. La Isla Puná es la más grande del Golfo de Guayaquil. Se encuentra ubicada en la misma embocadura del golfo, entre la punta de El Morro y la costa de la provincia de El Oro; Está separada de tierra firme al sureste por el canal de Jambelí y al noroeste por el más estrecho canal de El Morro. La ruta hacia la Isla Puná está en la unión del Océano Pacífico y el Río Guayas. Más adelante se encuentra la Isla de los pájaros donde hay pelicanos, fragata, piqueros patas azules por su gran variedad de especies.

Al ser la tercera isla más grande del país, la Isla Puná se constituye en un importante destino de la provincia del Guayas. Se compone de las comunas Bellavista, Cauchiche, Estero de Boca y Subida Alta, en la cual se desarrolló la presente investigación para las dos primeras comunas ya que se sitúan de cara a la población de Posorja y son los puntos de llegada desde el mencionado lugar, lo cual hace que dichas comunas reciban más turistas que Estero de Boca y Subida Alta.

Este proyecto se considera de primordial importancia ya que su propuesta beneficiará a la comuna porque brinda alternativas que pueden ser ejecutadas por sus habitantes, generando empleo y una fuente de ingresos económicos para la localidad,

representando una oportunidad de mejora hacia los destinos nacionales con futuro interés internacional.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un estudio de mercado mediante el diagnóstico de los servicios turísticos ofertados en las comunidades de Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná para proponer las actividades de preferencia para los turistas y diseñar su forma de comercialización.

Objetivos Específicos

1. Determinar la situación actual de las comunas para definir las posibles áreas para las actividades.
2. Identificar las actividades de preferencia para los turistas.
3. Elaborar la propuesta de una operadora turística que comercialice los servicios turísticos a proponer y evaluar su viabilidad financiera.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Marco Teórico-Conceptual

Teoría del tiempo libre

La teoría del tiempo libre (Aguilar & Incarbone, 2007) se enmarca en la recreación, que es una necesidad humana, para la cual se busca oportunidad y disponibilidad para satisfacerla. Puntualizan que “en los años cincuenta, surge el concepto de recreación, una vez incorporado socialmente el derecho a una mayor disponibilidad de tiempo libre; así se comienza a hablar de una recreación racional”. Para Manzano (2005) “la recreación dirigida como estado de regocijo y esparcimiento no impuesto, pero si motivado y dirigido contribuye a la liberación de tensiones, emociones y energías acumuladas que fomentan el proceso de socialización durante el tiempo libre” (Citado por Calderón, 2009, p. 6).

Pieper (1974) comenta que el ocio es un estado del alma ya que no hace falta pausar las actividades rutinarias del ser humano como la educación, el trabajo, vacaciones o fines de semana, etc., sino que implica mucho la percepción receptiva y contemplación del hombre. El tiempo libre que se destina para el ocio generalmente es en actividades de recreación. De ahí surge la motivación para viajar que representa el estímulo inicial para la puesta en marcha de todo el proceso decisivo posterior. Esta motivación por viajar está sujeta a una jerarquía de necesidades que se dan de manera natural en cada ser humano. Al revisar la jerarquía de necesidades de Maslow (1943), la motivación se origina por una serie de necesidades, entre las cuales se encuentran de manera directa o indirecta atendidas por el sector de turismo:

1. Necesidades fisiológicas: alimento, vestimenta, sed, etc.
2. Seguridad: estar libre del miedo y la ansiedad.
3. Afiliación: realización sentimental y afectiva.
4. Reconocimiento: basados en éxito obtenido y la confianza.
5. Autorrealización: sentirse íntegro

Según dicha teoría, cuando las necesidades más esenciales se complacen, éstas dejan de trascender para el individuo, dando paso a las necesidades del siguiente nivel jerárquico. De acuerdo con la pirámide de Maslow (1943) se cree que las necesidades que se aproximan a la justificación del proyecto son las fisiológicas, de seguridad, reconocimiento y autorrealización ya que todas estas apuntan hacia el beneficio del ser humano y creyendo que una vez obtenida las cuatro necesidades ya

mencionadas se podría alcanzar la realización plena de la necesidad de afiliación y/o pertenencia.

Teoría de los polos de crecimiento

La teoría de los polos de crecimiento formulada por Perroux (1955) y Boudeville (1968) “plantea que las industrias y actividades dinámicas que se aglomeran en un área tiene efectos positivos sobre su *hinterland* (interior de un territorio)” (citado por Núñez & Orozco, 2013, p. 149). Esto da como consecuencia que se generen provechos para la demarcación de los gobiernos generando condiciones que atraigan a industrias rentables para que ejecuten y expandan sus beneficios con el apoyo público.

Esta teoría sustenta los fines del proyecto ya que manifiesta que solo se requiere de la participación de las industrias con las actividades dinámicas que serán dadas por el presente plan, para que las comunas de Cauchiche y Bellavista fluyan, el resto dependerá de los municipios y la sociedad dueña de la propiedad.

Teoría del desarrollo

Según Dos Santos (2002):

La teoría del desarrollo se centró en localizar los obstáculos a la plena implantación de la modernidad y en definir los instrumentos de intervención capaces de alcanzar los resultados deseados en el sentido de aproximar cada sociedad existente a esa sociedad ideal (citado por Núñez & Orozco, 2009, p.9).

Teoría del desarrollo local y económico

De acuerdo con Quintero (2010), esta teoría se gesta entre los años setenta para explicar la inestabilidad política, dando como resultado que el desarrollo local es un conjunto de dinámicas que pretenden el logro de propósitos comunes de todos grupos sociales dentro de un territorio.

Turismo y desarrollo local

Desde hace más de una década y media se empezó a asociar estrechamente el entorno local con el turismo, ya que se entiende que el mismo se basa en composturas internas las cuales son fundamentales para el desarrollo de un espacio. Es decir que para que coexista el desarrollo local debe perpetuarse la participación

social la cual construye y genera medios de subsistencia otorgados por el turismo. (Solari & Pérez, 2005)

Turismo y desarrollo económico

Para entender la posición que toma el turismo en el desarrollo de economías, Brunet (1963) considera que la actividad turística ha sido estimada como la ocupación que se consolida o se ata al resto de actividades que ya sustentan al acrecentamiento económico, por lo que Solari y Pérez (2005) subrayan que “el turismo aparece, entonces, como una actividad agregada a las demás, como un subproducto del desarrollo del capitalismo contemporáneo” (p.50).

Fue para el siglo XX, que los altos ingresos que originaba el tránsito masivo de personas en el ámbito turístico por la restauración, transporte, hotelería, etc., fueran motivo suficiente para considerar al turismo como eje fundamental de la economía y no como un apéndice de la misma.

Teoría de la lealtad en el turismo

Estudios basados en la lealtad del consumidor y del turista (Barroso, Martín & Martín, 2007; Chen & Tsai, 2007; Oppermann, 2000) revelan que “suelen distinguir entre dos tipos de lealtad: una lealtad comportamental, vinculada a la repetición de la compra, y una lealtad actitudinal, vinculada a una actitud favorable hacia el producto o destino” (Citado por Devesa, Laguna & Palacios, 2009, p. 170), lo cual indica que la comportamental refiere del número de veces que se compra o frecuenta un destino y la actitudinal se analiza en la pretensión de volver o sugerir el producto o destino. Analizando esta teoría, amplía el enfoque sobre los métodos de estudio hacia el consumidor exponiendo una visión más clara de los turistas actuales y los que podrían llegar a serlo.

Marco Conceptual

Dentro de este apartado se describen las variables claves del proyecto y sobre las cuales se evalúa la propuesta que se desarrolla.

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) el turismo concibe las actividades que las personas ejecutan durante sus desplazamientos y estancias en sitios diferentes a su entorno usual, por un lapso consecutivo menor a un año, con fines de recreación, negocios, entre otros. Para la Ley de Turismo del Ecuador

(Ministerio de Turismo, 2002) en su artículo 7 alega que el turismo es la acción de todas las actividades asociadas con la flujo de personas hacia espacios distintos al de su residencia común pero sin ánimo de residir en ellos.

Se entiende entonces que el turismo es una actividad que genera movilidad de personas sin finalidad de obtener un lucro económico, que se ejecuta en cualquier lugar fuera de la residencia para pernoctar una noche como mínimo y un máximo de 365 días ya sea por placer, negocios u ocio.

Potencial Turístico

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE, 2001), la palabra potencial posee varias extensiones, la contigua al proyecto es “que puede suceder o existir, en contraposición de lo que existe” (s. p.), en este aspecto se puede comprender como potencial a lo que pudiese crearse o existir en un territorio que posee una aptitud benefactora.

Al respecto, Ritchie y Crouch (2005), señalan dos elementos esenciales para determinar el potencial turístico de un destino:

1. Los recursos y atracciones principales: Fisiografía y clima, cultura e historia, lazos del mercado, mezcla de actividades eventos especiales, entretenimiento, superestructura.
2. Los factores de apoyo y los recursos: La accesibilidad, recursos facilitadores, la hospitalidad, iniciativa y voluntad política (Citado por Covarrubias & Durán, s. f., p. 7).

Las actividades y recursos turísticos

Se entiende por actividad turística a las cosas que el turista desea realizar dentro de su desplazamiento desemejante al habitual, siendo entre estas las actividades de alojamiento, transportación netamente estrecho con el turismo ya sea terrestre, alquiler de vehículos, marítimo, servicios de alimentos, operaciones de agencias de viajes, organizadoras de eventos, salas de juegos, entre otras.

De acuerdo con Leiva (1997), “uno de los factores determinantes para desarrollar actividades turísticas es la existencia de recursos o atractivos turísticos que motiven el interés por viajar” (Citado por Díaz, 2011, p. 18).

Por otro lado se interpreta que los recursos turísticos son aquellos bienes y servicios que, a través de la acción del hombre y de los medios disponibles, hacen admisible la actividad turística satisfaciendo la demanda. Es decir, que las actividades turísticas se complementan con el patrimonio turístico el cual es una

potencia por sí sola, pero que requiere de la intervención del hombre para que se genere un traslado y pueda transformarse en un recurso turístico.

Tabla 1
Actividades Turísticas y Recreacionales

Especie de la actividad	Naturaleza de la actividad	Estructura de la actividad		
1. Esparcimiento	1. El turista es protagonista	1. Intensidad	2. Distribución en el espacio	
2. Visitas Culturales	2. El turista es espectador			
3. Visitas a sitios naturales	3. La actividad se realiza individual			
4. Deportivas, y	4. La actividad se realiza en grupo			
5. Asistencias a acontecimientos programados	5. La actividad produce concentración			
Actividades al aire libre	Por origen	Importancia	Grano	Densidad
	Por nivel socioeconómico	Duración	Fino	
Actividades bajo espacio cubierto.	Por la forma del turismo		Grueso	
	Por volumen de concurrencia			

Nota: Tomado de “Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista” por Boullón, 1999, México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.

Atractivos turísticos

La metodología para el inventario de atractivos turísticos propuesta por la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2004) define que los atractivos turísticos “son el conjunto de lugares, bienes, costumbre y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante” (p. 2).

Producto Turístico

De acuerdo con Middleton (1995) el producto turístico otorga al consumidor un cúmulo de utilidades funcionales que satisfacen las necesidades básicas del turista y a su vez, beneficios psicológicos siendo éstos relacionados con el valor simbólico en la actividad elegida.

Acerenza (1983) define como producto turístico al “conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista” (Citado por Díaz, 2011, p. 54).

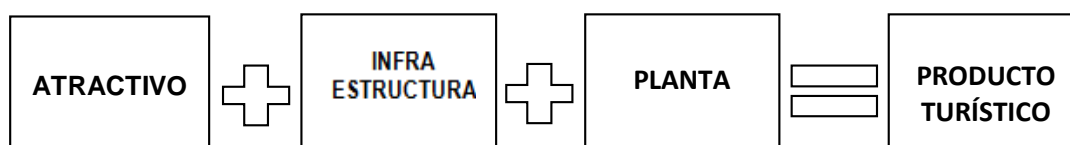


Figura 1. Diagrama de productos turísticos. Tomado de “Diseño de productos turísticos” por Díaz, 2011, Madrid: Editorial Síntesis S.A.

Con esta representación gráfica se pretende desagregar la relación o equivalencia entre el atractivo y el producto turístico, quedando demostrado que debe existir un producto turístico para que exista un atractivo.

Espacio geográfico y turístico

Se entiende por espacio geográfico a la extensión realizada por la sociedad donde intervienen todos los acontecimientos propios del pasado que influyen en el presente para organizar y desarrollar su territorio. El espacio turístico según Sancho (2008) “es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que influye la demanda” (p. 55). Boullón (2006) define que “el espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo” (p. 65), se revela entonces que los atractivos turísticos ligados con la planta y la infraestructura del turismo son determinantes para definir el espacio turístico en un país.

Destino turístico y sus componentes

Díaz (2011) comenta que “el destino turístico es la base de la planificación, y es, a su vez, una amalgama de productos turísticos incluidos en un territorio determinado” (p. 76). Así también se entiende que un lugar o espacio que contenga particularidades aceptadas por visitantes potenciales y a su vez, éstos atraigan viajes al mismo con autonomía sobre atracciones existentes en otras regiones, será considerado como un destino turístico.

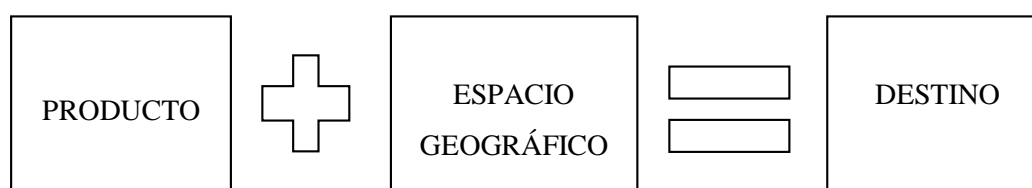


Figura 2. Ecuación del destino turístico. Tomado de “Diseño de productos turísticos” por Díaz, 2011, Madrid: Editorial Síntesis S.A.

Servicios Turísticos

Son el “conjunto de acciones e infraestructura que logran la satisfacción de las necesidades de los turistas en una actividad determinada dentro de su viaje y que conforman, junto a otras, el producto turístico” (Díaz, 2011, p. 55).

Infraestructura

Para Boullón (2006) existe dos tipos de funciones que realiza la infraestructura, la primera es la infraestructura red considerada la más importante donde se asocian los asentamientos terrenales para solucionar las necesidades internas, todo aquello para que circulen las facilidades de una manera más ordenada, dando paso al siguiente tipo de infraestructura que concierne en la asignación de educación, salud, vivienda, de modo que se logre una armonía entre la oferta y la demanda.

Equipamiento e instalaciones

Partiendo por el desconcierto en la definición de equipamiento e instalaciones, Boullón (2006) comenta que el equipamiento incorpora las instauraciones regidas por la actividad privada o pública que se encargan de ofrecer servicios de primera necesidad como: hospedaje, restauración, recreación y otros servicios (agencias de viajes, guías, estacionamientos, entre otros). Por su parte las instalaciones lo constituyen las construcciones especiales cuyo objetivo es brindar y facilitar la experiencia de las actividades únicamente turísticas como: instalaciones de servicios generales (vestuarios, piscinas, puentes, juegos infantiles), playa, montaña, entre otros. Concluyendo así en que el equipamiento secunda al desarrollo de actividades y las instalaciones son creaciones esenciales para que una actividad pueda llevarse a cabo.

Oferta Turística

La oferta turística es el acervo de los productos turísticos y servicios a disposición del turista en un destino en concreto, para su goce y consumo, siendo éste, un nexo necesario entre el producto y el consumidor de la mano de las lealtades y oportunidades. Para el Mincetur (2012) la oferta turística abarca al producto turístico con la simple incorporación de una apropiada gestión de promoción dirigida a los posibles consumidores, en donde, los operarios turísticos y el establecimiento pactan un precio adecuado a las propiedades y necesidades del mercado.

Demanda Turística

Según Sancho (2008) son “turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas, un agregado de personalidades e intereses con diferentes características socio demográficas, motivaciones y experiencias” (p. 49). Es la cantidad de servicios o bienes que existen en el mercado para ser adquiridos por unos o un conglomerado de consumidores, con precios variados en un determinado momento. Se conoce que la demanda turística puede ser contabilizada en muchos ámbitos tanto como el país y atractivo que visitan, región que concurren hasta los ingresos que estos generan, dependiendo de la cantidad de información que se posea sobre los anteriores puntos ya mencionados.

Unidad Turística

Para Boullón (2006):

Existe una forma muy especial de asentamiento turístico que hemos denominado unidad turística. Con ello se otorga nombre propio a las concentraciones menores de equipamiento que se producen para explotar intensivamente uno o varios atractivos situados uno junto al otro o, lo que es más exacto uno dentro del otro (p. 79).

Un ejemplo tomado del autor para entender el significado de unidad turística es una fuente de aguas termales que se encuentran rodeadas de un bosque tropical habitado por aves de aspecto llamativo, llevándolo a un caso más cercano se podría mencionar un manglar faunístico rodeado por una isla habitada por aves llamativas y endémicas del lugar.

Ecoturismo y Turismo de naturaleza

En el Plandetur 2020, se lo define como una modalidad turística realizada por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, en espacios naturales, con el objeto de dar a conocer las culturas de las comunidades locales y su historia natural que los congoja, generando ingresos económicos para la conservación y mantenimiento de las áreas, ejercido con las precauciones necesarias para el cuidado del ecosistema. (Ministerio de Turismo, 2007). Sancho (2008) también afirma que el “Ecoturismo, tiene su base en el medio ambiente y en su

conservación, normalmente en áreas remontadas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe ser cuidadosamente sostenido” (p. 141).

Turismo Comunitario

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, el turismo comunitario es “toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (Ministerio de Turismo, 2007, p. 99).

Los aportes del turismo comunitario son múltiples, entre los principales esfuerzos son:

- Ofrece una experiencia vivencial personalizada a los turistas
- Contribuye al Buen Vivir de las comunidades
- Defiende la naturaleza
- Crea fuentes alternativas de trabajo
- Utiliza productos locales que fortalecen las cadenas de valor
- Revaloriza las culturas ancestrales
- Genera interculturalidad solidaria e intercambio respetuoso de vidas y saberes (Ministerio de Turismo, 2007, p.99).

Conservación ambiental y defensa comunal es uno de los objetivos que ejerce del turismo comunitario que es planteado por la Federación Plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE 2002). El turismo comunitario es una actividad ambiental sostenible que favorece la conservación de la naturaleza, propone una alternativa para las actividades que perjudican el medio ambiente y por ello realizan una estrategia para la defensa de las comunidades locales frente a los actores externos.

Uno de los objetivos que la Federación plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador en sus estatuto (2002) nos define “promover y participar activamente en los esfuerzos nacionales e internacionales en defensa del ambiente, identidad cultural, propiedad intelectual y territorial” (citado por Roux Fanny, 2013, p, 14).

Turismo de sol y playa

Conocido también como turismo convencional, se relaciona con las demandas populares y de gran afluencia de personas, en su mayoría se desarrolla

aproximadamente en las ciudades amplias o capitales con cercanía a balnearios realizado por la sociedad urbana. Para Boullón (1999) el turismo popular y masivo envuelve al turismo de sol y playa puntualizando que “los lugares turísticos que reciben una demanda popular, por lo general están ubicados en las cercanías de grandes capitales y grandes ciudades, dentro de un radio máximo de aproximadamente 400 kilómetros” (p. 87).

Operadora Turística

Según Echeverría y Labanda (2006), define que “son las que elaboran, operan y vende directamente al usuario o a través de las agencias de viajes, paquetes turísticos dentro del territorio nacional o fuera del país” (p. 2).

Paquetes Turísticos

Acerenza (2010), define que el paquete turístico “es el conjunto de servicios que venden las agencias de viajes, a un cliente, en un precio dado, realizado en un solo acto de compra” (p. 24).

Servicios

Según Staton (2004) los servicios son considerados “como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideal para brindar a los clientes satisfacción de deseo o necesidades” (p. 1).

En cuanto a los servicios se refiere, éstos se desglosan de la siguiente manera:

Transporte.- El transporte “comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía terrestre, aéreas o acuáticas) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación” (Ministerio de Turismo, 2004, p. 11).

Por otra parte Cabarcos (2011) define al transporte como “medio de locomoción utilizado para el traslado de personas o bienes de un punto de origen a otro destino” (p. 94).

Alojamiento.- Para Cabarcos (2011) “alojamiento turístico es aquel establecimiento que suministra el servicio de habitación de una forma habitual específica y profesional, en contraprestación una tarifa y con la posibilidad de ampliar el servicio con la manutención” (p. 68).

Alimentación.- “Se entiende por servicios de alimentación a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción y ventas de alimentos y/o

bebidas para consumo” (Ministerio de Turismo, 2004, p. 11). Basándose entonces en lo que comprende los servicios turísticos, se afirma que las comunas Bellavista y Cauchiche poseen alojamiento, transporte y alimentación aptos para el turista.

Tipos de paquetes turísticos

1. Por su organización los paquetes pueden ser de la siguiente manera:
 - a) Estándar:
Según Chan (2011) define “el operador elabora itinerarios basándose, en la competencia y estudios de mercado que le marcan las tendencias generales y las preferencias de los inicios o segmentos con los que trabaja habitualmente y aquellos que desea incorporar como clientes (p. 20).
 - b) Especiales:
Según Chan (2011) define: “se producen de acuerdo la solicitud del cliente tomando en cuenta sus preferencias y necesidades particulares” (p. 20).
2. Por su formato operativo de los paquetes:
 - a) Regular:
Según Chan (2011) “Este tipo de operación significa que se realiza de acuerdo a un calendario preestablecido, que sus salidas están fijadas de antemano y generalmente son diagramas por temporadas” (p. 24).
 - b) Eventual:
Por otra parte Chan (2011) define: “Este tipo de operación significa que la salida del paquete o inicio de viaje queda sujeto a la voluntad del cliente y no a un calendario preestablecido (p. 24).

Requisitos para el registro de Agencias de viajes

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2015), dentro de los registros de establecimientos turísticos, detalla los requisitos para las agencias de viajes, dirigido para ciudadanos o empresas (el tiempo estimado de entrega es de 15 días laborables):

1. Copia de la escritura de constitución de la compañía.
2. Nombramiento del representante legal inscrito.
3. Original Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
4. Contar con un local comercial u oficina permanente.
5. Al menos el 30% del personal debe tener título profesional en turismo afines o certificado de competencias laborales válidos.
6. Al menos el 20% del personal deberá acreditar el nivel B1 de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las Lenguas.
7. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos

Marco Referencial

En febrero 2014, se dio a conocer las diferentes necesidades del turista por medio de la campaña digital #AllYouNeedIs con el hashtag en redes sociales, así se dio a notar lo que deseaban conocer y lo que más les atrae del Ecuador. Esta campaña fue tan grande que al término del mes de marzo del 2014 ya era popular en redes sociales, como la más conocida o vista en twitter, Facebook, Instagram, etc. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014). La campaña fue dirigida para aquellos países esenciales, este interés por la campaña llegó a más países, para descubrir que Ecuador cuenta con la mayor potencia turística. Por este motivo es que cada cantón, comuna e isla del país están unidos a la causa para desarrollarse turísticamente y brindar un mejor servicio turístico.

Los alumnos de la Universidad Politécnica Salesiana. José Luis Bravo Carpio y Rafael Roberto Guerrero Andrade, realizaron su proyecto de Titulación proponiendo como tema el “Plan Estratégico para vender la imagen turística-económica de la Isla Puná” en el año 2010. Este proyecto está enfocado en promover la imagen turística y económica de la Isla Puná, en donde se realizaron encuestas a los residentes de la ciudad de Guayaquil para determinar el porcentaje de guayaquileños que admiten un plan para el desarrollo de la Isla Puná exponiendo como soporte a mostrar su imagen como destino turístico. De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas se pudo obtener datos valiosos que a continuación se detallan:

1. Los habitantes de la ciudad de Guayaquil, con el mayor porcentaje de resultado están de acuerdo con la aceptación de ser un nuevo destino a visitar.
2. De acuerdo a los resultados de las encuestas, los habitantes dieron una opinión importante a considerar en cuanto a la infraestructura/servicios básicos y la promoción/publicidad para que la Isla Puná se pueda desarrollar turísticamente.

Los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas, son datos muy útiles para la presente investigación porque permite dar conocer la población de Guayaquil que está dispuesta a explorar nuevos destinos turísticos como lo es la Isla Puná. En otro punto, se puede acotar que el proyecto que se realizó en la Isla Santay también se considera por lo que esta está ligada al tema que se está desarrollando. En el año 2015 se publicó una noticia a nivel nacional en el portal web, Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos (EPPUEP), donde se notificaba el cumplimiento del proyecto que se realizó en la Isla Santay, donde se apreció las

áreas verdes que posee la isla y el compromiso que existen entre los habitantes para dar un buen uso sustentable con la finalidad de mejorar su estado de vida.

En la actualidad la Isla Santay cuenta con 2.174 hectáreas dentro de la ciudad de Guayaquil, debido a que el Gobierno Nacional se ha preocupado y a su vez pronunciado por crear espacios ecológicos dentro de la ella. Son 56 familias que actualmente poseen una vivienda digna con todos los servicios básicos. A pesar de ser un destino que fue construido por la mano del hombre, el ambiente se encuentra en buen estado e incluso se busca la conservación de este, realizando la reforestación y siembra de un manglar al borde del río Guayas.

El proyecto realizado en la Isla Santay hace alusión al presente proyecto debido que posee el mismo enfoque como lo son el turismo comunitario y turismo sostenible, dado que la Isla Puná ofrece mayores recursos tanto como flora y fauna; y los atractivos turísticos: hermosas playas, miradores, cabañas ecológicas, restaurantes, que para el gobierno central como seccional sería un gran desafío, potencializar a la Isla Puná como un nuevo destino para el Ecuador conjuntamente con la Isla Santay.

Marco legal

Ley de Turismo

Los siguientes artículos provienen de las generalidades del Capítulo I de los proyectos turísticos. El artículo tres de la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2008) señala los siguientes principios para la actividad turística:

1. La participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
2. La iniciativa privada como pilas fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional
3. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos (p. 1).

Sobre la política pública para el turismo, el artículo cuatro de la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2008) dice que se debe:

1. Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o autogestión, y al estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento promoción de un producto turístico competitivo.
2. Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
3. Proteger al turista y fomentar la conciencia turística (p. 12).

De las Actividades Turísticas y quienes las ejercen, el artículo cinco de la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2008) define que “Se considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remuneradas de modo habitual” (p. 2), entre estas actividades están, entre otras: (a) alojamiento, (b) alimentos y bebidas, (c) trasportación y (d) Operación.

En los siguientes artículos de la Ley orgánica de Organización y Régimen de las comunas (Asamblea Nacional, 2004), se describe de las disposiciones generales que definen la naturaleza, objetivos y fines. El artículo uno sobre los establecimientos y nominación de comunas lo define como:

Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciera en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comuna, parcialidad, o cualquiera otra asignación, llevara el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido (p. 1).

Constitución Legal

La ley de compañías en su Art. 2 establece que hay cinco especies de compañías de comercio que son: (a) compañía en nombre colectivo, (b) compañía en comandita simple y dividida por acciones, (c) compañía de responsabilidad limitada, (d) compañía anónima y (e) compañía de economía mixta.

Plan Nacional del Buen Vivir

En la Constitución del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) se menciona en el art. 278 que para la consecución del buen vivir, a las personas y a las actividades, y sus diversas formas garantizadas, les corresponde:

Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental (s. p.).

Marco Metodológico

Para este proyecto se ha elegido la metodología de enfoque mixto, bajo el método deductivo debido a que existe la necesidad de recolección de antecedentes para profundizar en la problemática actual de la comuna, y a la vez, poder evaluar factores de preferencias en las actividades que realizan y quisieran realizar los visitantes de las comunas, es decir, analizar la oferta y demanda para definir las propuestas adecuadas al mercado.

Enfoque cuantitativo

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar una hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teoría” (p. 4).

El enfoque cuantitativo posee las consecuentes características:

1. El investigador (a) propone un problema de estudio delimitado y concreto.
2. Una vez planteado el problema el investigador considera la búsqueda anterior para construir un marco teórico. Si los resultados ratifican las conjeturas ya realizadas, serán datos a favor; caso contrario a esto se descartan en busca de nuevas teorías.
3. Luego se da la recolección de datos que se comenta con el sondeo de las variables obtenidas de la hipótesis.
4. Se representa mediante cantidades los datos para analizarlos mediante los métodos estadísticos.

5. En el transcurso, los datos se someten a las pruebas de causa y efecto para que el margen de error y nuevas hipótesis sean desechadas para no caer en el desasosiego (Hernández et al., 2010).

Enfoque cualitativo

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) el enfoque cualitativo “usa la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación”. (p.4)

Método deductivo

Según Bernal (2010), “este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares” (p. 59). Para el proyecto se usará el desenlace obtenido de los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los pobladores de Guayaquil que deseen interesarse en las comunas de Bellavista y Cauchiche.

Tipos de investigación

Investigación de campo

Según Ramírez (1998) este tipo de investigación consiste en el acopio de información proveniente de la realidad, es decir donde se suscitan los hechos sin manipular o gestionar variables.

Investigación Documental

Según Palella y Martins (2010) “las investigaciones documentales son exclusivamente para la recopilación de información de los diferentes tipos de fuentes, en el cual se indaga sobre el tema escrito u oral, los más relacionados son de las obras de la historia (p. 90).

Investigación descriptiva

Según Arias (2012) “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a los conocimientos profundos que se refiere” (p. 24).

Investigación Exploratoria

Según Arias (2012), “la investigación exploratoria es aquella que se realiza o efectúa sobre un tema a realizar ya sea desconocido o de poco conocimiento, por lo

que los resultados obtenidos brindan una visión aproximada a nivel superficial de conocimiento para dicho tema” (p. 23).

Técnicas de investigación

Uno de los métodos de investigación para conocer y analizar la situación actual de la Isla Puná es la que nos proporciona el Manual para el diagnóstico turístico local, la cual se basa en la información de la oferta, demanda, gobernanza, comunidad que posee el lugar a analizar, entre otras. Por otro lado, las técnicas a utilizar para la recolección de información se fundamentarán en la encuesta y entrevistas estructuradas.

Las encuestas, técnicamente serán empleadas con objetivo de obtener la información que confirme la hipótesis, se realizarán una serie de preguntas abiertas y cerradas a los habitantes de Guayaquil ya que es un mercado amplio que demanda abundante turismo interno, lo que permitirá reunir los datos necesarios acerca del interés que ejerce la Isla Puná sobre los encuestados. En cuanto a las entrevistas, serán realizadas en conjunto con los directivos y líderes de las comunas de Bellavista y Cauchiche, donde se determinará información veraz sobre el desarrollo actual de la actividad turística correspondiente en cada comuna para finalmente fusionar ambas técnicas de recolección de datos y ejecutar la propuesta en base a los intereses del posible turista que visite la Isla Puná.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de la situación actual de las comunas de Bellavista y Cauchiche 2016



Figura 3. Letrero de bienvenida

De acuerdo al sondeo realizado dentro de las áreas de estudios se ha analizado el estado actual, así también se ha podido establecer un antes y después sobre el desarrollo de la Isla Puná gracias a la práctica de la actividad turística. Este análisis está basado en el territorio comunal donde se tomará en cuenta todo lo que rodea a Bellavista y Cauchiche, para ello se utilizó el Manual para Diagnóstico Turístico Local por Carla Ricaurte Quijano que ayuda a determinar las condiciones en la que un sitio turístico se encuentra.

Localización y acceso a la Isla Puná

Para acceder a las comunas primero hay que llegar a la Isla Puná y para esto se debe tomar un bus desde la Terminal de Guayaquil por la autopista E40, en la ruta “Guayaquil- Posorja”. Durante un recorrido de 2 horas y 30 minutos a una distancia de 116,1 km, en la carretera se llega hasta Posorja. Puná pertenece al cantón de Guayaquil, forma parte de la provincia del Guayas y tiene 919 km de extensión. Se encuentra situada en el golfo de Guayaquil.

Económico

La Isla Puná subsiste por sus propios recursos porque no recibe ayuda del Gobierno ni del Municipio de Guayaquil, lo cual es un gran obstáculo para el emprendimiento y desarrollo turístico local de la misma, por lo que los propios

Punáes comentan que al no contar con recursos económicos necesarios no pueden gestionar ningún proyecto de cualquier índole. Las autoridades de algunas comunas de la isla tienen un convenio con Socio Bosque el cual les brinda un incentivo mensual para que se pueda realizar el trabajo de hospedaje. Además, los comuneros para poder realizar cualquier obra reciben el apoyo de la Prefectura del Guayas y del Gobierno del Litoral tanto así que su primer incentivo del gobierno fue haberles construido el puente de Bellavista que se encuentra en el estero de la misma.

Los habitantes de Puná se caracterizan principalmente por la agricultura y la pesca, dinamizando la economía interna de la isla. En la agricultura se realizan sembríos y cosechas por temporadas ya que por la fluencias de las corrientes y la calidad del agua no permite que se realice un cultivo optimo por todo el área si no por temporadas. En cuanto a la pesca, las comunas poseen una sostenibilidad regular durante todo el año, además, se tiene proyectado para el 2017 con el apoyo de la Prefectura del Guayas, la construcción de una casa comunal en Bellavista para poder recibir y atender adecuadamente al turista.

Referente al turismo, la llegada de los visitantes nacionales y extranjeros es de manera individual debido a las escasas operadoras turísticas que ofrezcan paquetes hacia la isla y mucho menos que la promocionen como un lugar turístico. El medio de transporte de los turistas es mediante bus o carro particular. Los turistas nacionales que visitan la Isla Puná por lo general son habitantes de la parroquia Posorja y Playas, son limitados los visitantes de la ciudad de Guayaquil u otras provincias. Los visitantes de la Isla son considerados excursionistas, es decir, que llegan al destino para conocer, disfrutar de las actividades o servicios que ofrece la isla pero no pernoctan en el lugar.

Datos proporcionados por Aguirre (2016), Presidente de la comuna Bellavista, el promedio diario que gasta un turista es de \$ 80 y de un excursionista es de \$30. La razón principal por la que los turistas acceden a visitar la Isla es por sus recursos naturales, por la pesca y por querer sentirse en ambiente de paz y tranquilidad que le brinda la naturaleza.

Población

Puná se constituye con alrededor de 30 comunas, las comunas pertenecientes al norte de la isla, de cara al Estero Salado de Guayaquil, se caracterizan por

desarrollar la actividad de la acuicultura por medio de camarónicas, lo cual hace que este lado de la isla sea más productiva en esta labor. Hacia el sur de la Isla se destaca la comuna de Subida Alta, la cual ha sido mayormente beneficiada por tener una vía de acceso importante desde Guayaquil, la misma que parte desde el Mercado La Caraguay, la población como se defiende económicamente mediante el turismo y la pesca y agricultura, el lado este de la isla lo constituye Bellavista, Cauchiche y Estero de Boca desarrollando el turismo al igual que Subida Alta y al Oeste, las comunas restantes limitan con el Canal de Jambelí.

Socio Cultural

La prefectura del Guayas impulsa como destino turístico a la Isla Puná dentro de la ruta del pescador, con el objetivo de fomentar el turismo de la misma. La ruta del pescador está conformada por cinco destinos rurales pertenecientes al cantón Guayaquil que son: El Morro, Playas, Puerto Engabao, Progreso y Posorja.

Tecnológico

En el ámbito tecnológico, las comunas que conforman la Isla Puná no cuentan con amplio acceso a la tecnología debido a su poco desarrollo comunitario, cuenta únicamente con telefonía celular. Así mismo no disponen del servicio de telefonía, internet, computadoras de escritorios o laptops. Se puede concluir que por falta de esta vía de desarrollo la isla no ha podido tener una mejor promoción turística y todos los beneficios que eso acarrea, como información social y económica, actualización de servicios, infraestructura hotelera etc.

Ambiental

La Isla Puná posee una gran biodiversidad de flora y fauna que las rodean en su totalidad entre ellas destacan:

- Banano
- Mango
- Ciruela
- Naranja
- Ébano
- Palo santo

En cuanto a la fauna:

- Gaviotas
- Lisa
- Pelicanos
- Camarón
- Piqueros patas azules

Diagnóstico de las condiciones actuales de la Comuna Bellavista



Figura 4. Puente icónico de Bellavista

Estructura Administrativa de la comuna

La comuna se rige a las leyes y reglamentos que son otorgados por la Asociación de Bellavista que posee la misma. A continuación se detallara los cumplimientos de cada integrante de la organización política:

Presidente: es el representante legal y extrajudicial de la comuna Bellavista, además de presidir de las reuniones con el comité.

Vicepresidente: remplacea al presidente en casos fortuitos dentro de la comuna y su vez es la mano derecha indispensable del presidente para ejecutar las labores.

Secretario: Subrogar al presidente, en caso de inasistencia de él, llevar el libro de registro, actas y asistencia del comité.

Locación Geográfica

Bellavista se encuentra situada en la Isla Puná, tiene 23 recintos y cuenta con 120 km cuadrados de extensión y alberga 14.000 habitantes luchan con el apoyo de movimiento para obtener un título de propiedad de las tierras.

Vía de Acceso

Por medio de las observaciones e investigaciones con los lugareños de Bellavista, el medio para llegar a la comuna de Bellavista es mediante las lanchas partiendo desde el malecón de Posorja. Duración del trayecto del viaje hacia la isla es de aproximadamente 20 minutos. Es la primera comuna que se localiza en la isla Puná. Dentro de las formas de viaje se presentó un dato curioso e importante para los que visiten la isla, porque el medio de transporte antes mencionado está disponible a cualquier hora del día, pero varían dependiendo de la marea del mar; si la marea esta alta las lanchas hacen sus ingresos por el estero que queda junta al muelle de

embarcaciones de Bellavista, esto se dan mayormente entre las 16h00 en adelante quedando así, como único punto de acceso a Bellavista, pero esto también depende del cambio de rotación, es decir cada día tiene un hora de diferencia de la marea alta del mar de Bellavista.



Figura 5. Desembarcadero Bellavista

Población y economía

Se realizó un diagnóstico donde se puede determinar las condiciones actuales en las que se encuentra esta comuna, al mismo tiempo se tuvo la oportunidad de entrevistar a la licenciada Fanny Condo Tamayo Responsable de capacitación en la coordinación zonal 5 del Mintur (Ministerio de Turismo), quien colaboró con la información referente a la accesibilidad de los servicios turísticos, demanda turística y el por qué no está registrado con el Ministerio de Turismo, entre otros temas. Esta comuna en la actualidad no es considerada como un destino turístico porque no cumple con los estándares mínimos de calidad exigidos; por ese motivo no es registrable en cuanto a la calidad y a su vez, tampoco cuenta con un centro comunitario, por lo cual el desánimo de la comuna por generar turismo decae.

La playa de Bellavista no cuenta con un control de medio ambiente, las empresas cercanas a Posorja hacen un mal uso de sus desechos arrojándolos al mar y contaminándola y esto causa que los desechos lleguen hasta la cuenca del río Guayas y hacia la isla Puná provocando una mala impresión y uso de la playa. Bellavista no cuenta con su respectiva señalización turística debido a que no se ha podido implementar un plan turístico, por ello, no hay abundante información topográfica del lugar y eso provoca que el turista que accede a la comuna no sepa el tipo de servicios que se brinda.



Figura 6. Condición actual de las riberas de Puná

Bellavista no cuenta con un transporte público para la movilización de los turistas, por lo general el transporte que se encuentra ubicado en la misma es para transportar a los pobladores provenientes de la comuna Campo Alegre, hacia las demás comunas aledañas. En cuanto al cumplimiento de normativas se puede observar que la Asociación de Lancheros “Los Pelicanos”, medio de transporte constituido en Bellavista, realiza sus recorridos con chalecos salvavidas, aunque se encuentren en mal estado, pero son necesarios y obligatorios por parte de las exigencias de la Dirección Nacional de los Espacios Acuáticos (DIRNEA) para efecto de los recorridos desde la Isla Puná hacia Posorja y viceversa. A su vez, las embarcaciones llevan exceso de pasajeros constantemente, estos entre turistas y habitantes de la isla, eso conlleva que tanto los visitantes nacionales como extranjeros se encuentren con un incómodo viaje en su trayecto hacia la isla.

Servicios básicos y tecnología

El agua no es potable y es tratada en pozos y su purificación no es tan buena por ese motivo ellos solo la utilizan para bañarse y el cultivo, no es apta para el consumo humano, pero se proveen de botellones de agua semanales para su subsistencia por lo que se comprende que los servicios básicos de la comuna son de nivel bajo al no poseer alcantarillado. Por otro lado no cuentan con una central de energía eléctrica estable por lo que la empresa eléctrica no puede facilitar medidores a alguien que se encuentra en una zona playa. Pero a medida que pasaban los años y las gestiones que realizaba el Presidente Esteban Aguirre, Bellavista ya posee energía eléctrica fija, ya que antes la luz que les provenía era inestable por ciertas horas del día, imposibilitando a los habitantes a desplazarse con seguridad por toda la isla en las horas de la noche.

Infraestructura

Una de las ventajas de Bellavista es que es un puerto donde llegan los turistas para direccionarse a las demás comunas, tiene servicios muy básicos que ofrecer. El sitio cuenta con cantinas, lo que incluye el expendio de licores, convirtiéndose estas en los únicos lugares de entretenimiento nocturno. Las condiciones actuales de las covachas o cabañas es que el piso es de arena por lo que se corre riesgo de que al tener edificaciones que brinden servicios turísticos, éstas se derrumben.



Figura 7. Cabañas existentes de Bellavista

Servicios Turísticos

Bellavista cuenta con muy poca oferta de servicios turísticos. En cuanto a la alimentación, la comuna cuenta con seis cabañas en la playa, cada comunero es dueño de las cabañas; ellos mismos preparan los alimentos que les venden a los turistas, pero eso solo se realiza los días festivos o feriados. Los días normales o meses de menos ingresos de turistas, los turistas deben de llamar con anticipación a los comuneros indicándoles que viajarán a la isla y notificando los días que permanecerán para prepararle el alimento. En cuanto al alojamiento, Bellavista no cuenta con un servicio de alojamiento definido como un hotel o hostería; socio bosque le da un incentivo mensual a la comuna para que ellos puedan construir el eco campamento que en su actualidad tiene por nombre Catoir, y que al momento no se encuentra en funcionamiento debido a las reparaciones de las cabañas. Este tipo de alojamiento en esta comuna es más rustico y de albergue, para los turistas que se enmarcan en este tipo de hospedaje, caso contrario el hospedaje alterno será en la comuna de Cauchiche.



Figura 8. Eco-campamento Catoir

En cuestión de esparcimiento, la comuna no cuenta con establecimientos recreativos designados, pero el lugar si presta los servicios de diversión en la playa mediante balones de vóley y futbol, además de realización de campings. La comuna no cuenta con operadora turística intermediaria, ni páginas de información sobre lo que ofrecen, tampoco centro de información para el turista. Con este análisis, se concluye que Bellavista es una comuna que tiene un gran potencial turístico por sus recursos naturales pero por falta de organización de los comuneros y desatención por parte de las autoridades gubernamentales no se ha podido explotar este hermoso espacio turístico.



Figura 9. Espacio para realizar fútbol y vóley de playa

Diagnóstico de las condiciones actuales de la Comuna Cauchiche



Figura 10. Letrero de bienvenida a Cauchiche

Estructura Administrativa de la comuna

La comuna se rige por la Asociación de Cauchiche que es la administración política que posee la misma, a continuación se indica la función que cumple cada integrante de esta organización política:

Presidenta: Su función principal como eje fundamental de su Cauchiche, es la de tramitar, difundir y ejecutar cada obra y/o proyecto que se genere para su comuna.

Vicepresidente: Suplanta a la presidenta en eventos dentro de la comunidad, así mismo es mano derecha en la labor de gestiones de la presidenta.

Secretario: Se encarga de autofinanciar a la comuna mediante actividades dentro de la isla, así mismo elabora informes financieros sobre las posibles obras de la comuna, también realiza anotaciones cuando se realizan las asambleas.

Síndico: Ejecuta las actividades de financiamiento dentro de Cauchiche, mantiene el control sobre los comuneros y vigila los territorios sobre posibles invasiones, a su vez es portavoz de los planes para la comuna.

Locación Geográfica

Cauchiche se encuentra exactamente a 80 kilómetros partiendo desde el Terminal Terrestre de Guayaquil, pertenece al grupo de las cuatro comunas principales luego de Bellavista, Estero de Boca y antes de Subida Alta debido a su fácil acceso por Posorja y las que más turismo atraen por su encuentro de cara al mar. Es una de las comunas más desarrolladas de aproximadamente 30 en total en toda la Isla Puná.

Vía de Acceso

Mediante las observaciones e investigaciones con los lugareños de Cauchiche, se mencionó que cuando la comuna se abrió hacia la actividad turística la Asociación de Lancheros pertenecientes a la Comuna de Bellavista, dejaron de anclar y llevar a los turistas hacia Cauchiche, limitando a los isleños a que la salida e ingreso de las lanchas sea únicamente en Bellavista, lo cual hace más laborioso el acceso y movilización dentro de la isla. Se comprende entonces que para llegar a Cauchiche el único medio de transporte es el vehicular, este servicio lo ofrecen los propietarios y dueños de los vehículos (camionetas generalmente), que vieron en ellos una fuente de ingresos transportando a los turistas hacia cualquier comuna dentro de la isla.



Figura 11. Vía alterna de acceso a Cauchiche

Hablando de Cauchiche en específico el costo por el viaje hacia esta comuna desde Bellavista es de \$1,00 USD por persona, el trayecto de la travesía varía dependiendo de los pasajeros que se consigan en el camino y que requieran de este medio de transporte también, considerando entre unos 5 a 8 minutos por viaje. Como punto indispensable a acotar es que para acceder a estos medios de transporte es necesario que exista una comunicación directa entre el turista y el prestador de este servicio de transporte ya que no existe ningún encargado exclusivo del medio de transporte en Cauchiche. Dentro de las formas de viaje se presentó un dato curioso e importante para los que visiten la isla, pues, si bien es cierto el medio de transporte antes mencionado está disponible a cualquier hora del día, las dos vías de acceso hacia esta comuna varían dependiendo de la marea del mar; si la marea esta alta los vehículos no acceden hacia las riberas del mar, esto se dan mayormente entre las

16h00 en adelante quedando así, como único punto de acceso a Cauchiche, la cancha de la casa comunal en el corazón de la comuna.

Población y economía

De acuerdo con la información recabada en la investigación de campo otorgada por uno de los delegados de la Asociación de Cauchiche, Señor Pedro Alejandro (Síndico de la Comuna Cauchiche), se muestra que esta comuna cuenta con 350 habitantes conformado en 80 familias y una población flotante de aproximadamente 400 personas. Como actividad principal de ingresos consideran la pesca de una variedad de mariscos tales como el camarón, pescado, concha y cangrejo. Las familias sobreviven de esto mediante la venta de los mismos en otros territorios. La segunda actividad a considerar es la agricultura, todo esto para su neta sobrevivencia diaria dentro de la isla ya que les resulta dificultoso conseguirlas día a día.



Figura 12. Casa Comunal Cauchiche

Con respecto al turismo, la comunidad hace 7 años incursionó en la actividad turística debido a las obras que impulsaron un poco más a Cauchiche, obras y proyectos que la realizaron entidades del estado para la subsistencia de los comuneros y para que exploten las riquezas turísticas que poseen. Además de la estructura administrativa y organizacional que precede la comuna, existe una “Casa Comunal de Cauchiche” la cual fue creada como centro de reunión de directivos y miembros asociados. Como dato importante, se da a conocer que para ser parte de la organización de Cauchiche y gozar de los beneficios al pertenecer a la misma, se debe hacer una contribución inicial entre \$50 dólares si es hijo o esposa de comunero

ya asociado y si no tienes familiar dentro de la misma la contribución inicial será de \$100 dólares.

La “Caja Solidaria Nueva Vida” es un espacio donde realizan los recaudos de la comuna, así mismo se desarrollan planes para sacar adelante su territorio. Cauchiche se une para sobresalir ante las demás comunas, realizando actividades para su autofinanciamiento mediante reuniones a fines de cada mes con los directivos principales y miembros de la casa comunal, a continuación se mencionan las actividades que realizan:

- Por faltas a las reuniones mensuales de los directivos, tienen la potestad de cancelar \$1 USD por cada inasistencia consecutiva, llegada a la cuarta falta se procede a una suspensión lo cual deja fuera al integrante. En caso de querer regresar deberá cancelar el valor inicial por su reingreso.
- Por multas de desaseo fuera del domicilio o inasistencias a mingas se cobrará el mismo valor de \$1 USD por persona perteneciente a la directiva.
- Por el día festivo de la Comuna Cauchiche se realizan juegos deportivos como especie de campeonatos con inscripciones, venta de alimentos y bebidas para los habitantes y los turistas que ya tienen conocimiento de esta celebración comunal.
- Venta de artesanías realizadas con antelación por los habitantes de Cauchiche con materiales provenientes de la región.
- Realización de bingos, rifas y tómbolas para la festividad anual de la Iglesia Madre de la Merced.

Como beneficios a obtener por ser miembro de la Directiva de Cauchiche están los accesos a los proyectos que tenga la comuna, accesos a los sitios de restauración para que implementen sus propios negocios y finalmente a proyectos de camaroneras por medio del MAGAP.

Servicios básicos y tecnología

Cauchiche al igual que toda la isla, se provee de agua a través de pozos creados por los mismos habitantes, ellos son quienes se encargan de darle la sanitización posible al agua diaria que reciben ya que el Ministerio de Salud Pública visita anualmente otorgándoles en esta única visita los líquidos para la conservación del agua pertinentes. En cuanto al alumbrado, Cauchiche sí posee energía eléctrica fija, todo esto gracias a las gestiones que los directivos de las comunas realizaron hace 5 años atrás, ya que antes la luz que les provenía era inestable por ciertas horas del día, imposibilitando a los habitantes a desplazarse con seguridad por toda la isla en las horas de la noche.

En lo que a tecnología respecta, se puede destacar que a partir de la energía eléctrica fija que obtuvo Cauchiche, llegó la tecnología, Aunque no toda la comuna posee lugares de gran alcance de red móvil, es destacable que ahora es posible comunicarse a través de los teléfonos móviles en ciertas partes de la misma. Así también muy pocas familias, un 40% poseen telefonía fija ya que aún se está gestionando que Cauchiche posea su propia planta de energía y no tenga que ser provista por la comuna de Campo Alegre.

Infraestructura

Esta comuna es más poblada que Bellavista, lo cual permite que la organización comunal se vea mayormente identificada ante las demás. Cauchiche no posee vías de acceso fijas, los caminos existentes son lastrados o de arena, sólo el eje de la comuna (casa comunal, iglesia, caja solidaria nueva vida), poseen caminos adoquinados, pero lo cierto es que las localizaciones para implementar caminos estables terrestres existen, si tuvieran una mayor atención por parte de las entidades pertinentes. Al igual que en la comuna Bellavista, Cauchiche no posee señalética ni vial ni turística.



Figura 13. Zona de encuentro comunal

Como infraestructura necesaria en una comunidad, existe una escuela en Cauchiche la cual acoge a los niños tanto de la comuna ya mencionada, Bellavista y Estero de Boca. Esto debido a la mejor preparación y organización por parte de los directivos que han considerado mantener una escuela en el territorio para economizar gastos de traslado a la segunda escuela existente en la comuna de Campo Alegre. Cauchiche posee 4 tiendas de abastecimiento básico de las cuales una de ellas posee suministros farmacéuticos base, así mismo en el lugar existe un Seguro Social

Campesino el cual actúa como dispensario médico, atiende las 24 horas, recalcando que solo socorren urgencias básicas de primer grado, y de existir partos, quemaduras, entre otras, se deberá acudir a el dispensario mayor equipado situado en Posorja.



Figura 14. Seguro Social Campesino

Servicios Turísticos

La comuna posee unas villas de hospedaje provenientes del Miduvi, las cuales son para fines netamente turísticos, se conoce que este proyecto fue iniciado por los años 2011-2012 y que en el 2016 se le dio una expansión considerable debido a la gran demanda de turistas mensuales que reciben y que en un futuro planean darle una mayor capacidad a la “Hostería Cauchiche” para el beneficio de la comuna.



Figura 15. Hostería Cauchiche

La hostería cuenta con cinco villas amobladas con un espejo de agua que funciona como piscina para comodidad de los turistas cada villa cuenta con dos y hasta tres cuartos un baño y hamacas fuera de la misma para que el turista disfrute de la espectacular caída del sol. La hostería es manejada por los propios comuneros que se han organizado para que cada servicio quede a su cargo y responsabilidad. De la

mano de la hostería llegó el puente que une las riveras de la playa con el pueblo de Cauchiche, ya que este se encuentra situado a casi un kilómetro de distancia desde la isla hacia dentro, es por ello que se construyó este puente para facilitar el acceso de los comuneros y los turistas, a su vez, a principios esta infraestructura fue realizada como parte de un nuevo embarcadero de lanchas para la comunidad que estaba en proyecto, pero con el tiempo éste se esfumó por la poca gestión y desinterés de los directivos ya que el embarcadero de Bellavista funciona con éxito.



Figura 16. Puente peatonal de Cauchiche

Como segunda opción de alojamiento en Cauchiche, al igual que en Bellavista, el MIDUVI implementó un eco-campamento antes de que la hostería fuese una realidad, dicho eco-campamento alberga alrededor de 40 turistas, en cabañas y tiendas de acampar, dicho valor por este servicio bordea los \$5 a \$10. Estas instalaciones actualmente no funcionan con frecuencia debido a la presencia de la hostería, pero no se descarta como alternativa para el turista. En el aspecto de alimentos y bebidas, Cauchiche posee doce comedores, de los cuales seis fueron implementados a inicios de la actividad turística en la comuna, los seis restantes fueron adaptados por el MIDUVI como parte de la hostería. Cada comedor posee un dueño, mismos que en su mayoría son de manejo familiar, a continuación se menciona los dueños de las cabañas de alimentos y bebidas existentes en Cauchiche:

- Sra. Argentina Anastacio
- Sra. Rosa Paladines
- Sra. Miriam Mite
- Sr. Walter Mite
- Sra. Diana Mite
- Sr. Xavier Gonzabay
- Sra. Elena Gonzabay
- Sra. Leticia Anastacio

- Sra. Vilma Espinoza
- Sr. Armando Parrales



Figura 17. Comedores de la Hostería

Recomendaciones para el turista

Como recomendaciones básicas para el turista que desee visitar la comuna se puso en conocimiento que Cauchiche posee hospedaje y alimentación, pero para acceder a estos y demás servicios es necesario que, antes de programar su viaje hacia Cauchiche, se ponga en contacto con alguno de los directivos de la comuna, ya sea por información en páginas web o por medio de la red social Facebook, Hostería Cauchiche, que maneja la comunidad, todo esto como fin de poder anticiparles su visita al lugar, necesidades y requerimientos del turista.

Diseño de la investigación

Población de estudio

De acuerdo con Parrales (2016) el número de visitantes del año 2015 fue de 800 personas, entre turistas nacionales y extranjeros.

Muestra

Bernal (2010) menciona que “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio” (p. 161).

Muestra Probabilística

Según Hernández et al. (2010) en este tipo de muestra los elementos de la población en su totalidad tienen la posibilidad de ser elegidos, estos se obtienen determinando el tamaño de la muestra y las características de la población. Para

definir la muestra de la investigación, se empleará la fórmula de población finita con sus respectivas variables.

Fórmula de población finita

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z²= Grado de confianza que adopta los valores: 95%, el coeficiente será de 1,96

P= Probabilidad de éxito: 50%

Q= Probabilidad de fracaso: 50%

E= Error de la muestra: 5%

Cálculo

$$n = \frac{1.96^2 * 800 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(800 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 800 * 0.5 * 0.5}{0,0025 * 799 + 3,8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{768.32}{19,975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{768.32}{20.9354}$$

$$n = 260$$

Con este resultado se determinó la realización de 260 encuestas para la investigación de mercado del proyecto. La encuesta, herramienta para la obtención de información, está planteada con diez preguntas (abiertas y cerradas) para decretar la calidad del servicio de ambas comunas, el nivel de satisfacción de los turistas y aspectos de posibles actividades turísticas.

Técnicas de recopilación de información

Las técnicas usadas para la obtención de información fueron la realización de encuestas, las fichas de diagnóstico y la salida de campo, lo que permitió establecer la situación actual de las comunas. El objetivo se logró mediante las entrevistas hacia los presidentes de Bellavista y Cauchiche.

Presentación de resultados de las encuestas

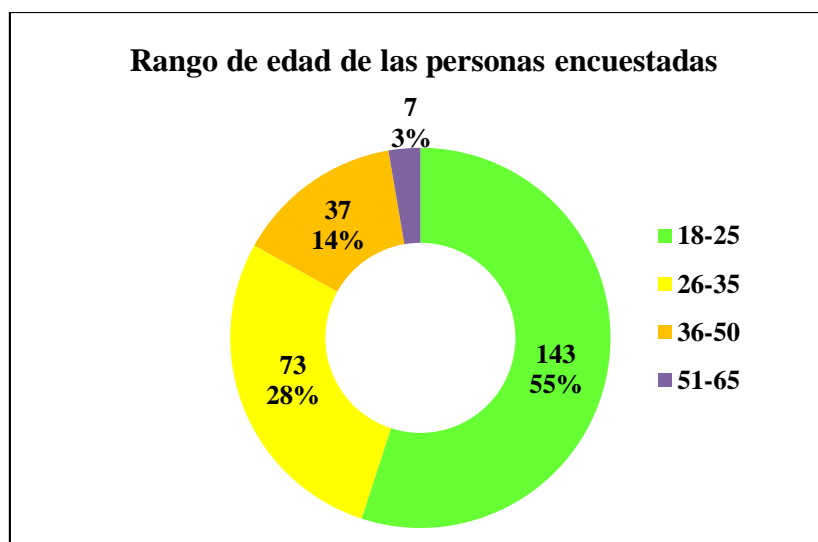


Figura 18. Porcentaje de edad de los encuestados

De acuerdo a la edad del sujeto de la investigación sobre un número de 260 encuestas, denotó que, la mayoría de los posibles visitantes de Isla Puná se encuentran en el rango de edad de 18 a 25 años con un 55%, seguido del 28% que corresponde a las personas de 26 a 35 años, con un 14% correspondiente a 36 a 50 años de edad y por último se establece la edad entre los 51 a 65 años, pertenecientes al 3% de individuos que visitarían las comunas de Bellavista y Cauchiche. Estos resultados facilitan la elaboración del capítulo tres, ya que la propuesta será basada en las edades con el mayor porcentaje de interés.

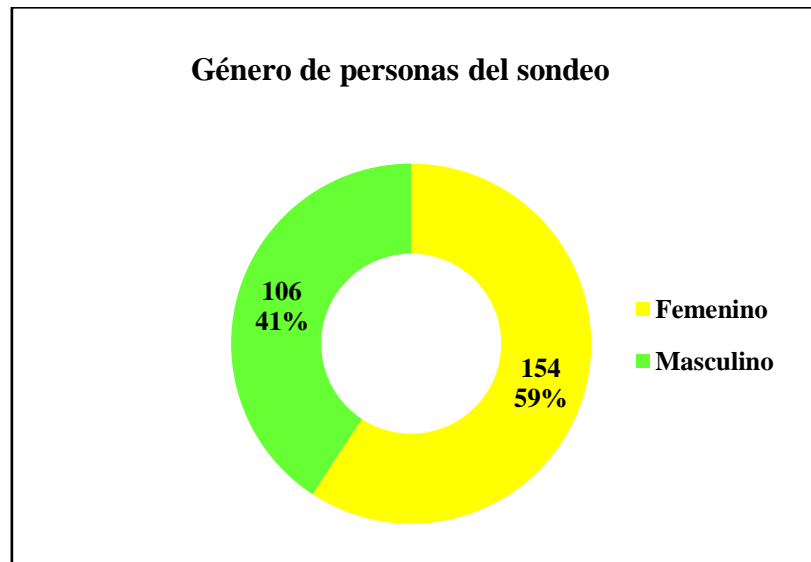


Figura 19. Porcentaje de personas de acuerdo al género

Sobre un máximo de 260 encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil, se destaca que el 59% de individuos corresponden al género femenino, con un total de 154 encuestas y el 41% de los resultados se inclinan al género masculino.

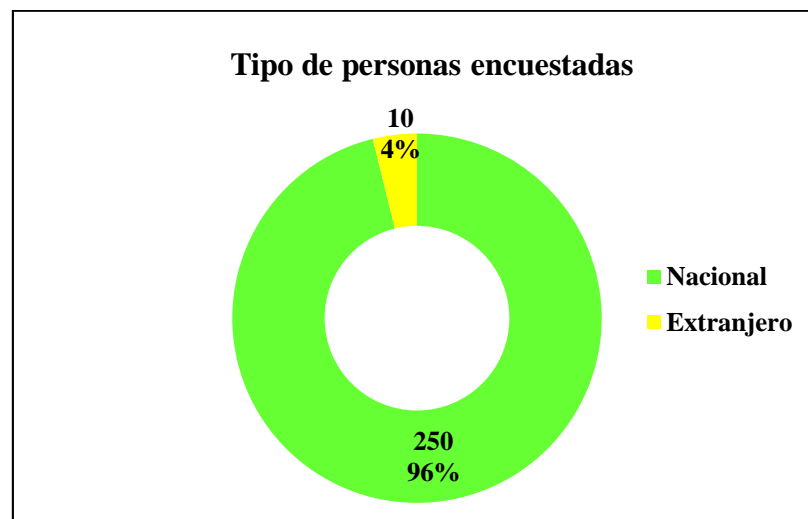


Figura 20. Porcentaje del tipo de personas sondeadas

Sobre un sondeo de 260 encuestados, se evidencia un 96% que da lugar a un número de 250 encuestas pertenecientes a los turistas nacionales, quedando con un 4% los turistas extranjeros.

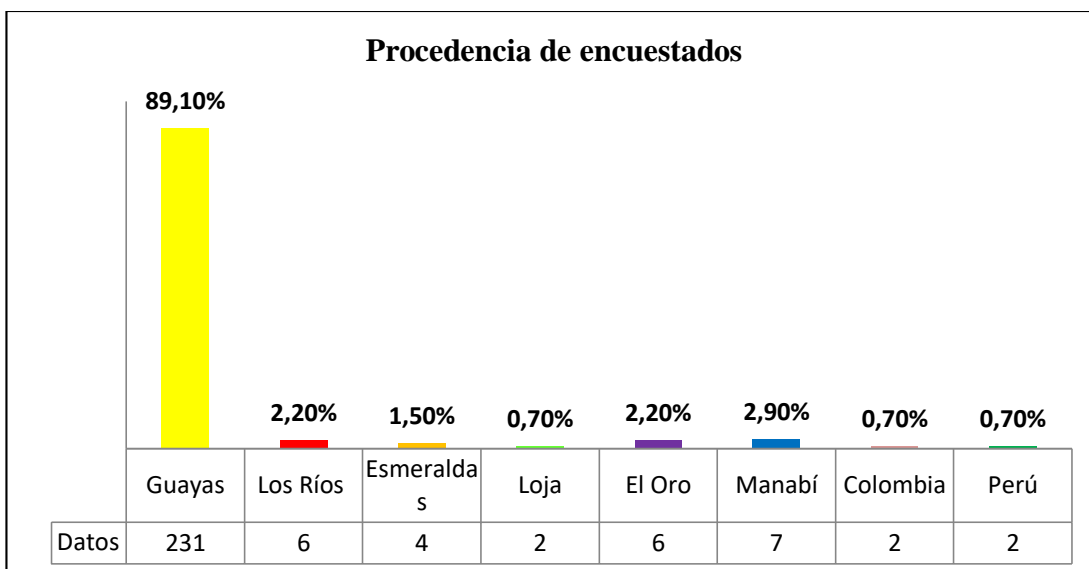


Figura 21. Porcentaje sobre la procedencia de personas sondeadas.

Respecto a la procedencia de los participantes sondeados, sobre un margen de 260 encuestas, se realizó una compilación mediante provincias y los dos únicos países con más afluencia de turistas en el país, en el cuál sobresalen entonces los habitantes de la provincia del Guayas con un 89,1% que representan un total de 231 encuestados, mostrando así, que el mercado idóneo para Puná es su misma provincia, seguido por Manabí con un 2,9%, El Oro y Los Ríos en igualdad de porcentaje con el 2,2%, la provincia de Esmeraldas con el 1,5% y finalmente la provincia de Loja y los países de Colombia y Perú con el 0,7% cada uno.

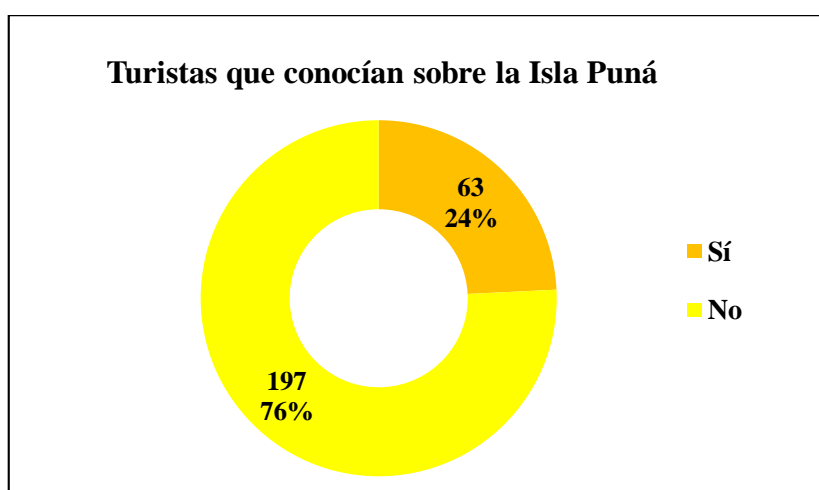


Figura 22. Porcentaje de conocimiento sobre la Isla Puná

El presente gráfico demuestra que el 76% de los turistas encuestados, correspondiente a un número de 197 personas, desconocían sobre la Isla Puná y sus comunas Bellavista y Cauchiche. Dentro de esta pregunta se consideró el conocimiento sobre el turismo ecológico y de sol y playa que la misma ofrece, en

cuanto al porcentaje restante perteneciente al 24%, arroja que sólo 63 personas tenían conocimiento previo sobre la isla. Tal resultado indica un claro y rotundo desconocimiento sobre este lugar turístico, lo cual indica que la promoción turística de las comunas Bellavista y Cauchiche debe ser abundante y exhaustiva.

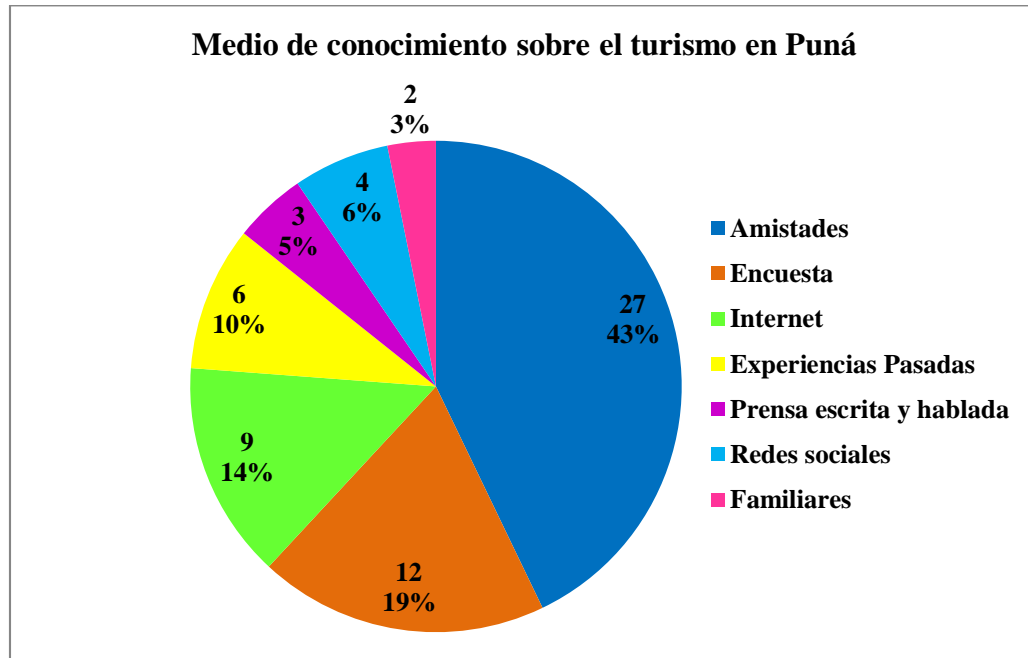


Figura 23. Porcentaje sobre los medios de conocimiento de la Isla Puná

De acuerdo a la procedencia del conocimiento sobre la Isla Puná y el turismo ecológico y de sol y playa, sobre un número de 63 personas, se notó que un 43% de los encuestados obtuvieron la información a través de amistades, significando un total de 27 encuestados, seguido con el 19% equivalente a 12 personas, por medio de la encuesta realizada, posteriormente el 14% procedente de información en internet, el 10% pertenece al rango de personas que conocían la isla a través de experiencias pasadas, en quinto lugar con un 6% se encuentra la información mediante las redes sociales, un 5% por medio de la prensa escrita y hablada y por último con un 3% de información otorgada por familiares. Los resultados comprueban la limitada publicidad que le dan a la Isla Puná, ya que el conocimiento por medio de amistades es una información de boca en boca, en su mayoría obtenido por grupos de personas que visitaron la Isla Puná por algún motivo académico investigativo.

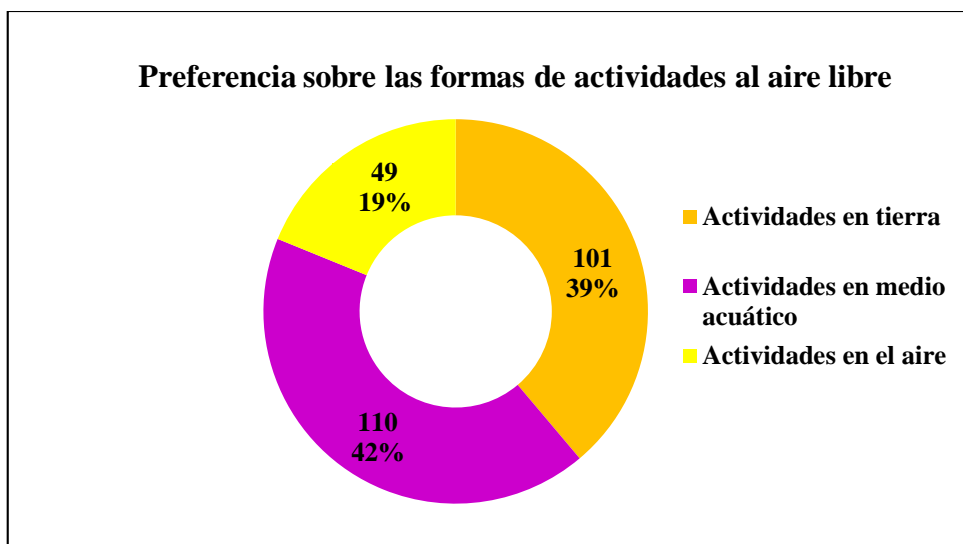


Figura 24. Porcentaje de preferencia sobre las actividades al aire libre

La figura estadística demuestra que la actividad destacada que los turistas preferirían realizar en estas comunas son las del medio acuático con un 42%, correspondiente a 110 personas sobre 260, seguidas por las actividades en tierra con el 39% de las encuestas y con un 19% de preferencia las actividades en el aire. Este dato coadyuva a las actividades a considerar para la propuesta fundamentada en el capítulo posterior.

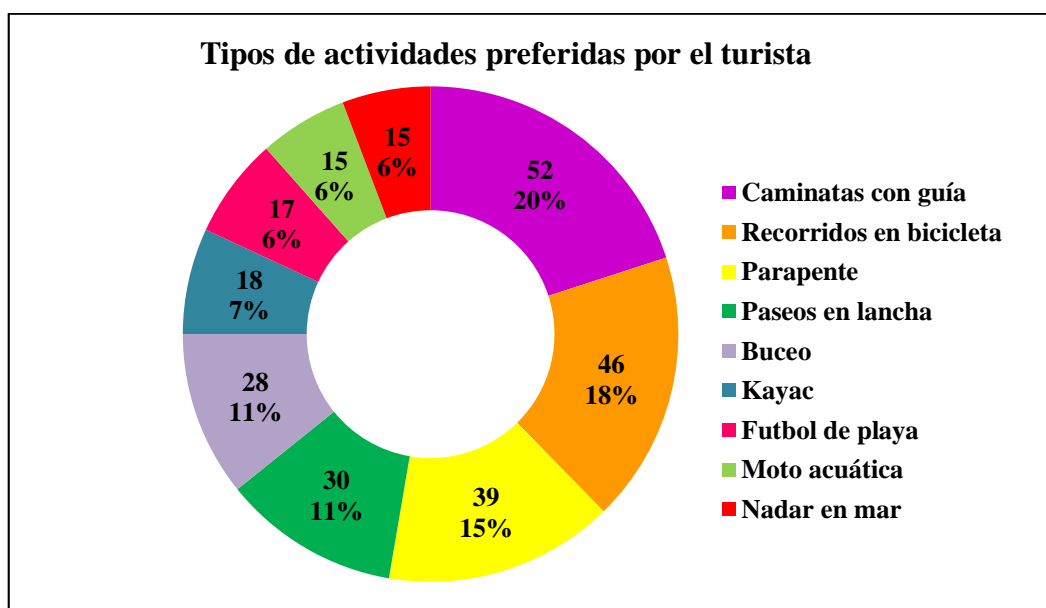


Figura 25. Porcentaje de actividades preferidas por el turista

Entre las actividades ideales para el turista a realizar en las comunas de Bellavista y Cauchiche, la encuesta arrojó un 20% de preferencia a las caminatas, dando lugar a 52 personas sobre 260 encuestas, en segundo lugar los recorridos en

bicicleta con el 18% aprovechando que el lugar se presta con flora y vegetación en abundancia, seguido por el parapente con el 15% de selección, como cuarta y quinta actividad se encuentran los paseos en lanchas y la actividad de buceo igualdad de porcentaje, 11%, el kayak con un 7%, tanto el fútbol de playa, motos acuáticas y la preferencia del uso del mar se poseionan en los 3 últimos lugares con un 6% aprovechando las riveras del mar y la extensión de playa.

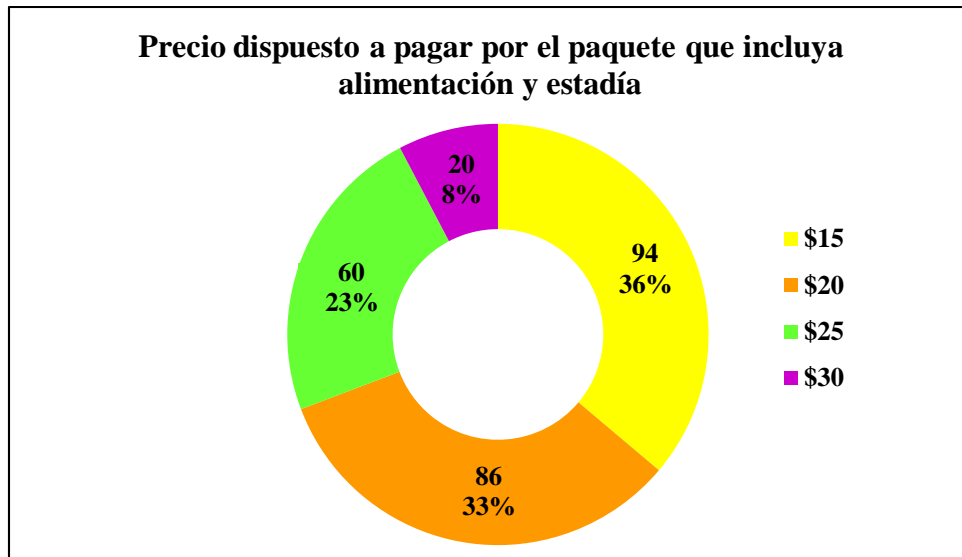


Figura 26. Porcentaje de precio acorde para el turista

Como cantidad dispuesta a pagar por las actividades elegidas por persona, se encuentra el 36% otorgado para la cantidad de \$15 dólares sobre un considerable número de 94 personas de 260, seguido por un 33% para la cantidad de \$20 dólares, esta posición no posee una vasta diferencia del primero, ya que fue resuelto por un total de 86 personas, dejando una diferencia única de 8 personas entre estos dos rangos de precios, en tercer lugar con el 23% dado para los \$25 dólares por persona y finalmente con un 8% de preferencia sobre los \$30 dólares. Dicho resultado genera una importante consideración al momento de generar importes para la propuesta.

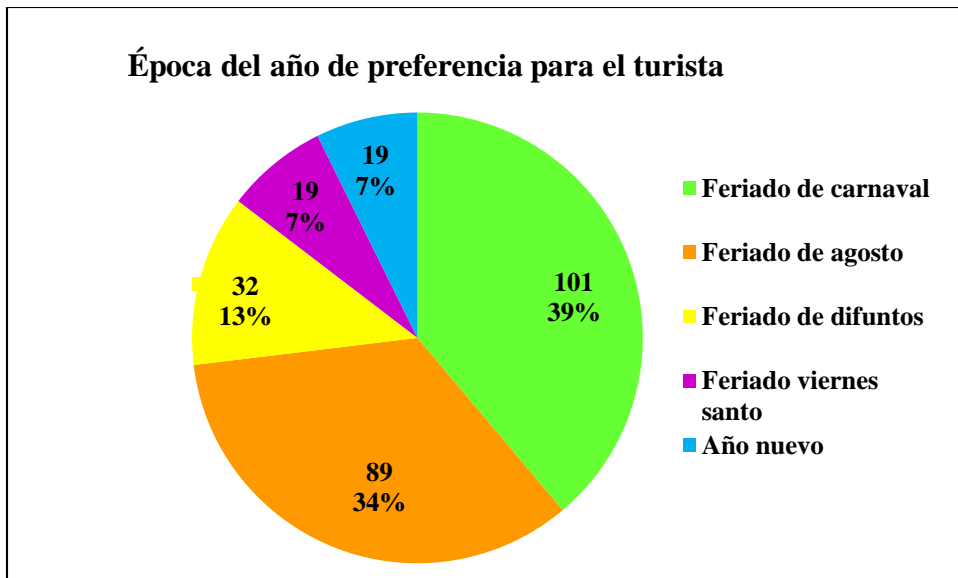


Figura 27. Porcentaje de época del año preferido por el turista

Para el turista, el feriado de carnaval es por excelencia el de mayor interés anual, por lo general acuden a los balnearios, es por ello que con un 39% de interés con 101 personas sobre 260, los turistas han elegido esta época como la idónea para realizar las actividades en las comunas de la Isla Puná, seguido por el feriado del mes de agosto con un 34% equivalente a 89 personas, 13% para el feriado de difuntos, 7% para el feriado de viernes santo y año nuevo, ambos con un total de 19 personas encuestadas.

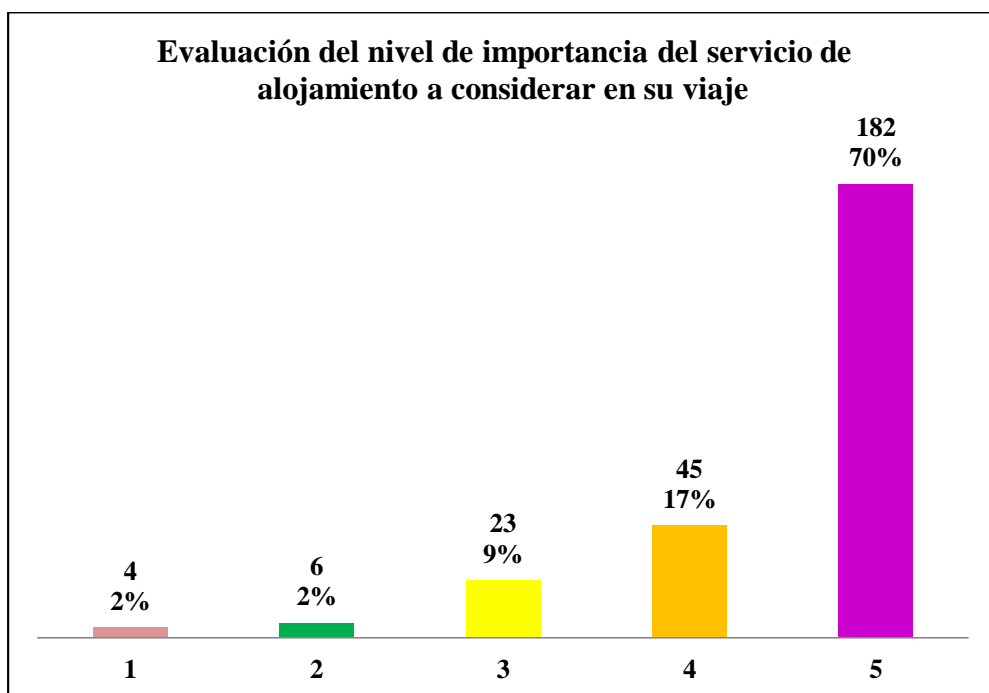


Figura 28. Porcentaje de evaluación sobre el alojamiento

Con un total de 260 encuestas, se determinó en un rango del 1 al 5 siendo el 5 el de mayor importancia y el 1 el de menor que, 182 personas (70%), consideraron al alojamiento como parte fundamental en un viaje, seguido con 45 encuestas (17%) en el rango de importancia nivel 4, para el nivel 3 se obtuvieron 23 encuestas (9%), posterior con 6 encuestas (2%) en el nivel 2 de importancia y por último con 4 encuestas a favor, en igualdad de porcentaje que el anterior, dadas al nivel de menor importancia. Lo que demuestra que el alojamiento en las comunas de Bellavista y Cauchiche, será uno de los primeros servicios de exigencia por el turista.

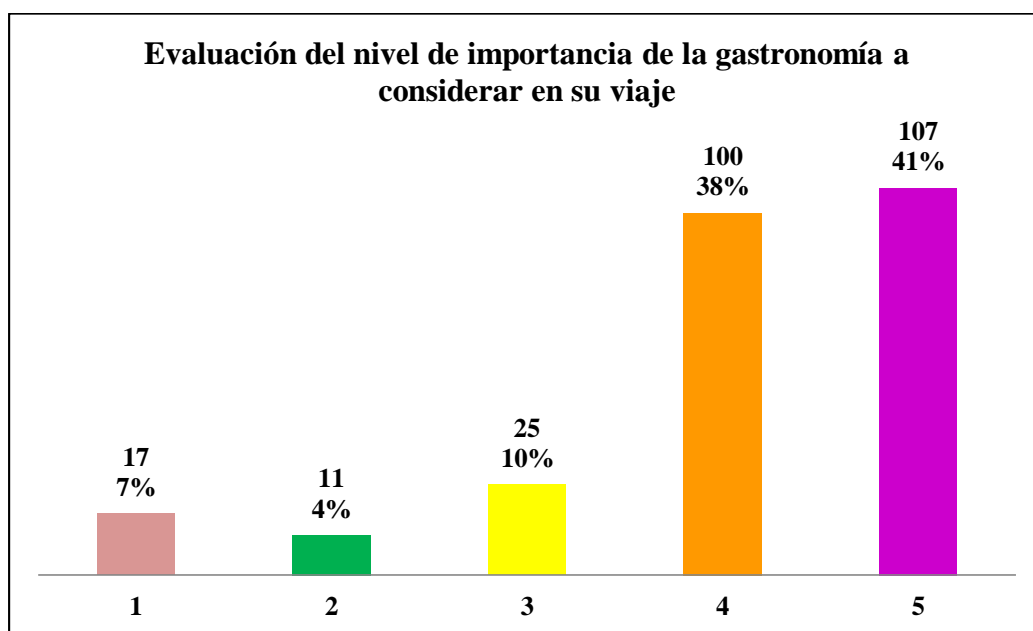


Figura 29. Porcentaje de evaluación sobre la gastronomía

Sobre 260 encuestas, se determinó en un rango del 1 al 5 siendo el 5 el de mayor importancia y el 1 el de menor que, 107 personas (41%) consideran primordial los alimentos y bebidas en un viaje, seguido con número de 7 encuestas de diferencia, se encuentra el nivel cuatro obtenido con 100 encuestados (38%), para el nivel 3 se obtuvieron 25 encuestas (10%), 11 personas (4%) para el nivel 2 y finalmente 17 (7%) de encuestas para el nivel 1. Comprobando así que la alimentación junto con el alojamiento serán los servicios más demandados por el visitante de Puná, así mismo, será considerable la atención puesta sobre estos servicios al momento de la proyección de la propuesta.

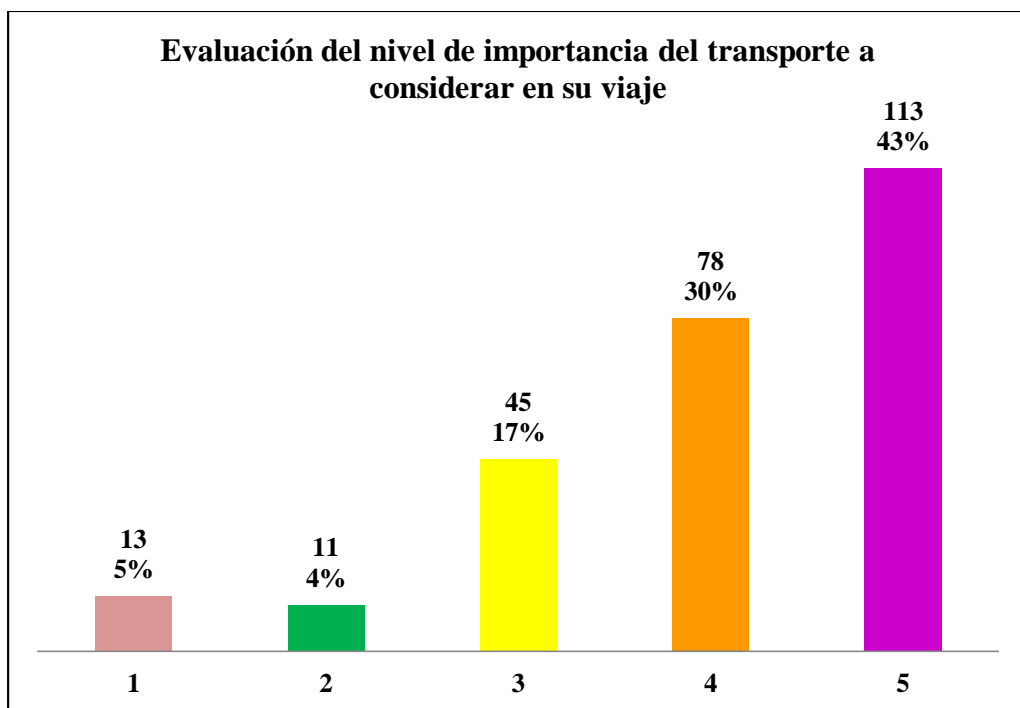


Figura 30. Porcentaje de evaluación sobre el transporte

En cuanto a transporte se refiere, sobre 260 encuestas, en un rango del 1 al 5 se obtuvo un total de 113 personas (43%) para el nivel cinco de importancia, seguido con 78 encuestas (30%) para el nivel 2, lo que aduce que el medio de transporte en un viaje sea corto o largo siempre será de mayor interés, 45 encuestados (17%) ubicadas en el nivel 3, 11 encuestas (4%) para el nivel 2 y con 13 encuestas se cierra el nivel 1 de menor importancia. En este punto de evaluación se considera entonces que los servicios de transporte deben ser mejorados por los habitantes de la Isla Puná, esto para el mayor confort de los visitantes, a su vez, con la entrada de más turistas se prevé necesario el incremento tanto de sus lanchas como vehículos dentro de la misma.

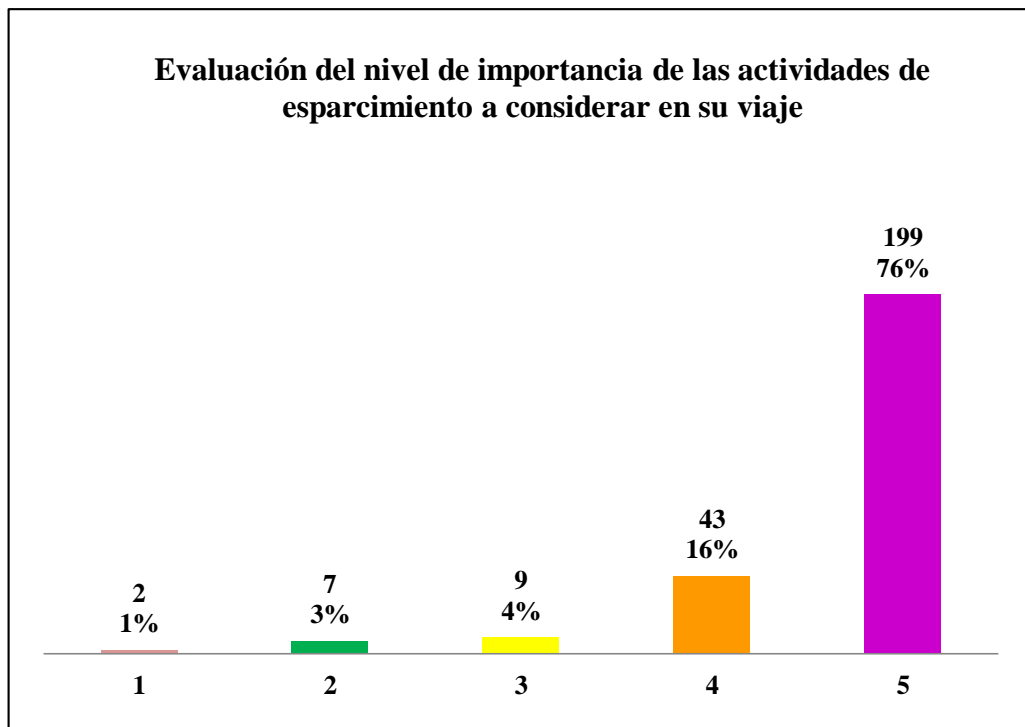


Figura 31. Porcentaje de evaluación sobre el esparcimiento

En lo que actividades de esparcimiento se refiere, sobre 260 encuestas realizadas se puede notar que uno de los motivos de viaje del turista, fuera del relax y descanso, se encuentran las actividades que puedan realizar dentro de su viaje como lo demuestra el nivel cinco de mayor importancia, con un total de 199 encuestas (76%), seguido al nivel dos con 43 encuestas (16%) , nueve encuestas (4%) para el nivel tres, siete encuestas (3%) para el nivel número dos y con dos únicas encuestas (1%) dadas para el nivel uno. Con dicho resultado se resuelve que las comunas deben incrementar las actividades de esparcimiento que ofrecen para la distracción plena del turista.

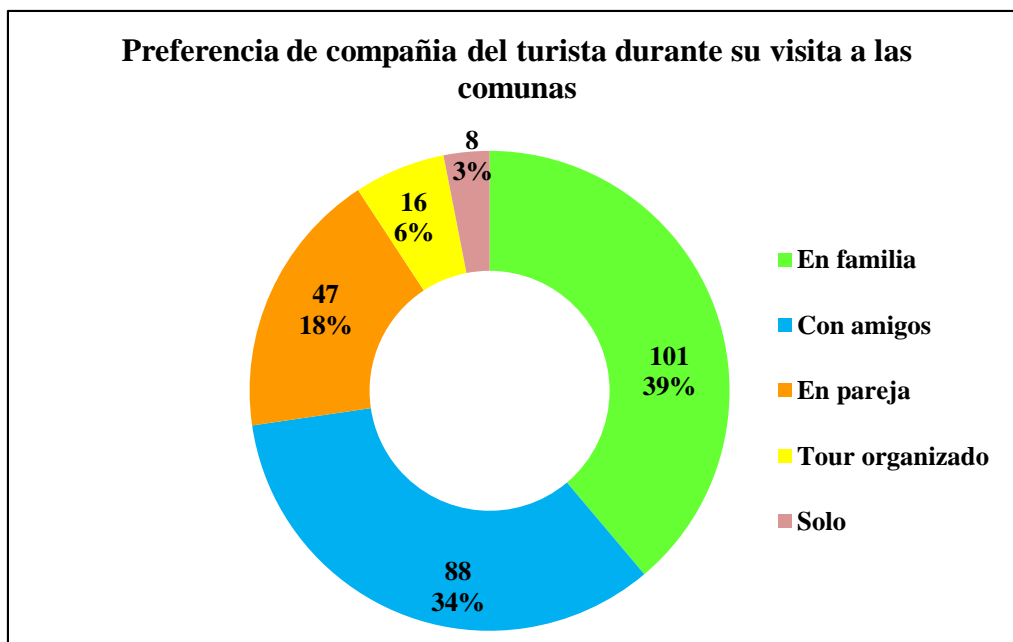


Figura 32. Porcentaje sobre la compañía de preferencia para el turista

Por comodidad del turista, se consultó sobre la prioridad de compañía durante su visita a las comunas de Bellavista y Cauchiche, mostrando sobre 260 encuestas, un claro 39% perteneciente a 101 personas que prefieren realizar sus viajes con familiares, seguido por la comodidad de viaje con amigos con un 34%, 88 personas, en tercer lugar con el 18% sobre los encuestados se consideró que este viaje se lo deba realizar con la pareja, con un 6% sobre los tours organizados y por último como una opción de viajar sólo se otorga el 3% de preferencia, con 8 personas.

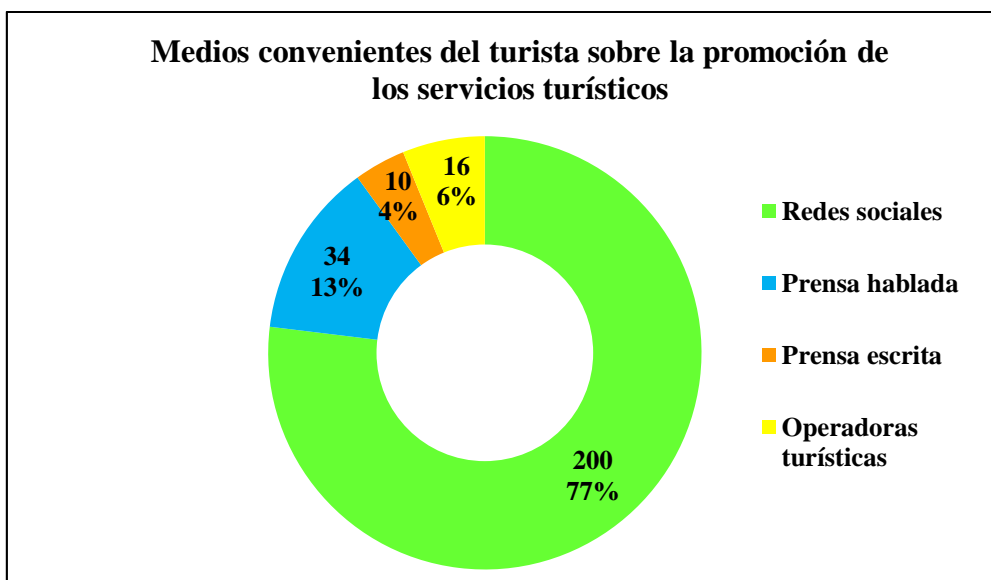


Figura 33. Porcentaje de medios informativos convenientes para el turista

Como medios de fácil y rápido acceso hacia la información sobre los servicios que las comunas Bellavista y Cauchiche ofrecen, se apertura el resultado estadístico sobre 260 encuestas, un 77% sobre las redes sociales con un número de 200 personas, siendo estas de mayor uso diario por las personas, en prensa hablada resaltó un 13% que corresponden a 34 encuestados, mediante operadoras turísticas como tercer lugar de medio de promoción con un 6% equivalente a 16 personas y finalmente con un 4% sobre la prensa escrita. Este resultado indica que las redes sociales tendrán que ser los medios más colmados de información turística sobre la Isla Puná y sus comunas, al mismo tiempo, las operadoras turísticas al posesionarse en un valioso tercer lugar, demuestra que es ineludible la implementación de un lugar que oferte únicamente los servicios de estas comunas, brindándole al turista un seguro y efectivo canal de información de las mismas.

Como conclusión sobre los resultados de la encuesta se destaca que la aceptación por parte del turista hacia la Isla Puná y sus dos comunas antes mencionadas es positiva. Lo que limita al turista es el desconocimiento de estos lugares existentes en el país y su oferta turística, así mismo se concluyó que el paquete a promocionar como parte de esta propuesta será aceptado por los encuestados, lo cual refleja que el turista obtiene un mayor confort sabiendo que pagará por un servicio que incluirá más de un servicio.

Entrevista al presidente de la Comuna Bellavista

¿Cuántos habitantes posee la comuna?

Somos 260 habitantes, pero actualmente estamos 120 establecidos.

¿Quién les ayudo a financiar el gasto a la comunidad para tener su título de tierra?

En el 2012 pudimos constituir la comuna, para poder hacer los trámites por que no son de la noche a la mañana. En el 2010 que yo entre como presidente de la comuna solo tenía 4 ministerial, gracias al gobierno que nos ha podido ayudar en cuanto al financiamiento hemos podidos salir adelante.

¿Cuál fue el primer proyecto que se realizó en la comuna bellavista y quienes participaron?

El proyecto de vivienda, el proyecto ya estaba aprobado en el 2010, en el 2011 arrancaron con las construcciones, las viviendas que en este momento se encuentra aquí. Contamos con 40 casas pero no tenemos un documento que conste que son nuestras viviendas y es una preocupación por nosotros al no tener un documento que certifique que es de nuestra propiedad.

¿Quiénes realizaron el proyecto de la implementación del puente con el que actualmente cuenta la comuna?

Miduvi nos colaboró con el proyecto, pero también el gobierno formo parte de la implementación. Nos benefició muchos porque gracias a ellos ahora tenemos mejor accesibilidad a la comuna, debido a que antes era muy complicado para poder trasladarse.

¿De acuerdo al turismo que nos podría comentar de qué manera se desarrolla el turismo en la comuna?

En cuanto al turismo aquí en la comuna de Bellavista mayormente se realiza en los feriados (carnal, semana santa. si usted se pregunta que por otros días no se lo realiza mayoritariamente es debido a la basura, si usted se podrá dar cuenta la basura nos asecha mucho y el aguaje nos empeora y son desechos de Guayaquil.

¿A quiénes ha solicitado que los ayuden para solucionar el problema de la contaminación?

Nosotros como comuneros hemos realizado varias mingas ecológicas, campañas y hemos trabajado todas las comunas en conjuntos. Lamentablemente la playa se mantiene solo 15 días limpia y es algo que hemos pedido ayuda a la prefectura del Guayas pero estamos sin respuestas o razón alguna.

Solo los bomberos o el gobierno Municipal nos han colaborado pero es algo que no se soluciones en sí.

¿Si nos referimos al Gobierno Municipal, nos podría comentar de manera o forma a beneficiado con ayuda a la comunidad Bellavista?

Por su puesto que el Gobierno porque aparte de habernos dado las casas, ellos realizaron un convenio plastigama para realizar tuberías de PVC y poder tener accesibilidad al agua, claro que no es apta para el consumo humano.

¿Cómo y de qué manera ustedes los comuneros ofertan su gastronomía?

En la playa se encuentran ubicadas seis cabañas por pertenecen a los comuneros, son dueños y propietarios porque ellos mismo las construyeron. Ellos los días feriados y festivos ellos preparan y vende ahí nuestra gastronomía a los turistas que viene a visitar la isla. Porque son de bajos recursos y no hemos tenido ayuda por ningún lado en cuanto al mejoramiento del turismo.

¿Qué les gustaría que Bellavista tenga de mejoramiento para el desarrollo en relación al turismo?

Pues si sería bueno que nos ayuden en cabañas y hospedaje, ya que por el momento contamos con el eco campamento pero no está apto para recibir al turista, claro que si el turista desea acampar por se le brinda la disponibilidad y espacio para poder realizarlo. Socio Bosque nos da un incentivo anual y de ello es que realizamos de poco a poco el mejoramiento de la infraestructura del eco campamento.

¿Dónde se hospedan los turistas que normalmente acceden a la isla?

Los turistas que muy pocos son los que acceden se los invita a hospedarse en la hostería Cauchiche por lo que ahí si cuenta con una buena infraestructura hotelera, por otra parte los que mayormente realiza el turistas en un full Day y en eso si les brindamos buen servicio a los turistas.

¿Qué actividades suele realizar más los turistas cuando viene a la isla?

Bueno por lo general vienen es a ser el avistamiento de las aves en general, aquí contamos con un guía quien los lleva hacia la isla de los pájaros. De ahí saben venir grupos de estudiantes o turistas que vienes hacer ciclismo por toda la playa y las zonas montañosas. Les gusta deleitar del marisco que realizan mediante la pesca o a su vez pesca deportiva, la concha el cangrejo.

¿Les gustaría contar con una operadora turística que les promocióne sus servicios turísticos?

Claro nos gustaría mejorar en la parte del turismo, nos encantaría que la isla sea más reconocida a nivel nacional y más visitada por los turistas. Contamos con hermosa vegetación: flora y fauna y con atractivos que la isla mismo nos brinda.

Entrevista al síndico de la Comuna Cauchiche

¿Número aproximado de habitantes de la comuna?

La comuna actualmente tiene alrededor de 360 habitantes y una población flotante de casi 200 personas.

¿Cuántos proyectos y planes posee la comuna?

Actualmente estamos trabajando en conjunto con el programa socio bosque otorgado por el Ministerio del Ambiente, el cual se encarga de cuidar y salvaguardar la caza de la fauna local. Como planes están en estimación la legalización de tierras y el centro de turismo comunitario.

¿Indique los atractivos principales por los cuáles su comuna es visitada?

Primero por sus playas ya que poseemos alrededor de dos kilómetros de largo, luego por el manglar, las aves y el bosque en la montaña.

¿Quiénes mantienen los atractivos y servicios de la comuna?

Nosotros, mediante un aporte mensual que hacemos los miembros de la casa comunal, así mismo, la gente de aquí está designada con sus tareas ya sean mensuales o semanales, que comprenden en limpieza general de la comuna, mingas, entre otras.

¿Qué tipo de turistas reciben temporalmente?

Los turistas que más llegan a la comuna son de Guayaquil o de Posorja, pero hay otro grupo que no consideramos turistas ya que solo llegan a realizar estudios o trabajos de universidad, por lo cual no generan muchos ingresos para la comuna.

¿De qué instituciones ha recibido aporte la comunidad para su crecimiento?

Primero el grupo Nobis desde el año 2010, el Miduvi con las casas, el Ministerio de Agricultura, con la ayuda de huertos orgánicos para la comuna, así mismo el gobierno envía un ingeniero veterinario para la esterilización de los animales.

¿Cuál es el gasto promedio del turista que visita la comuna?

En alimentación se gasta alrededor de \$7,50 por las tres comidas diarias, en alojamiento dependiendo del número de visitantes pero el precio del hospedaje es de \$20 y junto con los gastos complementarios incluyendo transporte se podría hablar de unos \$42 a \$45 dólares diarios. Dependiendo también si es turista nacional o extranjero, ya que los extranjeros gastan más.

¿Por qué no poseen un embarcadero como el de la comuna Bellavista?

Nosotros si contábamos con una hace más de cinco años, de hecho el paso peatonal fue construido para ese fin, para brindarle una seguridad al turista al momento de ingresar a la comuna, pero como la asociación de lancheros pertenece a Bellavista, decidieron no ingresar hasta acá, por motivos de competencia.

¿Cuáles considera usted las tres actividades más productivas de la comuna Cauchiche?

En primero lugar sin duda la ganadería, seguido por la agricultura de todo tipo de frutas, los mismos que nos sirven como sustento diario e ingreso de dinero y pero último el turismo, aunque somos más concurridos que Bellavista pues los ingresos son pocos por el escaso ingreso de turistas, pero si pensamos continuar ejerciendo el turismo en la comuna.

¿Poseen algún programa de capacitación turística?

Sí, desde el 2010 llega una persona de Guayaquil a capacitar a las personas que participan del turismo en la comuna, hemos realizado hasta el momento capacitaciones de restaurantes, elaboración y manejo de los alimentos, atención al cliente, entre otros.

¿Qué mejoras les gustaría tener para un desarrollo completo del turismo en Cauchiche?

Pues como en muchas comunas vecinas, la necesidad es grande, pero lo vital es el agua potable, sin agua no se puede realizar mayor cosa, así mismo que el Gobierno y los Municipios, promocionen a la comuna para atraer a los turistas.

¿Estaría de acuerdo en la implementación de una operadora turística, que, a más de ofrecer sus servicios, reúnan un gran número de turistas para la comuna?

Totalmente de acuerdo, en ese caso la comuna trabajaría junto con un medio seguro de clientes y así los habitantes nos esmeraríamos más en el desarrollo de los servicios que tenemos.

Conclusión de las entrevistas

Se ha concluido a través de las respuestas generadas por los directivos de ambas comunas, que están prestos al nexos con una operadora turística que les ayude a vender sus servicios, siempre y cuando ellos sean los que participen del mismo, sin terceras personas de por medio. Así mismo se conseguirá un mayor interés sobre el cuidado y mantenimiento que los comuneros generarán hacia sus servicios, generando un ganar-ganar tanto para el turista que visite un lugar atractivo y limpio, como para ellos con el auge de su comuna.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UNA OPERADORA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DE PAQUETES DE SERVICIOS TURÍSTICOS PARA LAS COMUNAS BELLAVISTA Y CAUCHICHE

Introducción

Ecuador es un país con un enorme potencial turístico, lo que genera el desplazamiento del turista nacional y extranjero en búsqueda de un sinnúmero de atractivos y servicios turísticos, por tal motivo es primordial la existencia y permanencia de empresas dedicadas a la organización y acopio de servicios y facilidades turísticas, para la disposición y comodidad plena que demanden los turistas que se interesen en el turismo interno. Ante este mercado, se realiza la implementación de una operadora turística que ofrezca y enmarque los servicios turísticos existentes en las comunas de Bellavista y Cauchiche, de tal manera que se comercialice únicamente la venta de paquetes turísticos de la zona, tanto a nacionales como extranjeros, para el auge del turismo en dichas comunas.

De acuerdo a la situación planteada, es indispensable recalcar los servicios turísticos que brindan los habitantes de las comunas, ya detallados en el capítulo tres, los cuáles sustentan la ejecución de la operadora turística. Por otro lado la pregunta número siete de la encuesta efectuada a los turistas, demuestra que los servicios de alojamiento, recreación y transporte son primordiales en la realización de sus viajes, en segundo plano, pero no menos importante, se ubica la alimentación. Con este último soporte se reafirma la existencia de la operadora turística para Bellavista y Cauchiche.

Por otra parte es mayor importancia fijar el tiempo de disponibilidad de los comuneros para la realización de las actividades turísticas; resultando que en las comunas Bellavista y Cauchiche los visitantes en su mayoría disponen de 2 a 3 días para dedicarse a realizar las actividades estimadas.

A su vez es necesario tener mucho en cuenta un promedio equitativo de los precios que los turistas estarían dispuesto a pagar por los distintos servicios turísticos que se ofrecerán, por eso se determinó que los turistas están dispuesto a pagar un promedio de \$25 por día, pero si se le incrementa el servicio de alimentación \$10 y por el servicio de alojamiento están dispuesto a pagar un promedio de \$15 por noche.

También es necesario saber la preferencia de tipo de turismo que al turista le gustaría realizar, ya que en la isla, los comuneros están dispuestos a realizar turismo comunitario, turismo de aventura, ecoturismo, pero por otro lado en turismo local se destaca el turismo de sol y playa.

Por último es primordial saber dónde se debería ubicar la operadora turística, por lo que la población ha manifestado que la ciudad de Guayaquil es idónea para que funcione la misma debido al mayor número de habitantes que posee dentro de la provincia del Guayas, lo cual atraerá un alto número de turistas, sin antes mencionar que el fin de la operadora es para que elabore, organice y venda paquetes turísticos con la participación de los comuneros encargados de los tours.

JUSTIFICACION

La propuesta que se plantea, cuyo fin es mejorar los servicios de la organización de los viajes a través de la venta de los paquetes turísticos por parte de la operadora turística, hacia los perfiles del brazo de mar y las islas que se encuentran cerca para la población de la ciudad de Guayaquil, es fundamental porque se conseguirá beneficios económicos y aportar el desarrollo turístico de la Isla Puná y a su vez el mayor potencial de los atractivos turísticos de las comunas como del país.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivos generales

- Implementar la operadora turística en la ciudad de Guayaquil para dar a conocer y brindar los servicios turísticos de las comunas Bellavista y Cauchiche a través de la venta de paquetes turísticos.

Objetivos específicos

- Diseñar paquetes turísticos acordes a las necesidades del turista y a los servicios de las comunas
- Determinar la base de marketing de la operadora turística
- Evaluar económicamente la propuesta

MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Macro localización

Se determinó que la localización de la operadora turística sea en la ciudad de Guayaquil, ya que el mayor índice de turistas provenía desde esta ciudad, todo esto basado en los resultados obtenidos de las encuestas. Según los World Travel Awards (2016) la ciudad de Guayaquil obtuvo por primera vez el premio en la categoría de, Principal destino de viaje de negocios de América del Sur 2016, compitiendo entre países como Colombia, Argentina, Perú, entre otros.



Figura 34. Macro Localización. Tomado de “Google Maps”, 2016, recuperado de <https://www.google.com.ec/maps>

Micro localización

La ubicación de la operadora turística será en el centro de la ciudad de Guayaquil, en la calle 9 de Octubre entre Los Ríos y Esmeraldas, edificio Finansur, piso 7 oficina 2. Al situarse en el eje de la ciudad, la localización es considerada como punto estratégico por la masiva circulación de turistas, universitarios, empresarios, a su vez, está rodeada por zonas bancarias, de restauración, educativa, hotelera, farmacias, entre otras.

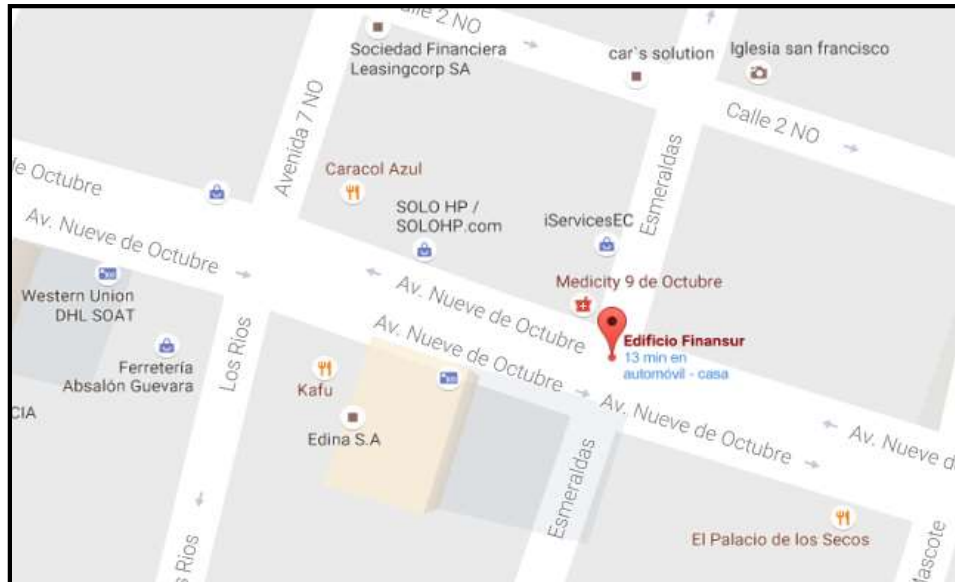


Figura 35. Micro Localización. Tomado de “Google Maps”, 2016, recuperado de <https://www.google.com.ec/maps>

Razón social

BYCOT S.A

Nombre de la empresa



Figura 36. Slogan de la operadora turística

Se tomó el nombre de B&C TOURS, porque al revisar si ya existía el este nombre en los registros del Ministerio de Turismo, se constató que era un nuevo y original. Por ese motivo se sugirió poner las iniciales de nuestros apellidos, para que guarde relación con los socios de la empresa.

Slogan

El slogan “Tu experiencia por contar”, se propuso por qué es lo que se desea como operadora turística, que el turista tenga momentos únicos dentro de la Isla Puná

y en cada uno de sus recorridos, a su vez, que los mismos se conviertan en experiencias por contar generando una promoción de boca a boca hacia los demás.

Horarios de Funcionamiento

Ofrecerá sus servicios de turísticos en sus siguientes horarios:

- Lunes a viernes (09:00am - 17:00pm)
- Sábados y domingos (09:30 - 18:00pm)

Tamaño y distribución física del espacio

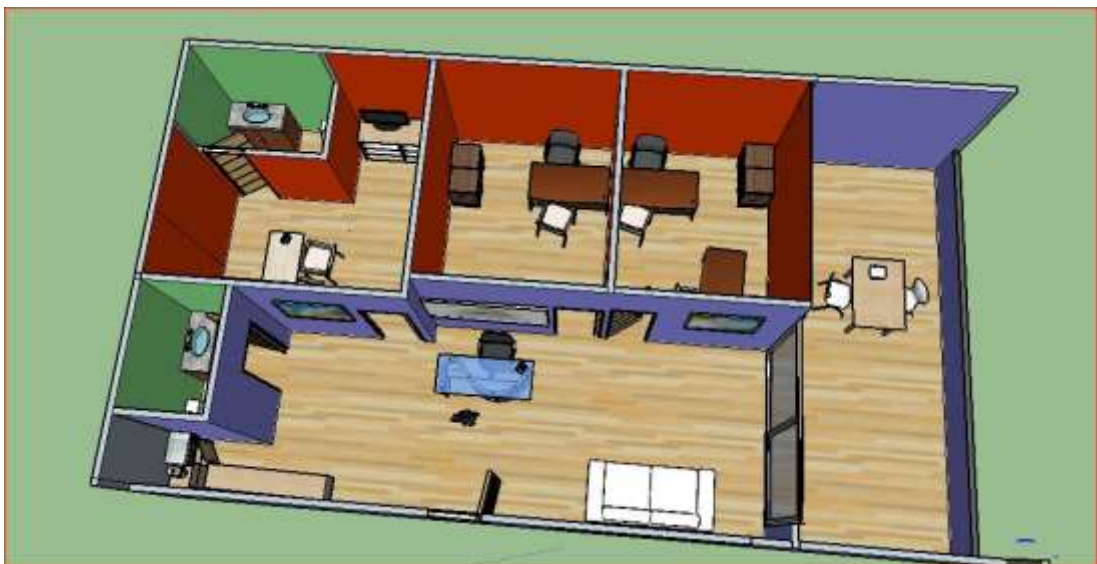


Figura 37. Distribución del espacio de la operadora turística

La oficina posee 70 m², comprendida con cinco ambientes designados para una gerencia administrativa, área de operador turístico, área contable, área de marketing que trabajará en conjunto con el asistente de ventas y el área de recepción.



Figura 38. Área de recepción y entrada a la operadora turística

Al entrar a la operadora, el cliente será atendido por la recepcionista, la misma que le brindará la información inicial para luego canalizar la el requerimiento del cliente al área correspondiente. El espacio de recepción y espera de los clientes posee una capacidad para cinco personas.



Figura 39. Segunda perspectiva de la entrada y los ambientes de trabajo.

Adicionalmente, la oficina contará con un baño para uso del personal y de los clientes, así también contará con un espacio de cafetería que a su vez será abastecido para el consumo del cliente en momentos de espera.

PROPUESTA ADMINISTRATIVA

Misión

Brindar el mejor servicio de recreación y esparcimiento, superando las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros, siendo el de mejor calidad, ayudando a los impactos ambientales y promocionándolos atractivos turísticos de Ecuador.

Visión

Ser una operadora turística comprometida con los clientes, brindando mayor confianza, con las opiniones y criterios de los turistas con sus experiencias.

Planificación

Para un mejor logro de la misión de la operadora turística será necesario plantear objetivos que faciliten el alcance de la misma.

- Contar con el personal capacitado, información adecuada y materiales necesarios.
- Diseñar diferentes circuitos turísticos de acuerdo a la preferencia del visitante para que los clientes mayor distracción.
- Realizar cursos de capacitación cada año de nuevos temas para que el personal este altamente actualizado y brindar un servicio de calidad.

Para el cumplimiento de la visión de la operadora turística B&C TOURS se plantearán los siguientes objetivos:

- Realizar cada año un estudio de mercado en la isla para saber en qué comunas hay la mayor afluencia turística para determinar el nivel de aceptación de la operadora
- Diseñar productos y circuitos turísticos a nivel nacional para captar mayor número de turística y obtener ingresos económicos.

Valores

- Puntualidad
- Respeto
- Honestidad
- Lealtad
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo

Políticas de recursos humanos

- Capacitar al personal cada 6 meses sobre temas turísticos.
- Comunicados de las leyes y reglamentos al personal para mantenerlos al día.
- Otorgar los materiales y recursos para el buen desarrollo del servicio.

Políticas de compra para proveedores

La investigación de mercado sirve para conocer a cerca de los proveedores de equipos, y otros materiales que se necesita para vender las mercaderías o servicios.

- Elegir proveedores que cumpla con los requerimientos que solicita la empresa.
- Permanecer en contacto y versificar proveedores.
- Mantener estándares de calidad que fueron asignados en la empresa.
- Establecer condiciones de pagos.

Políticas de ventas

- Establecer futuras relaciones con las operadoras designadas
- Establecer las condiciones al pie de margen con respecto a la compra.

Políticas de reservación

- Las reservaciones serán por vías telefónicas, correo y personalmente.
- Para la reservación que desee realizar el turista deberá cancelar el 50% del precio del paquete una hora antes.

Políticas de pago

Los pagos pueden ser efectivos directamente en la operadora, o puede ser de transferencia bancaria.

Políticas de reembolso

Una vez hecha la cancelación del 50% con antelación, en caso de no poder realizar el tour o viaje se le devolverá el 20%, por que los 30% restantes serán por los pagos administrativos.

Organigrama Funcional

El siguiente organigrama funcional está estructurado con un Gerente General al mando de la operadora turística, la misma que será ejecutada por una de las socias de la empresa, seguido por una recepción, el área de operaciones turísticas, que la desempeñará la segunda y última socia, continuando con contador fijo para la empresa, un Jefe de Marketing que actuará de la mano con el asistente de ventas.

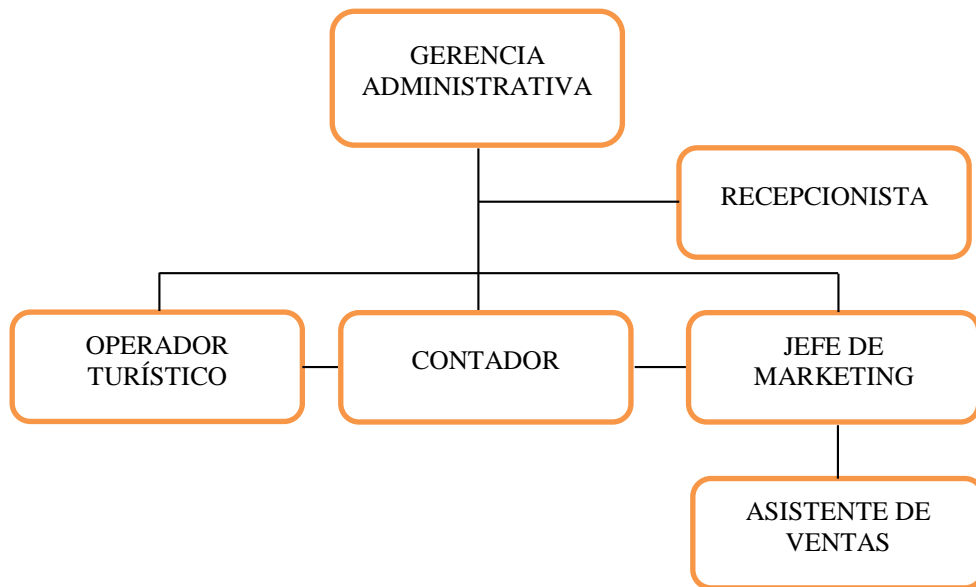


Figura 40. Organigrama funcional de la operadora turística

Perfil profesional

Se detalla a continuación el perfil profesional que requiere el integrante de la operadora turística:

1. Gerente

- Ingeniera en administración de empresas
- Conocimientos de la leyes del país
- CPA
- Manejos de paquetes computacionales
- Trabajar en equipo
- 3 años de experiencia

2. Personal de Marketing

- Licenciatura en marketing
- Conocimientos en investigación de mercado
- Actitud para las relaciones publicas
- Trabajar en equipo
- Idioma ingles
- Conocimientos de los negocios y rentabilidad
- 3 años de experiencia

3. Recepcionista

- Tecnología en administración
- Amplio conocimiento sobre atención al cliente
- Conocimiento en administración y práctica comercial
- Manejo de un segundo idioma nivel intermedio
- Excelente redacción y ortografía
- Brindar apoyo a todas las áreas
- 2 años de experiencia en cargos similares

4. Guía

- Tener título de guía nativo o naturalista
- Poseer datos históricos y una amplia cultura general
- Poseer mayor conocimiento de la isla
- Puntualidad y Honradez
- Dominio de Idioma
- Tolerancia y cordialidad en el trato
- Buena presencia y debidamente identificado
- Experiencia comprobada
- Manejo de un segundo idioma

5. Contador

- Licenciatura en contabilidad CPA
- Conocimiento en obligaciones tributarias
- 3 años de experiencia en cargos similares

6. Operador Turístico

- Tener título mínimo en Licenciatura en Administración Hotelera y Turística
- Poseer conocimiento de estructuración de paquetes.
- 2 años de experiencia en áreas turísticas
- Nivel avanzado del idioma inglés y un tercer idioma

Estrategia de promoción

Como estrategia de promoción tenemos la creación de una página web la cual tendrá un costo de \$70,00 por la única creación, seguido por un banner que será ubicado en la entrada de la oficina el cual su costo será de \$60,00, seguido por información repartida en las principales calles de la ciudad de Guayaquil, a través de trípticos, volantes y tarjetas de presentación.

Tabla 2

Estrategia de promoción de B&C Tours

Recursos	Frecuencia	Precio
Diseño de página web	Una sola vez	\$70,00
Banner 1,5 m por 3 m de largo	Una sola vez	\$60,00
1000 Trípticos a color	Tres veces al año	\$ 130,00
2000 Volantes b/n	Tres veces al año	\$ 60,00
1000 Tarjetas de presentación	Anual	\$50,00
Total		\$370,00

Paquetes dispuestos por B&C Tours

Los paquetes que se ofrecerán estarán bajo el cargo de los directivos de ambas comunas, quienes ejecutarán los servicios dispuestos para los turistas que la visiten. A continuación se detallan los dos paquetes propuestos por B&C TOURS conforme a la información previa de necesidades y requerimientos de los turistas.

PAQUETE #1 FULL DAY EN PUNÁ

Tabla 3
Opción 1 del Full Day en Puná

OPCION 1 ACTIVIDADES	COSTO
TRANSPORTE	
Bus	10,00
Lancha	3,00
Transporte dentro de la isla	2,00
ALIMENTACIÓN	
Coctel de bienvenida	1,00
Box lunch	2,00
Almuerzo	3,50
Guía Turístico	10,00
SUBTOTAL	31,50
14% IVA	4,41
10% SERVICIO	2,75
TOTAL	38,66

Tabla 4
Opción 2 del Full Day en Puná

OPCION 2 ACTIVIDADES	COSTO
TRANSPORTE	
Bus	10,00
Lancha	3,00
Bicicleta	5,00
ALIMENTACIÓN	
Coctel de bienvenida	1,00
Box lunch	2,00
Almuerzo	3,50
Guía Turístico	10,00
SUBTOTAL	34,50
14% IVA	4,83
10% SERVICIO	3,45
TOTAL	42,78

El paquete uno incluye dos opciones a escoger para el turista, la primera se trata del recorrido mediante el transporte que ofrecen las comunas y como segunda opción se ha considerado una distinta forma de recorrido al del uso de bicicleta para el fin del mismo. Esta consideración se la realizó en base a los turistas que no deseen o se les imposibilite el recorrido a pie y a su vez para aquellos que quieren atreverse a disfrutar de una experiencia del ciclismo a las riveras del mar.

TOUR INCLUYE:

- Transporte terrestre Guayaquil – Posorja - Guayaquil
- Transporte Posorja – Isla Puná -Posorja
- Alimentación: Almuerzo en Cauchiche
- Coctel de Bienvenida
- Servicios del Guía

ACTIVIDADES A REALIZARSE:

- Avistamiento de flora y fauna en la Isla de los Pájaros
- Visita y momento de recreación en la comuna Bellavista
- Visita y almuerzo en Cauchiche
Opción 1: Recorrido en bicicleta con guía por la comuna hasta Cauchiche
Opción 2: Actividades deportivas (futbol y voley) en Cauchiche
- Visita a la casa comunal
- Regreso a Bellavista - Posorja

NO INCLUYE:

- Comidas Adicionales
- Bebidas Alcohólicas

PRECIOS:

- Adultos \$ 38.66.
- Niños, Estudiantes y Adultos Mayores \$ 19,33.
- Niños menores de 5 años sin costo.

NOTA IMPORTANTE:

- Previa reservación con el 50%.
- Tiempo de reservación una semana antes de la fecha de visita.

ITINERARIO DE VIAJE

Concentración del grupo en las afueras de la oficina B&C TOURS, a las 08h00 a.m. para tomar el bus y trasladarse a la parroquia de Posorja, se prevé un aproximado de viaje de dos horas, al momento de la llegada se brindará el box lunch, para posteriormente dirigirse hacia las embarcaciones de la parroquia y tomar la lancha alrededor de las 10h30 hacia la Isla de los Pájaros y realizar el avistamiento de flora y fauna del lugar, el tiempo estimado de llegada y parada será de 30 minutos. Luego se realizará el viaje hacia la Isla Puná, comuna de Bellavista, el tiempo estimado de llegada será de 15 minutos, una vez en la zona se brindará el coctel de bienvenida por parte de los habitantes de la comuna para proceder con el inicio del recorrido y visita dentro de la misma donde se determinará un tiempo de una hora y media para la recreación y disfrute del mar, luego se tomará un vehículo o bicicleta, que los dirigirá hacia la comuna de Cauchiche donde se brindará el almuerzo con mariscos de la zona, el tiempo estimado de llegada y alimentación será de una hora y media, para proceder con la visita en Cauchiche se estimará un aproximado de dos horas, quince minutos para quienes deseen realizar el recorrido en bicicleta (opción 1) y la misma igualdad de tiempo para quienes prefieran realizar

deportes de playa en las riberas de Cauchiche. A las 17h00 se retorna hacia la comuna de Bellavista para tomar las lanchas en un aproximado de 10 minutos y estimar un tiempo de llegada a Posorja a las 17h40, donde el bus estará esperando por los turistas para el regreso a la ciudad de Guayaquil, donde serán direccionados al mismo punto de encuentro, donde finalizarán los servicios.

PAQUETE #2 SOL Y LUNA EN PUNÁ (2D-1N)

Tabla 5
Paquete Sol y Luna en Puná

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
TRANSPORTE			
Bus	7,00	7,00	14,00
Lancha	3,00	3,00	6,00
Transporte dentro de la isla	1,00	6,00	7,00
ALIMENTACIÓN			
Desayuno	-----	2,75	2,75
Box lunch	-----	2,00	2,00
Almuerzo	3,50	3,50	7,00
Cena	3,00	-----	3,00
ALOJAMIENTO			
Hostería Cauchiche	17,00	-----	17,00
Guía Turístico	6,00	6,00	12,00
SUBTOTAL	40,50	30,25	70,75
14% IVA			9,91
10% SERVICIO			7,08
TOTAL			87,74

TOUR INCLUYE:

- Transporte terrestre Guayaquil – Posorja - Guayaquil
- Transporte Fluvial Posorja – Cauchiche –Posorja
- Coctel de Bienvenida
- Alimentación: desayuno, almuerzo y cena
- Servicios del Guía
- Hospedaje

ACTIVIDADES A REALIZARSE:

DIA 1

- Avistamiento de flora y fauna en la Isla de los Pájaros
- Recorrido al manglar de Bellavista y recolección de cangrejos.
- Almuerzo y cena en la Comuna Cauchiche
- Hospedaje en la Hostería Cauchiche
- Fogata en la playa.

DIA 2

- Desayuno
- Recorrido por las riberas de Cauchiche y visita al eco-campamento Catoir
- Visita a la planta purificadora de agua subterráneas en Cauchiche
- Visita al Museo de Estero de Boca
- Almuerzo en Bellavista
- Tiempo libre para actividades deportivas y recreacionales en la playa.
- Regreso a Posorja

NO INCLUYE:

- Comidas Adicionales
- Bebidas Alcohólicas

PRECIOS:

- Adultos \$87,74
- Niños, Estudiantes y Adultos Mayores \$43,87
- Niños menores de 5 años sin costo.

NOTA IMPORTANTE:

- Previa reservación con el 50%.
- Tiempo de reservación una semana antes de la fecha de visita.

ITINERARIO DE VIAJE

DÍA 1

Concentración del grupo en las afueras de la oficina B&C TOURS, a las 08h00 a.m. para tomar el bus y trasladarse a la parroquia de Posorja, se prevé un aproximado de viaje de dos horas, al momento de la llegada se brindará el box lunch, para posteriormente dirigirse hacia las embarcaciones de la parroquia y tomar la lancha alrededor de las 10h30 hacia la Isla de los Pájaros y realizar el avistamiento de flora y fauna del lugar, el tiempo estimado de llegada y parada será de 30 minutos. Luego se emprenderá el viaje hacia la Isla Puná, comuna de Bellavista, el tiempo estimado de llegada será de 15 minutos, una vez en la zona se brindará el coctel de bienvenida por parte de los habitantes de la comuna para proceder con el recorrido en lancha por el manglar y realizar la actividad de recolección de cangrejos, se prevé un estimado de tiempo de dos horas. Luego se brindará una media hora para que el turista disponga de las duchas en la playa de Bellavista si fuere necesario, continuando con el recorrido se procederá a tomar el transporte

hacia la comuna de Cauchiche, donde se servirán los alimentos del medio día en un tiempo estimado de 45 minutos, para proceder a visitar la casa comunal donde se les dará una bienvenida y breve introducción sobre la zona. A las 15h30 se dirigirán hacia la hostería Cauchiche, tomando un aproximado de caminata de 15 minutos, instalación en las villas de la hostería y cena a las 19h00 en los comedores de la misma. Se realizará una actividad recreativa con fogata fuera de la hostería por parte del encargado del sitio de alojamiento, con una duración de una hora y quince minutos para proceder a pernoctar en las villas.

DÍA 2

Se inicia el segundo día de recorrido a las 8h30 tomando el desayuno en los comedores de la hostería, luego se emprende la caminata por las riberas de Cauchiche y visita al eco-campamento Catoir, se retorna hacia la hostería para recoger las pertenencias y continuar con el recorrido hacia la planta purificadora de agua subterráneas en Cauchiche, a las 11h00 se toma el transporte que los dirigirá hacia el museo de la comuna Campo Alegre, a las 13h15 se direccionan a la comuna Bellavista donde se brindará el con mariscos de la zona y acto seguido se determinará dos horas y media para el disfrute del mar y realización de deportes de playa. A las 17h15 se tomarán las lanchas hacia el malecón de Posorja, estimando un tiempo de viaje de 30 minutos por las condiciones del mar, donde el bus estará esperando por los turistas para el regreso a la ciudad de Guayaquil donde serán direccionados al mismo punto de encuentro, donde finalizarán los servicios.

RECOMENDACIONES GENERALES DE VIAJE

Que llevar al momento de realizar tú viaje a la Isla Puná y sus comunas:

- ✓ ropa cómoda y fresca
- ✓ zapatos deportivos para las caminatas de preferencia
- ✓ gorra, terno de baño y protector solar
- ✓ repelente de mosquitos
- ✓ cámara fotográfica y de video
- ✓ largavistas
- ✓ fundas plásticas para almacenamiento de documentos personales y objetos de valor
- ✓ parada de ropa extra
- ✓ botas de goma para la recolección de cangrejos en el manglar

- ✓ agua para beber y snacks

Nota: se debe tener en consideración la predisposición del turista por las caminatas y el ecoturismo.

FODA DE B&C TOURS

Mediante este análisis, se pretende identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de factores que incluyan en el desarrollo de la empresa. Por ese motivo se debe realizar un análisis continuo de manera que la empresa permanezca actualizada en las mejoras que sean necesarias.

Fortalezas

- Guías capacitados y con su respectiva licencia.
- Recursos naturales
- Calidad en el servicio al cliente
- Equipos de buena calidad y equipo de seguridad
- Precios accesibles
- Ser un ente generador de ingresos en el país
- Infraestructura adecuada

Oportunidades

- Seremos una de las pocas operadoras que se dedican a este tipo de turismo
- Convenios entre agencias y cámara de turismo
- Desarrollo turístico en las comunas Bellavista y Cauchiche de la isla Puná
- Visita de turistas nacionales y extranjeros
- Contar con el apoyo de M.I Municipalidad de Guayaquil
- Ubicación Geográfica

Debilidades

- Nuevos en el Mercado
- No realizar un buen marketing y a su vez perder clientes

Amenazas

- Competencia
- Violación de normas ambientales
- Contaminación de los recursos naturales
- Disminución de turistas por la crisis económica del país

MARKETING MIX

Producto

Se iniciara la operación con 2 paquetes, estos serán los que darán una solución inicial a la demanda ya que se constituirán hacia una nueva oferta dirigida a un segmento de mercado que no ha sido explotado aún. Las comunas para operar los paquetes fueron los que mayormente fueron de preferencia para visitarlos y realizar sus actividades de preferencia de los encuestados.

Precio

El precio es fijado por persona en dos cómodos paquetes de uno o dos días, según la conveniencia del turista. Este rango de precios permitirá a la empresa cubrir los costos fijos y variable de la operación, así poder tener un beneficio adicional que servirá para el crecimiento del negocio. Las utilidades se verán reflejadas en una buena fijación de precios.

Frente a las competencias los precios son muy razonables y accesibles para los consumidores, se pudo tomar en cuenta que hay empresas que brindan precios más bajos para tour similares como estos. La diferencia se encuentra en la gestión de calidad del servicio personalizado, es decir que todos los paquetes serán solo para personas que lo adquieran o soliciten. No será compartido.

Plaza

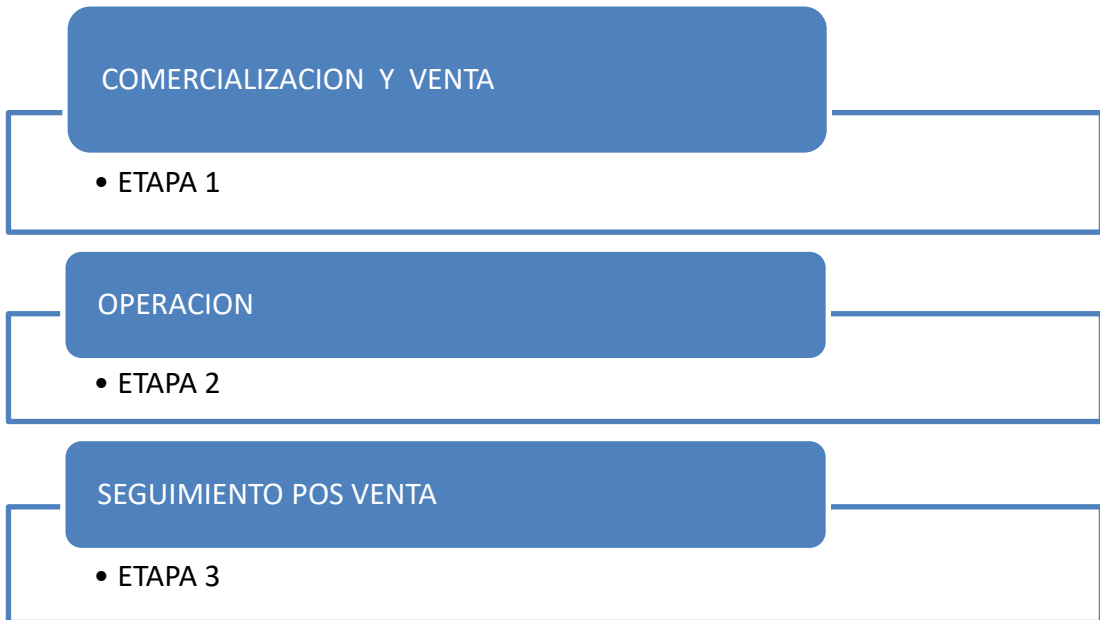
B&C TOURS al ser una empresa pequeña y nueva en el mercado, se usará un canal de distribución directo, se venderá directamente al consumidor final sin intermediarios. Al estar ubicados la oficina en el centro de la ciudad, será fácil para los clientes acudir a las instalaciones y por ellos se programaran citas entre el posible cliente y la persona de venta.

Promoción

Sera un herramienta fundamental en el plan de marketing para la empresa, por medio de la publicidad que se va a realizar para dar conocimiento de nuestros productos a nuestro clientes para impulsarlos a la compra. Lo que como empresa se desea, es la captación de la atención del cliente, es por eso que se utilizara estas herramientas como la creación de alianzas estratégicas que se detallan a continuación:

Canales de distribución

El proceso de producción deberá cumplir con cada operación que se realice en la empresa, lo cual constara de tres etapas que será el cumplimiento de cada una de las etapas para asegurar el cumplimiento de los estándares al brindar el servicio y el producto con seguridad y eficiencia. El proceso se detalla a continuación.



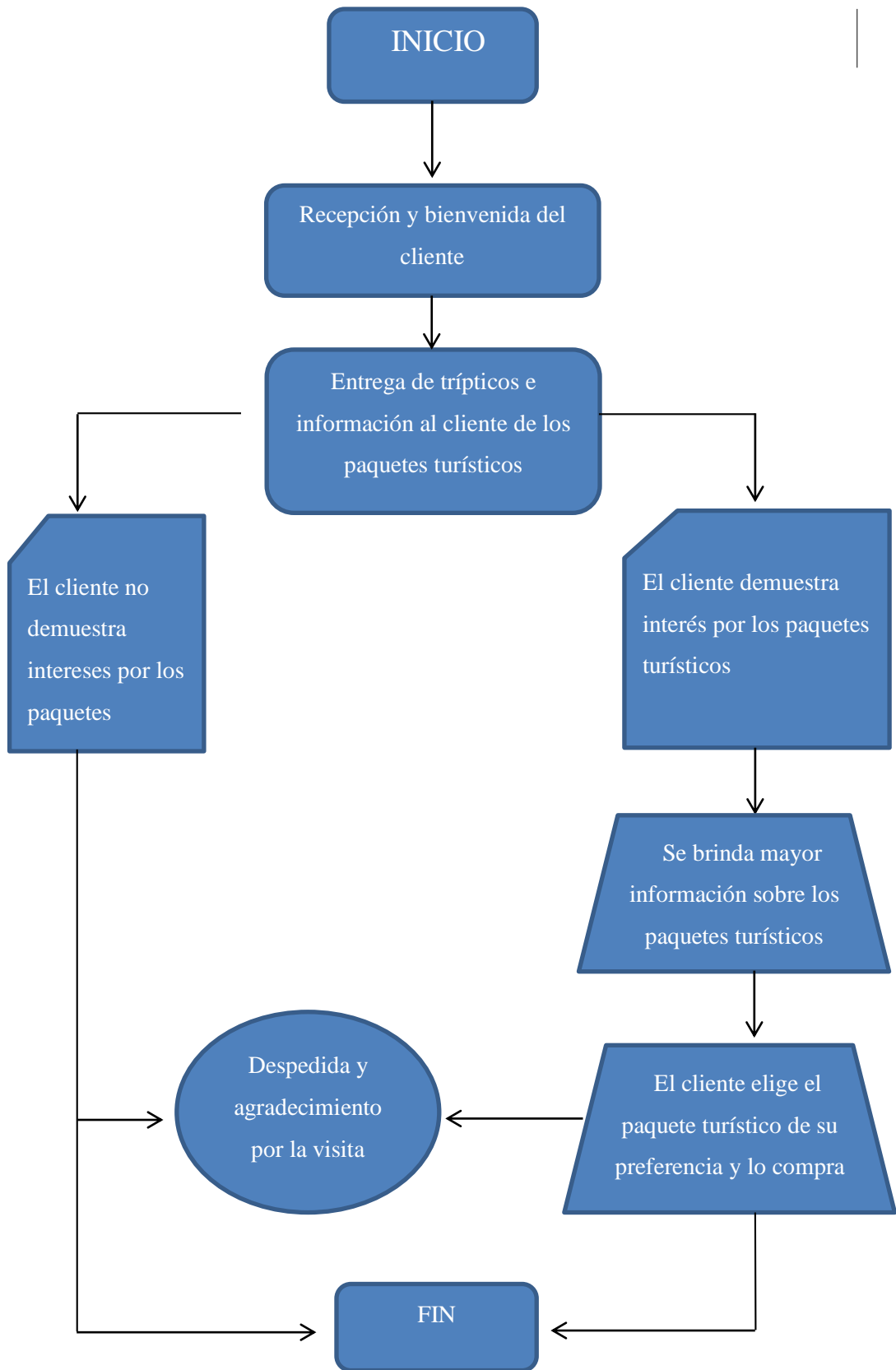
Comercialización y venta: en esta etapa se dará a conocer al futuro cliente acerca de los servicios que ofrece la empresa, y su vez se concretará la venta.

Operación: aquí se iniciará la operación de los servicios, donde se empezará a cotizar y buscar servicios para realizar los paquetes turísticos.

Seguimiento Post venta: como política de la empresa, para finalizar la etapa se realizará la percepción de los clientes que haya requerido del servicio será por medio de un buzón de comentarios y sugerencias.

Diagrama de flujo productivo

El siguiente flujo representa el proceso de venta de un paquete turístico, el cual inicia desde la llegada del turista, pasando por entrevistas con el operador turístico, elección o elaboración de un paquete a su conveniencia y gustos para finalizar en la compra del mismo.



CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Balance Inicial

En el balance inicial se registra la inversión inicial que se ejecutaría para la implementación y constitución del negocio, presentando un total de \$ 79.183,21, que se financiaría mediante la Corporación Nacional Financiera (CFN) el 70%, con una tasa del 8,67% para el sector productivo empresarial, según las tasas de interés activas efectivas vigentes anual y el 30% restante será financiado aportación personal.

Tabla 6
Balance Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo corriente	\$ 4.946,61	Pasivo largo plazo	
Caja	\$ 4.946,61	Obligaciones con Instituciones Financieras	\$ 55.428,25
Activo fijo	\$ 73.136,60	Total PASIVOS	\$ 55.428,25
Edificio	\$ 64.065,00		
Muebles y enseres	\$ 200,00		
Equipo de oficina	\$ 1.730,00	<u>PATRIMONIO</u>	
Equipo electrónico	\$ 800,00		
Equipo de computación	\$ 4.500,00	Capital propio	\$ 23.754,96
Equipos de cocina	\$ 330,00	Total	
Suministros de oficina	\$ 761,60	PATRIMONIO	\$ 23.754,96
Vehículo de transporte turístico	\$ 750,00		
Activo diferido	\$ 1.100,00		
Gastos de constitución	\$ 1.100,00		
Total Activos	\$ 79.183,21	Total pasivos y patrimonio	\$ 79.183,21

Tabla 7
Inversión Inicial

CUENTAS	CUENTAS - DETALLE	CANT	P.UNI	P.TOTAL	TOTAL
	EFFECTIVO -CAJA				
	Sueldos	1	\$ 4.446,61	\$ 4.446,61	
	Imprevistos	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
					\$ 4.946,61
EDIFICIO - INFRAESTRUCTUR	Oficina m2	1	\$ 64.065,00	\$ 64.065,00	
					\$ 64.065,00
EQUIPO ELECTRONICO	Split (24000 voltios)	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
	Televisor LCD 32"	1	\$ 450,00	\$ 450,00	
					\$ 800,00
EQUIPO DE OFICINA	Escritorio	4	\$ 100,00	\$ 400,00	
	Silla ejecutiva	4	\$ 60,00	\$ 240,00	
	Mostrador recepción	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
	Mesa de trabajo	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
	Sillas	4	\$ 50,00	\$ 200,00	
	Archivador	2	\$ 150,00	\$ 300,00	
	Teléfono	2	\$ 45,00	\$ 90,00	
	Sofá de 3 cuerpos	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
					\$ 1.730,00
MUEBLES Y	Anaquele de cocina	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
	Mueble de cocina	1	\$ 120,00	\$ 120,00	
					\$ 200,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Computadora portátil	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
	Computadora de escritorio	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00	
	Impresora multifunción	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
	Regulador de voltaje	4	\$ 50,00	\$ 200,00	
					\$ 4.500,00
EQUIPO DE COCINA	Refrigeradora	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
	Microondas	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
	Dispensador de agua	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
					\$ 330,00
SUMINISTROS DE OFICINA	Plumas	12	\$ 0,30	\$ 3,60	
	Toner	4	\$ 80,00	\$ 320,00	
	Resmas de papel	20	\$ 3,50	\$ 70,00	
	Rollos de papel para caja registradora	20	\$ 3,00	\$ 60,00	
	Resaltadores	12	\$ 0,75	\$ 9,00	
	Calculadoras	4	\$ 10,00	\$ 40,00	
	Perforadora	1	\$ 12,00	\$ 12,00	
	Grapadoras	1	\$ 12,00	\$ 12,00	
	Caja de grapas	12	\$ 1,30	\$ 15,60	
	Caja de clips estándar	12	\$ 1,20	\$ 14,40	
	Caja de clip mariposas	3	\$ 5,00	\$ 15,00	
	Facturero	8	\$ 8,75	\$ 70,00	
	Hojas membretadas	4000	\$ 0,03	\$ 120,00	
					\$ 761,60
VEHÍCULO DE TRANSPORTE TURÍSTICO	Bicicletas montañera GTI	6	\$ 125,00	\$ 750,00	
					\$ 750,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Planos			\$ 500,00	
	Consultoría técnica			\$ 200,00	
	Tasas y permisos			\$ 400,00	
					\$ 1.100,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					\$ 79.183,21

Depreciación

En cuanto a la depreciación de bienes tangibles se puede visualizar la vida útil de los equipos electrónicos, equipo de oficina, equipo de computación y equipos de producción que tendrán una vida útil que varía desde los 3 a 20 años, se analizó la depreciación anual y mensual.

Tabla 8
Depreciación Tangible

	Valor en libros	Año de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Edificación	\$ 64.065,00	20	\$ 3.203,25	\$ 266,94
Muebles y enseres	\$ 200,00	10	\$ 20,00	\$ 1,67
Equipo de oficina	\$ 1.730,00	10	\$ 173,00	\$ 14,42
Equipo electrónico	\$ 800,00	3	\$ 266,67	\$ 22,22
Equipo de computación	\$ 4.500,00	3	\$ 1.500,00	\$ 125,00
Equipos de cocina	\$ 330,00	5	\$ 66,00	\$ 5,50
Vehículo de transporte turístico	\$ 750,00	5	\$ 150,00	\$ 12,50
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$ 5.378,92	\$ 448,24

Tabla 9
Amortización Intangible

	Valor en libros	vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Gastos de Constitución	\$ 1.100,00	5	\$ 220,00	\$ 18,33
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$ 220,00	\$ 18,33

Proyección de sueldos

A continuación se detallan los ingresos del primer y segundo año que obtendrán los colaboradores de la empresa y la proyección a cinco años.

Tabla 10
Detalle 1 de sueldos para el primer año

CARGO	CANT.	Sueldo Unitario	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO
Gerente General	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 366,00
Contador	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 366,00
Operador Turístico	1	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 366,00
Jefe de Marketing	1	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 366,00
Asistente de ventas	2	\$ 366,00	\$ 732,00	\$ 8.784,00	\$ 732,00	\$ 732,00
Recepcionista	1	\$ 366,00	\$ 364,00	\$ 4.368,00	\$ 364,00	\$ 366,00
Total			\$ 3.396,00	\$ 40.752,00	\$ 3.396,00	\$ 2.562,00

Tabla 11
Detalle 2 de sueldos para el primer año

CARGO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO MENSUAL
Gerente General	\$ 350,00	\$ -	\$ 1.020,60	\$ 10.836,60	\$ 903,05
Contador	\$ 300,00	\$ -	\$ 874,80	\$ 9.340,80	\$ 778,40
Operador Turístico	\$ 250,00	\$ -	\$ 729,00	\$ 7.845,00	\$ 653,75
Jefe de Marketing	\$ 250,00	\$ -	\$ 729,00	\$ 7.845,00	\$ 653,75
Asistente de ventas	\$ 366,00	\$ -	\$ 1.067,26	\$ 11.681,26	\$ 973,44
Recepcionista	\$ 182,00	\$ -	\$ 530,71	\$ 5.810,71	\$ 484,23
Total	\$ 1.698,00	\$ -	\$ 4.951,37	\$ 53.359,37	\$ 4.446,61

Tabla 12
Detalle 1 de sueldos para el segundo año

CARGO	CANT	SUELDO UNITARIO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO
Gerente General	1	\$ 723,80	\$ 723,80	\$ 8.685,60	\$ 723,80	\$ 378,44
Contador	1	\$ 620,40	\$ 620,40	\$ 7.444,80	\$ 620,40	\$ 378,44
Operador Turístico	1	\$ 465,30	\$ 517,00	\$ 6.204,00	\$ 517,00	\$ 378,44
Jefe de Marketing	1	\$ 465,30	\$ 517,00	\$ 6.204,00	\$ 517,00	\$ 378,44
Asistente de ventas	2	\$ 378,44	\$ 756,89	\$ 9.082,66	\$ 756,89	\$ 756,89
Recepcionista	1	\$ 378,44	\$ 376,38	\$ 4.516,51	\$ 376,38	\$ 378,44
Total			\$ 3.511,46	\$ 42.137,57	\$ 3.511,46	\$ 2.649,11

Tabla 13
Detalle 2 de sueldos para el segundo año

CARGO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Gerente General	\$ 361,90	\$ 723,80	\$ 1.055,30	\$ 11.928,84	994,07
Contador	\$ 310,20	\$ 620,40	\$ 904,54	\$ 10.278,79	856,57
Operador Turístico	\$ 258,50	\$ 517,00	\$ 753,79	\$ 8.628,73	719,06
Jefe de Marketing	\$ 258,50	\$ 517,00	\$ 753,79	\$ 8.628,73	719,06
Asistente de ventas	\$ 378,44	\$ 756,89	\$ 1.103,54	\$ 12.835,31	1069,61
Recepcionista	\$ 188,19	\$ 376,38	\$ 548,76	\$ 6.384,65	\$ 532,05
Total	\$ 1.755,73	\$ 3.511,46	\$ 5.119,71	\$ 58.685,05	\$ 4.890,42

A partir del segundo año se consideró un porcentaje de incremento del 3,40%, mismo valor que será considerado a partir del año 3 en la proyección de sueldos a cinco años en las posteriores tablas.

Tabla 14

Detalle de sueldos a cinco años

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	\$ 10.836,60	\$ 11.928,84	\$ 12.334,43	\$ 12.753,80	\$ 13.187,42
Contador	\$ 9.340,80	\$ 10.278,79	\$ 10.628,27	\$ 10.989,63	\$ 11.363,27
Operador Turístico	\$ 7.845,00	\$ 8.628,73	\$ 8.922,11	\$ 9.225,46	\$ 9.539,12
Jefe de Marketing	\$ 7.845,00	\$ 8.628,73	\$ 8.922,11	\$ 9.225,46	\$ 9.539,12
Asistente de ventas	\$ 11.681,26	\$ 12.835,31	\$ 13.271,71	\$ 13.722,95	\$ 14.189,53
Recepcionista	\$ 5.810,71	\$ 6.384,65	\$ 6.601,73	\$ 6.826,19	\$ 7.058,28
Total	\$ 53.359,37	\$ 58.685,05	\$ 60.680,34	\$ 62.743,47	\$ 64.876,75

Amortización del préstamo

En la siguiente tabla se presentan los valores de amortización del préstamo que se efectuará en la Corporación Financiera Nacional. El monto del crédito será de \$55.428,25, considerando un periodo de 48 meses equivalente a 4 años con una tasa de interés anual del 8,67% y una cuota mensual de \$ 1.370,67.

Tabla 15

Amortización del préstamo

Monto crédito	\$ 55.428,25
Número de periodos	48 meses
Tasa de interes anual	8,67%
Tasa de interes mensual	0,72%
Cuota mensual	\$ 1.370,67

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 55.428,25	\$ 12.116,32	\$ 4.331,67	\$ 16.447,98	\$ 43.311,93
2	\$ 43.311,93	\$ 13.209,57	\$ 3.238,42	\$ 16.447,98	\$ 30.102,36
3	\$ 30.102,36	\$ 14.401,46	\$ 2.046,52	\$ 16.447,98	\$ 15.700,90
4	\$ 15.700,90	\$ 15.700,90	\$ 747,08	\$ 16.447,98	\$ -

La cuota anual será de \$ 16.447,98, el saldo capital del primer año será de \$43.311,93, para el segundo año \$30.102,36, el tercer año con un monto de \$15.700,90, mientras que para el último año será cero.

Tabla 16

Tabla de amortización mensual

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 55.428,25	\$ 970,20	\$ 400,47	\$ 1.370,67	\$ 54.458,05
2	\$ 54.458,05	\$ 977,21	\$ 393,46	\$ 1.370,67	\$ 53.480,85
3	\$ 53.480,85	\$ 984,27	\$ 386,40	\$ 1.370,67	\$ 52.496,58
4	\$ 52.496,58	\$ 991,38	\$ 379,29	\$ 1.370,67	\$ 51.505,20
5	\$ 51.505,20	\$ 998,54	\$ 372,13	\$ 1.370,67	\$ 50.506,66
6	\$ 50.506,66	\$ 1.005,75	\$ 364,91	\$ 1.370,67	\$ 49.500,91
7	\$ 49.500,91	\$ 1.013,02	\$ 357,64	\$ 1.370,67	\$ 48.487,89
8	\$ 48.487,89	\$ 1.020,34	\$ 350,32	\$ 1.370,67	\$ 47.467,55
9	\$ 47.467,55	\$ 1.027,71	\$ 342,95	\$ 1.370,67	\$ 46.439,83
10	\$ 46.439,83	\$ 1.035,14	\$ 335,53	\$ 1.370,67	\$ 45.404,70
11	\$ 45.404,70	\$ 1.042,62	\$ 328,05	\$ 1.370,67	\$ 44.362,08
12	\$ 44.362,08	\$ 1.050,15	\$ 320,52	\$ 1.370,67	\$ 43.311,93
13	\$ 43.311,93	\$ 1.057,74	\$ 312,93	\$ 1.370,67	\$ 42.254,19
14	\$ 42.254,19	\$ 1.065,38	\$ 305,29	\$ 1.370,67	\$ 41.188,82
15	\$ 41.188,82	\$ 1.073,08	\$ 297,59	\$ 1.370,67	\$ 40.115,74
16	\$ 40.115,74	\$ 1.080,83	\$ 289,84	\$ 1.370,67	\$ 39.034,91
17	\$ 39.034,91	\$ 1.088,64	\$ 282,03	\$ 1.370,67	\$ 37.946,27
18	\$ 37.946,27	\$ 1.096,50	\$ 274,16	\$ 1.370,67	\$ 36.849,77
19	\$ 36.849,77	\$ 1.104,43	\$ 266,24	\$ 1.370,67	\$ 35.745,34
20	\$ 35.745,34	\$ 1.112,41	\$ 258,26	\$ 1.370,67	\$ 34.632,94
21	\$ 34.632,94	\$ 1.120,44	\$ 250,22	\$ 1.370,67	\$ 33.512,50
22	\$ 33.512,50	\$ 1.128,54	\$ 242,13	\$ 1.370,67	\$ 32.383,96
23	\$ 32.383,96	\$ 1.136,69	\$ 233,97	\$ 1.370,67	\$ 31.247,27
24	\$ 31.247,27	\$ 1.144,90	\$ 225,76	\$ 1.370,67	\$ 30.102,36
25	\$ 30.102,36	\$ 1.153,18	\$ 217,49	\$ 1.370,67	\$ 28.949,19
26	\$ 28.949,19	\$ 1.161,51	\$ 209,16	\$ 1.370,67	\$ 27.787,68
27	\$ 27.787,68	\$ 1.169,90	\$ 200,77	\$ 1.370,67	\$ 26.617,78
28	\$ 26.617,78	\$ 1.178,35	\$ 192,31	\$ 1.370,67	\$ 25.439,43
29	\$ 25.439,43	\$ 1.186,87	\$ 183,80	\$ 1.370,67	\$ 24.252,56
30	\$ 24.252,56	\$ 1.195,44	\$ 175,22	\$ 1.370,67	\$ 23.057,12
31	\$ 23.057,12	\$ 1.204,08	\$ 166,59	\$ 1.370,67	\$ 21.853,04
32	\$ 21.853,04	\$ 1.212,78	\$ 157,89	\$ 1.370,67	\$ 20.640,27
33	\$ 20.640,27	\$ 1.221,54	\$ 149,13	\$ 1.370,67	\$ 19.418,73
34	\$ 19.418,73	\$ 1.230,37	\$ 140,30	\$ 1.370,67	\$ 18.188,36
35	\$ 18.188,36	\$ 1.239,25	\$ 131,41	\$ 1.370,67	\$ 16.949,11
36	\$ 16.949,11	\$ 1.248,21	\$ 122,46	\$ 1.370,67	\$ 15.700,90
37	\$ 15.700,90	\$ 1.257,23	\$ 113,44	\$ 1.370,67	\$ 14.443,67
38	\$ 14.443,67	\$ 1.266,31	\$ 104,36	\$ 1.370,67	\$ 13.177,36
39	\$ 13.177,36	\$ 1.275,46	\$ 95,21	\$ 1.370,67	\$ 11.901,91
40	\$ 11.901,91	\$ 1.284,67	\$ 85,99	\$ 1.370,67	\$ 10.617,23
41	\$ 10.617,23	\$ 1.293,96	\$ 76,71	\$ 1.370,67	\$ 9.323,28
42	\$ 9.323,28	\$ 1.303,30	\$ 67,36	\$ 1.370,67	\$ 8.019,97
43	\$ 8.019,97	\$ 1.312,72	\$ 57,94	\$ 1.370,67	\$ 6.707,25
44	\$ 6.707,25	\$ 1.322,21	\$ 48,46	\$ 1.370,67	\$ 5.385,04
45	\$ 5.385,04	\$ 1.331,76	\$ 38,91	\$ 1.370,67	\$ 4.053,29
46	\$ 4.053,29	\$ 1.341,38	\$ 29,28	\$ 1.370,67	\$ 2.711,91
47	\$ 2.711,91	\$ 1.351,07	\$ 19,59	\$ 1.370,67	\$ 1.360,83
48	\$ 1.360,83	\$ 1.360,83	\$ 9,83	\$ 1.370,67	\$ (0,00)

Proyección de Ingresos

En la proyección de ingresos se demuestran los precios de venta de cada paquete, así como se hace un desglose de lo que cada uno contiene, con un incremento anual que del 3,40% a partir del segundo año hasta el quinto.

Tabla 17

Proyección de precios paquete 1 opc.1

PAQUETE FULL DAY EN PUNÁ	P. Uni	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPCION 1						
Bus	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,34	\$ 10,69	\$ 11,06	\$ 11,43
Lancha	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,10	\$ 3,21	\$ 3,32	\$ 3,43
Transporte dentro de la isla	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,29
Coctel de bienvenida	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,03	\$ 1,07	\$ 1,11	\$ 1,14
Box lunch	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,29
Almuerzo	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,62	\$ 3,74	\$ 3,87	\$ 4,00
Guía Turístico	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,34	\$ 10,69	\$ 11,06	\$ 11,43

Tabla 18

Proyección de precios paquete 1 opc.2

PAQUETE FULL DAY EN PUNÁ	P. Uni	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPCIÓN 2						
Bus	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,34	\$ 10,69	\$ 11,06	\$ 11,43
Lancha	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,10	\$ 3,21	\$ 3,32	\$ 3,43
Bicicleta	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,17	\$ 5,35	\$ 5,53	\$ 5,72
Coctel de bienvenida	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,03	\$ 1,07	\$ 1,11	\$ 1,14
Box lunch	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,29
Almuerzo	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,62	\$ 3,74	\$ 3,87	\$ 4,00
Guía Turístico	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,34	\$ 10,69	\$ 11,06	\$ 11,43

Tabla 19

Proyección de precios paquete 2

PAQUETE SOL Y LUNA EN PUNÁ	P. Uni	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bus	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,48	\$ 14,97	\$ 15,48	\$ 16,00
Lancha	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,20	\$ 6,41	\$ 6,63	\$ 6,86
Transporte dentro de la isla	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,24	\$ 7,48	\$ 7,74	\$ 8,00
Desayuno	\$ 2,75	\$ 2,75	\$ 2,84	\$ 2,94	\$ 3,04	\$ 3,14
Box lunch	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,29
Almuerzo	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,24	\$ 7,48	\$ 7,74	\$ 8,00
Cena	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,10	\$ 3,21	\$ 3,32	\$ 3,43
Hostería Cauchiche	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,58	\$ 18,18	\$ 18,79	\$ 19,43
Guía Turístico	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,41	\$ 12,83	\$ 13,27	\$ 13,72

Las tablas posteriores demuestran la proyección de cantidades de ventas diarias, mensuales y anuales a desde el segundo año se produce un incremento del 5% en ventas, porcentaje que estima la operadora lograr anualmente.

Tabla 20

Proyección de cantidades paquete 1 opc.1

PAQUETE FULL DAY EN PUN	Venta					
	diaria	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bus (asiento)	5	1440	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Lancha	5	1440	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Transporte dentro de la isla	5	1440	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Coctel de bienvenida	5	1440	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Box lunch	5	1440	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Almuerzo	5	1440	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Guía Turístico	1	288	\$ 302,40	\$ 317,52	\$ 333,40	\$ 350,07

Tabla 21

Proyección de cantidades paquete 1 opc.2

PAQUETE FULL DAY EN PUN	Venta					
	diaria	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bus (asiento)	6	1728	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Lancha	6	1728	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Bicicleta	6	1728	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Coctel de bienvenida	6	1728	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Box lunch	6	1728	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Almuerzo	6	1728	\$ 1.814,40	\$ 1.905,12	\$ 2.000,38	\$ 2.100,39
Guía Turístico	1	288	\$ 302,40	\$ 317,52	\$ 333,40	\$ 350,07

Tabla 22

Proyección de cantidades paquete 2

PAQUETE SOL Y LUNA EN PU	Venta					
	diaria	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bus (asiento)	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Lancha	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Transporte dentro de la isla	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Desayuno	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Box lunch	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Almuerzo	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Cena	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Hostería Cauchiche	4	1152	\$ 1.209,60	\$ 1.270,08	\$ 1.333,58	\$ 1.400,26
Guía Turístico	1	288	\$ 302,40	\$ 317,52	\$ 333,40	\$ 350,07

En la presente tabla se muestran los ingresos por ventas mensual y anual desde el primer año hasta el quinto.

Tabla 23
Ingreso por ventas paquete 1 opc.1

PAQUETE FULL DAY EN PUNÁ	INGRESO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bus (asiento)	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 15.634,08	\$ 16.973,92	\$ 18.428,59	\$ 20.007,92
Lancha	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.690,22	\$ 5.092,18	\$ 5.528,58	\$ 6.002,37
Transporte dentro de la isla	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 3.126,82	\$ 3.394,78	\$ 3.685,72	\$ 4.001,58
Coctel de bienvenida	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.563,41	\$ 1.697,39	\$ 1.842,86	\$ 2.000,79
Box lunch	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 3.126,82	\$ 3.394,78	\$ 3.685,72	\$ 4.001,58
Almuerzo	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 5.471,93	\$ 5.940,87	\$ 6.450,00	\$ 7.002,77
Guía Turístico	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 3.126,82	\$ 3.394,78	\$ 3.685,72	\$ 4.001,58
Total	\$ 2.820,00	\$ 33.840,00	\$ 36.740,09	\$ 39.888,71	\$ 43.307,18	\$ 47.018,60

Tabla 24
Ingreso por ventas paquete 1 opc.2

PAQUETE FULL DAY EN PUNÁ	INGRESO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bus (asiento)	\$ 1.440,00	\$ 17.280,00	\$ 18.760,90	\$ 20.368,70	\$ 22.114,30	\$ 24.009,50
Lancha	\$ 432,00	\$ 5.184,00	\$ 5.628,27	\$ 6.110,61	\$ 6.634,29	\$ 7.202,85
Bicicleta	\$ 720,00	\$ 8.640,00	\$ 9.380,45	\$ 10.184,35	\$ 11.057,15	\$ 12.004,75
Coctel de bienvenida	\$ 144,00	\$ 1.728,00	\$ 1.876,09	\$ 2.036,87	\$ 2.211,43	\$ 2.400,95
Box lunch	\$ 288,00	\$ 3.456,00	\$ 3.752,18	\$ 4.073,74	\$ 4.422,86	\$ 4.801,90
Almuerzo	\$ 504,00	\$ 6.048,00	\$ 6.566,31	\$ 7.129,05	\$ 7.740,01	\$ 8.403,32
Guía Turístico	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 3.126,82	\$ 3.394,78	\$ 3.685,72	\$ 4.001,58
Total	\$ 3.768,00	\$ 45.216,00	\$ 49.091,01	\$ 53.298,11	\$ 57.865,76	\$ 62.824,85

Tabla 25
Ingreso por ventas paquete 2

PAQUETESOL Y LUNA EN PUNÁ	INGRESO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bus (asiento)	\$ 1.344,00	\$ 16.128,00	\$ 17.510,17	\$ 19.010,79	\$ 20.640,02	\$ 22.408,87
Lancha	\$ 576,00	\$ 6.912,00	\$ 7.504,36	\$ 8.147,48	\$ 8.845,72	\$ 9.603,80
Transporte dentro de la isla	\$ 672,00	\$ 8.064,00	\$ 8.755,08	\$ 9.505,40	\$ 10.320,01	\$ 11.204,43
Desayuno	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 3.439,50	\$ 3.734,26	\$ 4.054,29	\$ 4.401,74
Box lunch	\$ 192,00	\$ 2.304,00	\$ 2.501,45	\$ 2.715,83	\$ 2.948,57	\$ 3.201,27
Almuerzo	\$ 672,00	\$ 8.064,00	\$ 8.755,08	\$ 9.505,40	\$ 10.320,01	\$ 11.204,43
Cena	\$ 288,00	\$ 3.456,00	\$ 3.752,18	\$ 4.073,74	\$ 4.422,86	\$ 4.801,90
Hostería Cauchiche	\$ 1.632,00	\$ 19.584,00	\$ 21.262,35	\$ 23.084,53	\$ 25.062,88	\$ 27.210,77
Guía Turístico	\$ 288,00	\$ 3.456,00	\$ 3.752,18	\$ 4.073,74	\$ 4.422,86	\$ 4.801,90
Total	\$ 5.928,00	\$ 71.136,00	\$ 77.232,36	\$ 83.851,17	\$ 91.037,21	\$ 98.839,10

Tabla 26
Ingreso global por los paquetes turísticos

PAQUETES TURÍSTICOS	INGRESO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE 1 OPC 1.	\$ 2.820,00	\$ 33.840,00	\$ 36.740,09	\$ 39.888,71	\$ 43.307,18	\$ 47.018,60
PAQUETE 1 OPC 2	\$ 3.768,00	\$ 45.216,00	\$ 49.091,01	\$ 53.298,11	\$ 57.865,76	\$ 62.824,85
PAQUETE 2	\$ 5.928,00	\$ 71.136,00	\$ 77.232,36	\$ 83.851,17	\$ 91.037,21	\$ 98.839,10
Total	\$ 12.516,00	\$ 150.192,00	\$ 163.063,45	\$ 177.037,99	\$ 192.210,15	\$ 208.682,56

Tabla 27
Gastos de publicidad

Cantidad	Descripción de la promoción	Valor Total
1	Diseño de página web	\$ 70,00
1	Banner	\$ 60,00
1000	Trípticos a color	\$ 130,00
2000	Volantes b/n	\$ 60,00
1000	Tarjetas de presentación	\$ 50,00
TOTAL		\$ 370,00

Tabla 28
Gastos en servicios básicos

Cantidad	Descripción de la promoción	Valor Mensual
1	Teléfono	\$ 130,00
1	Luz	\$ 140,00
1	Agua	\$ 20,00
1	Alicuota del edificio	\$ 50,00
TOTAL		\$ 340,00

Tabla 29
Gastos en suministros de oficina

Cantidad	Descripción de la promoción	Valor unitario	Valor Mensual
3	Plumas	\$ 0,30	\$ 0,90
1	Resmas de papel	\$ 3,50	\$ 3,50
2	Rollos de papel para caja registradora	\$ 3,00	\$ 6,00
2	Resaltadores	\$ 0,75	\$ 1,50
2	Caja de grapas	\$ 1,30	\$ 2,60
1	Caja de clips estándar	\$ 1,20	\$ 1,20
1	Caja de clip mariposas	\$ 5,00	\$ 5,00
2	Facturero	\$ 8,75	\$ 17,50
1	Hojas membretadas	\$ 0,03	\$ 0,03
TOTAL			\$ 38,23

Tabla 30

Gastos en materiales de limpieza

Cantidad	Descripción de la promoción	Valor Total
1	Escoba	\$ 2,00
1	Trapeador	\$ 5,00
1	Desinfectante litro	\$ 1,75
1	Detergente 1 kilo	\$ 3,50
1	Vileda	\$ 3,00
TOTAL		\$ 15,25

Dentro de los gastos se considera los servicios de internet por un monto de \$35 dólares mensuales.

Resumen de gastos

Tabla 31

Detalle 1 de gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Sueldos	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00
Servicios básicos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Internet	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Mantenimiento de equipo	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ 120,00
Suministro de oficina	\$ 38,23	\$ -	\$ 38,23	\$ -	\$ 38,23	\$ -
Materiales de limpieza	\$ 15,25	\$ -	\$ 15,25	\$ -	\$ 15,25	\$ -
Depreciación Tangible	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24
Depreciación Intangible	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33
Total Gastos Administrat	\$ 4.251,06	\$ 4.197,58	\$ 4.371,06	\$ 4.197,58	\$ 4.251,06	\$ 4.317,58

Tabla 32

Detalle 2 de gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
Sueldos	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 3.396,00	\$ 40.752,00
Servicios básicos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Internet	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 420,00
Mantenimiento de equipo	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ 480,00
Suministro de oficina	\$ 38,23	\$ -	\$ 38,23	\$ -	\$ 38,23	\$ -	\$ 229,38
Materiales de limpieza	\$ 15,25	\$ -	\$ 15,25	\$ -	\$ 15,25	\$ -	\$ 91,50
Depreciación Tangible	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 448,24	\$ 5.378,92
Depreciación Intangible	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 18,33	\$ 220,00
Total Gastos Administrat	\$ 4.251,06	\$ 4.197,58	\$ 4.371,06	\$ 4.197,58	\$ 4.251,06	\$ 4.317,58	\$ 51.171,80

Tabla 33
Detalle de gastos de publicidad

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
Publicidad	\$ 370,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 370,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 740,00
Total	\$ 370,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 370,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 740,00

Tabla 34
Detalle de gastos financieros

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6		
Intereses del préstamo	\$ 400,47	\$ 393,46	\$ 386,40	\$ 379,29	\$ 372,13	\$ 364,91		
Total Gasto Financiero	\$ 400,47	\$ 393,46	\$ 386,40	\$ 379,29	\$ 372,13	\$ 364,91		

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
Intereses del préstamo	\$ 357,64	\$ 350,32	\$ 342,95	\$ 335,53	\$ 328,05	\$ 320,52	\$ 4.331,67
Total Gasto Financiero	\$ 357,64	\$ 350,32	\$ 342,95	\$ 335,53	\$ 328,05	\$ 320,52	\$ 4.331,67

En la tabla siguiente se detallan los gastos que se tendrá la operadora a partir del primer año hasta el quinto, en cada año se realizó el incremento del 3,40%.

Tabla 35
Resumen de gastos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	\$ 51.171,80	\$ 69.268,76	\$ 71.433,53	\$ 71.905,24	\$ 74.219,72
Sueldos	\$ 40.752,00	\$ 58.685,05	\$ 60.680,34	\$ 62.743,47	\$ 64.876,75
Servicios básicos	\$ 3.600,00	\$ 3.722,40	\$ 3.848,96	\$ 3.979,83	\$ 4.115,14
Internet	\$ 420,00	\$ 434,28	\$ 449,05	\$ 464,31	\$ 480,10
Mantenimiento de equipos	\$ 480,00	\$ 496,32	\$ 513,19	\$ 530,64	\$ 548,69
Suministro de oficina	\$ 229,38	\$ 237,18	\$ 245,24	\$ 253,58	\$ 262,20
Materiales de limpieza	\$ 91,50	\$ 94,61	\$ 97,83	\$ 101,15	\$ 104,59
Depreciación Tangible	\$ 5.378,92	\$ 5.378,92	\$ 5.378,92	\$ 3.612,25	\$ 3.612,25
Depreciación Intangible	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
<u>GASTOS DE PUBLICIDAD</u>	\$ 740,00	\$ 765,16	\$ 791,18	\$ 818,08	\$ 845,89
Publicidad	\$ 740,00	\$ 765,16	\$ 791,18	\$ 818,08	\$ 845,89
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	\$ 4.331,67	\$ 3.238,42	\$ 2.046,52	\$ 747,08	\$ -
Intereses de préstamo	\$ 4.331,67	\$ 3.238,42	\$ 2.046,52	\$ 747,08	\$ -
<u>TOTAL GASTOS</u>	\$ 56.243,46	\$ 73.272,33	\$ 74.271,23	\$ 73.470,40	\$ 75.065,61

Tabla 36
Costos de operación

PRODUCTO	Costo Unidad	Cantid Mes	Costo Total Mensual	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
Bus	\$ 6,00	144	\$ 864,00	\$ 10.368,00	\$ 10.720,51	\$ 11.085,01	\$ 11.461,90	\$ 11.851,60
Lancha	\$ 1,00	24	\$ 24,00	\$ 288,00	\$ 297,79	\$ 307,92	\$ 318,39	\$ 329,21
Transporte dentro de la isla	\$ 0,50	12	\$ 6,00	\$ 72,00	\$ 74,45	\$ 76,98	\$ 79,60	\$ 82,30
Bicicleta	\$ 1,00	24	\$ 24,00	\$ 288,00	\$ 297,79	\$ 307,92	\$ 318,39	\$ 329,21
Coctel de bienvenida	\$ 0,50	12	\$ 6,00	\$ 72,00	\$ 74,45	\$ 76,98	\$ 79,60	\$ 82,30
Box lunch	\$ 1,00	24	\$ 24,00	\$ 288,00	\$ 297,79	\$ 307,92	\$ 318,39	\$ 329,21
Almuerzo	\$ 2,00	48	\$ 96,00	\$ 1.152,00	\$ 1.191,17	\$ 1.231,67	\$ 1.273,54	\$ 1.316,84
Desayuno	\$ 1,75	42	\$ 73,50	\$ 882,00	\$ 911,99	\$ 943,00	\$ 975,06	\$ 1.008,21
Cena	\$ 1,75	42	\$ 73,50	\$ 882,00	\$ 911,99	\$ 943,00	\$ 975,06	\$ 1.008,21
Hostería Cauchiche	\$ 8,00	192	\$ 1.536,00	\$ 18.432,00	\$ 19.058,69	\$ 19.706,68	\$ 20.376,71	\$ 21.069,52
MANO DE OBRA DIRECTA								
Guía Turístico	\$ 4,00	288	\$ 1.152,00	\$ 13.824,00	\$ 14.294,02	\$ 14.780,01	\$ 15.282,53	\$ 15.802,14
TOTAL				\$ 46.548,00	\$ 48.130,63	\$ 49.767,07	\$ 51.459,15	\$ 53.208,77

Estado de Resultados anual

A raíz de los ingresos conseguidos se muestra en el primer año una ganancia de \$31.426,56 y para el quinto año se obtiene un dividendo de \$ 53.310,62.

Tabla 37
Pérdidas y ganancias

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Venta Totales	\$ 150.192,00	\$ 163.063,45	\$ 177.037,99	\$ 192.210,15	\$ 208.682,56
TOTAL DE INGRESOS	\$ 150.192,00	\$ 163.063,45	\$ 177.037,99	\$ 192.210,15	\$ 208.682,56
(-) Costos de Operación	\$ 46.548,00	\$ 48.130,63	\$ 49.767,07	\$ 51.459,15	\$ 53.208,77
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 103.644,00	\$ 114.932,82	\$ 127.270,92	\$ 140.750,99	\$ 155.473,79
(-) Gastos de Administración	\$ 51.171,80	\$ 69.268,76	\$ 71.433,53	\$ 71.905,24	\$ 74.219,72
(-) Gastos de Publicidad	\$ 740,00	\$ 765,16	\$ 791,18	\$ 818,08	\$ 845,89
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 51.732,20	\$ 44.898,91	\$ 55.046,21	\$ 68.027,68	\$ 80.408,18
(-) Gastos Financieros	\$ 4.331,67	\$ 3.238,42	\$ 2.046,52	\$ 747,08	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 47.400,54	\$ 41.660,49	\$ 52.999,69	\$ 67.280,59	\$ 80.408,18
(-) Participación a trabajadores 15%	\$ 7.110,08	\$ 6.249,07	\$ 7.949,95	\$ 10.092,09	\$ 12.061,23
(=) Utilidad antes de impuestos a la renta	\$ 40.290,46	\$ 35.411,42	\$ 45.049,74	\$ 57.188,50	\$ 68.346,95
(-) Impuesto a la renta 22%	\$ 8.863,90	\$ 7.790,51	\$ 9.910,94	\$ 12.581,47	\$ 15.036,33
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 31.426,56	\$ 27.620,90	\$ 35.138,79	\$ 44.607,03	\$ 53.310,62

Estado de Flujo de Efectivo anual

La operadora turística, B&C TOURS, generará utilidades por lo que contribuye a obtener un flujo de caja positivo durante los cinco años.

Tabla 38
Flujo de caja anual

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas	\$ 150.192,00	\$ 163.063,45	\$ 177.037,99	\$ 192.210,15	\$ 208.682,56	
(-) Egresos de efectivo	\$ 92.860,88	\$ 128.539,61	\$ 130.432,45	\$ 138.211,12	\$ 147.115,69	
Costos de operación	\$ 46.548,00	\$ 48.130,63	\$ 49.767,07	\$ 51.459,15	\$ 53.208,77	
Costos de administración	\$ 45.572,88	\$ 63.669,84	\$ 65.834,62	\$ 68.072,99	\$ 70.387,47	
Costos de publicidad	\$ 740,00	\$ 765,16	\$ 791,18	\$ 818,08	\$ 845,89	
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 8.863,90	\$ 7.790,51	\$ 9.910,94	\$ 12.581,47	
Participación de trabajadores	\$ -	\$ 7.110,08	\$ 6.249,07	\$ 7.949,95	\$ 10.092,09	
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL	\$ 57.331,12	\$ 34.523,84	\$ 46.605,54	\$ 53.999,03	\$ 61.566,87	
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
Prestamos Recibidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal	\$ 12.116,32	\$ 13.209,57	\$ 14.401,46	\$ 15.700,90	\$ -	\$ -
Pago de intereses	\$ 4.331,67	\$ 3.238,42	\$ 2.046,52	\$ 747,08	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	-79.183,21	\$ (16.447,98)	\$ (16.447,98)	\$ (16.447,98)	\$ (16.447,98)	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	-79.183,21	\$ 40.883,14	\$ 18.075,86	\$ 30.157,56	\$ 37.551,05	\$ 61.566,87

Estado de Situación

A partir del Estado de Situación Inicial y considerando los valores al término de los cinco años, se muestran los saldos proyectados.

Tabla 39
Balance general de activos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corriente					
Caja	\$ 45.829,75	\$ 63.905,61	\$ 94.063,17	\$ 131.614,21	\$ 193.181,08
Total Activos Corrientes	\$ 45.829,75	\$ 63.905,61	\$ 94.063,17	\$ 131.614,21	\$ 193.181,08
Activos Fijos					
Edificio	\$ 64.065,00	\$ 64.065,00	\$ 64.065,00	\$ 64.065,00	\$ 64.065,00
Muebles y enseres	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Equipo de oficina	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00
Equipo electrónico	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Equipo de computación	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
Equipos de cocina	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00
Suministros de oficina	\$ 761,60	\$ 761,60	\$ 761,60	\$ 761,60	\$ 761,60
Vehículo de transporte turístico	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (5.378,92)	\$ (10.757,83)	\$ (16.136,75)	\$ (19.749,00)	\$ (23.361,25)
Total Activos Fijos	\$ 67.757,68	\$ 62.378,77	\$ 56.999,85	\$ 53.387,60	\$ 49.775,35
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (220,00)	\$ (440,00)	\$ (660,00)	\$ (880,00)	\$ (1.100,00)
Total Activos Diferidos	\$ 880,00	\$ 660,00	\$ 440,00	\$ 220,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 114.467,43	\$ 126.944,37	\$ 151.503,02	\$ 185.221,81	\$ 242.956,43

Tabla 40
Balance general de pasivos y patrimonio

PASIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 7.110,08	\$ 6.249,07	\$ 7.949,95	\$ 10.092,09	\$ 12.061,23
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 8.863,90	\$ 7.790,51	\$ 9.910,94	\$ 12.581,47	\$ 15.036,33
Total Pasivos Corrientes	\$ 15.973,98	\$ 14.039,58	\$ 17.860,90	\$ 22.673,56	\$ 27.097,56
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 43.311,93	\$ 30.102,36	\$ 15.700,90	\$ (0,00)	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 43.311,93	\$ 30.102,36	\$ 15.700,90	\$ (0,00)	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 59.285,91	\$ 44.141,95	\$ 33.561,80	\$ 22.673,56	\$ 27.097,56
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 23.754,96	\$ 23.754,96	\$ 23.754,96	\$ 23.754,96	\$ 23.754,96
Utilidad del Ejercicio	\$ 31.426,56	\$ 27.620,90	\$ 35.138,79	\$ 44.607,03	\$ 53.310,62
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 31.426,56	\$ 59.047,46	\$ 94.186,26	\$ 138.793,29
TOTAL PATRIMONIO	\$ 55.181,52	\$ 82.802,42	\$ 117.941,22	\$ 162.548,25	\$ 215.858,88
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 114.467,43	\$ 126.944,37	\$ 151.503,02	\$ 185.221,81	\$ 242.956,43

Evaluación Financiera

Respecto a la evaluación financiera se empleó una tasa de descuento del 12%, donde el valor actual neto (VAN) resultó mayor a cero con \$46.423,36, efectuando viable el proyecto. Por otro lado la tasa interna de retorno (TIR) resultó en 31%, así que, siendo ésta mayor a la tasa de descuento empleada, el proyecto se torna rentable. Se obtiene un beneficio sobre el costo de \$1,12, es decir, que por cada dólar invertido se generan doce centavos de ganancia y el monto total se recupera en un periodo de 2 años y 8 meses aproximadamente.

Tabla 41
Evaluación del proyecto

EVALUACIÓN DEL PROYECTO	
Inversión inicial	\$ (79.183,21)
Flujo 1	\$ 40.883,14
Flujo 2	\$ 18.075,86
Flujo 3	\$ 30.157,56
Flujo 4	\$ 37.551,05
Flujo 5	\$ 61.566,87

Tabla 42
Evaluación financiera

Tasa de Descuento	12%
VAN	\$ 46.423,36
TIR	34%
B/C	\$ 1,12
Periodo Recuperacion	2,67

Ratios Financieros

Tabla 43
Análisis de rentabilidad del proyecto

RAZONES FINANCIERAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDICADOR						
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas = %	69,01%	70,48%	71,89%	73,23%	74,50%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	20,92%	16,94%	19,85%	23,21%	25,55%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,27	\$ 0,22	\$ 0,23	\$ 0,24	\$ 0,22
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1,32	\$ 1,16	\$ 1,48	\$ 1,88	\$ 2,24

Escenarios

Tabla 44
Escenarios

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (79.123,81)	\$ (79.183,21)	\$ (79.183,21)
Flujo 1	\$ 26.771,14	\$ 40.883,14	\$ 72.707,14
Flujo 2	\$ 7.510,20	\$ 18.075,86	\$ 41.902,49
Flujo 3	\$ 18.686,43	\$ 30.157,56	\$ 56.026,13
Flujo 4	\$ 25.096,84	\$ 37.551,05	\$ 65.636,55
Flujo 5	\$ 48.045,34	\$ 61.566,87	\$ 92.059,30
VPN	\$ 6.445,55	\$ 46.423,36	\$ 136.577,42
TIR	15%	34%	74%
B/C	1,04	1,12	\$ 1,28
PRI	4,02	2,67	\$ 1,15
Capacidad utilizada	50%	60%	80%

En el escenario pesimista con una capacidad utilizada del 50% de personas sobre un total de 24 asientos del bus turístico (capacidad instalada), la Tir resulta en un 15%, siendo sobresaliente a la tasa de descuento del 12%, un Van de \$6.455,55, siendo viable el proyecto, el periodo de recuperación del dinero se efectuaría a los 4 años aproximadamente.

El escenario normal o neutral, con una capacidad utilizada de 60% personas sobre un total de 24 asientos del bus turístico (capacidad instalada), la Tir resulta en un 34%, siendo sobresaliente a la tasa de descuento del 12%, un Van de \$46.423,36, siendo viable el proyecto, el periodo de recuperación del dinero se efectuaría a los 2 años y 8 meses aproximadamente.

El escenario optimista con una capacidad utilizada del 80% personas sobre un total de 24 asientos del bus turístico (capacidad instalada), la Tir resulta en un 74% siendo sobresaliente a la tasa de descuento del 12%, un Van de \$136.577,42, siendo viable el proyecto, el periodo de recuperación del dinero se daría en 1 año y 1 mes aproximadamente.

Al término del análisis de los tres escenarios se demuestra que en cualquiera de los mismos, el proyecto resultará rentable, sin existencia de factores de riesgos elevados si se alteraran radicalmente los escenarios.

Conclusiones

La Isla Puná cuenta con el potencial para emerger como destino turístico, tanto por su variada riqueza marina, sus playas ideales para la realización de múltiples deportes ya sean acuáticas, de tierra, de aire y hasta de aventura; además de su extensa limitación geográfica con varios paisajes por descubrir. Respecto a la investigación de campo realizada en las respectivas comunas se evidenció el deterioro de la infraestructura turística ya existente como baterías sanitarias, tachos de basura, duchas, señaléticas turísticas, etc. Todo esto por la escasa participación de los comuneros en proteger su espacio de realización turística. En cuanto a la accesibilidad se puntualiza que las vías de destino hacia la isla son por medio fluvial en lanchas desde diferentes puntos de la costa ecuatoriana como lo son: el mercado La Caraguay en el cantón Guayaquil, desde Posorja, Machala y El Oro.

Dentro de Bellavista y Cauchiche se evidenció que carecen de infraestructura y capacidad hotelera, como para albergar a un número importante de turistas tanto nacionales como extranjeros. Actualmente existen proyectos de adecuación de campamentos y hosterías que han quedado en pausa por la falta de predisposición de los comuneros y el apoyo del gobierno competente.

Las entidades a cargo de la Isla Puná, conocen sobre las oportunidades de crecimiento turístico que posee la misma, el inconveniente yace a partir de la nula promoción que le dan a la isla.

Tanto el resultado de las encuestas como el diagnóstico de la situación actual de ambas comunas que detallan las condiciones en las que se encuentra el lugar otorgan información considerable para futuros planes para el desarrollo turístico y local de la Isla Puná. Entre los hallazgos relevantes se expone que el turista que conoce las comunas de Bellavista y Cauchiche demandan por un sin número de actividades que a su consideración se podrían realizar en el lugar, pero aun así, siguen visitando la isla, en su mayoría, por el ambiente de armonía que se respira en compañía del mar.

Las comunas son consideradas como lugares turísticos de paso, por sus escasas de actividades lo cual impide la retención de los turistas y por ende el gasto dentro de las mismas. La situación en cuanto a las restricciones de hora máxima de entrada y salida de las lanchas, limitan la estadía del turista dentro de la isla, así

como el escaso transporte terrestre dentro de ellas, por lo que deben pasar minutos para que se pueda abordar tanto una lancha como una camioneta.

Como punto crítico se concreta que la preparación y capacitación de los prestadores de servicios dentro de Bellavista y Cauchiche ha decaído considerablemente por el desinterés turístico que la isla presenta, los capacitadores han dejado de acudir a estas comunas. Dando como resultado que las personas ya capacitadas como guías de las comunas abandonen su lugar natal en busca de mejor calidad de vida.

La educación dentro de Puná debe ser buscada lejos de la misma, debido al abandono de docentes en las escuelas existentes, las que algún día existieron y tuvieron que ser cerradas por la baja cantidad de niños y la mengua calidad pedagógica. Los beneficios obtenidos por ser originarios de la Isla Puná son casi nulos, lo cual obliga a los habitantes a registrarse en la parroquia de Posorja y así poder acceder a los beneficios de salud, educación, entre otras. Es por ello que los datos y registros de los Punáes son escasos, lo cual limita en la realización de investigaciones y acceso a proyectos para la isla.

En lo que respecta a implementación de la operadora turística como intermediario sobre la oferta de servicios que poseen las comunas, se concluye que será de beneficio para las mismas, ya que, tanto los comuneros como los turistas, sobre un 92% señalaron que están de acuerdo con la construcción de un paquete turístico que contenga múltiples actividades que realizar, poniendo de manifiesto que las visitas hacia la Isla Puná serán comúnmente preferidas en la época de carnaval, sin descartar los días de semana.

El estudio financiero manifestó que el proyecto resulta rentable, notado que se recupera la inversión a los 4 años exactos.

Recomendaciones

Es indispensable que las entidades gubernamentales y municipales intervengan en la Isla Puná para que poco a poco se vea una mejora radical y definitiva, esto ayudará en manera de incentivo para los comuneros que se sienten desplazados por dichas entidades, a que recobren los ánimos de fomentación turística dentro de su comuna.

Se debe realizar un censo exhausto y minucioso sobre todas las comunas de la Isla Puná, para que existan datos exactos y claros sobre los pobladores y los servicios que poseen, información que servirá para establecer la población fija de habitantes, lo cual facilitará las investigaciones futuras.

Las capacitaciones deben ser fijadas por fechas dentro de un calendario estipulado, este deberá ser puesto en conocimiento con días de antelación a las fechas pactadas para que los habitantes de las comunas acudan satisfactoriamente a los mismos. Así mismo el Ministerio de Turismo debe poseer estadísticas turísticas sobre los destinos situados en los sitios rurales, donde se pueda acceder a información veraz y oficial.

Se ha propuesto un plan a cinco años que se considera sería viable y adecuado tomando en cuenta las condiciones económicas y de adecuaciones con las que actualmente cuenta la comuna.

Si esta propuesta genera impactos positivos en el corto plazo, seguramente en el mediano plazo se lograrán incorporar otras actividades de preferencia del turista. Lo importante es que las comunas vayan captando mayor turismo, de tal manera que se produzca una motivación sobre la consideración del turismo como una gran oportunidad a largo plazo.

Listado de Referencias

- Acerenza, M. (2010). *Agencias de viajes*. Editorial Trillas.
- Aguirre, E. (2016). *Entrevista al presidente de la Comuna Bellavista, Isla Puná*. Ecuador.
- Alcaldía de Guayaquil. (2013). *Legislación Municipal*. 2012, de Municipalidad de Guayaquil Sitio web: <https://sites.google.com/site/alcgye/la-municipalidad/7-legislacion-municipal>
- Alejandro, P. (2016). *Entrevista al síndico de la Comuna Cauchiche, Isla Puná*. Ecuador.
- Asamblea Nacional Constituyente (2008). *Constitución Política del Ecuador*. [Lectura en Línea]. Recuperado de: http://www.efemerides.ec/1/cons/index.htm#ASAMBLEA_CONSTITUYENTE
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. 3ª Edición. Colombia: Pearson Educación.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Editorial Trillas.
- Boullón, R. (1999). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*. México: Editorial Trillas.
- Díaz, B. (2011). *Diseño de productos turísticos*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
- Cabarcos, N. (2011). *Administración de servicios Turísticos, Promoción y Venta*. Bogotá: IDEASPROPIAS.
- Calderón, C. (2009). *Construcción de Conocimiento Científico, Educación y Tesis Doctoral: relevancia, pertinencia e innovación*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.
- Chan N. (2011). *Circuitos Turísticos Programación y Cotización*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.
- Comisión legislativa y codificación (1999). *La ley de Compañías*. [Lectura de PDF]. Recuperado de: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf
- Covarrubias, R., Durán, A., (s.f.). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. México: Servicios Académicos Internacionales.

- Devesa, M., Laguna, M., Palacios, A. (2009). *Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior*. Revista Electrónica de Motivación y Emoción, XIII, 170.
- Echeverría, A. & Labanda, M. (2006). *Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado de: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/116/1/CD-0131.pdf>
- García, A. y Uscanga, María. (2008) “Desarrollo y comportamiento de la motivación en el trabajo” Edición electrónica. Universidad de Málaga.
- Gurría, M. (1991): *Introducción al Turismo*. México, Trillas (1ra. reimpres., 1994).
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Interamericana Editores, S.A de C.V.
- MINCETUR (2015). Conceptos fundamentales del turismo. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador & Tourism & Leisure (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR2020”*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo (2004). *Metodología para el inventario de atractivos turísticos*. Ecuador. Scribd Inc.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2002). *Ley de Turismo*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2015). Registro de establecimientos turísticos. Obtenido de: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-agencias-de-viajes/109>
- Municipalidad de Guayaquil (2014). Dirección de Uso del espacio y Vía pública. Agosto 4, 2016, de Municipalidad de Guayaquil. Sitio web: <http://www.guayaquil.gov.ec/municipalidad/direcciones-municipales/direccion-uso-espacio-via-publica>
- Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de Turismo, Enero-Junio, 335-357.
- Noboa G. (2007). *Reglamento especial de Turismo en áreas Naturales Protegidas*. 2002, Lexis. Recuperado de: <http://sib.ambiente.gob.ec/file/RETANP%20-%20actual.pdf>

- Organización Mundial del Turismo (1994). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado de: <http://www2.unwto.org/es>
- Orozco, J. y Núñez, P. (2013). *Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable*. Revista de las Sedes Regionales, XIV, núm. 27., 144-167.
- Parella, S. & Martins, F. (2012). *Nivel de investigación. En Metodología de la Investigación Cuantitativa* (88). Caracas: FEDUPEL.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. (23.^a ed.) Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Trg1grH>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el Diagnostico Turístico Local. 2013, Guía para planificadores*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Recuperado de: http://www.aptae.pe/archivos_up/0102-manual-para-el-diagnostico-del-turismo-local-carla-ricaurte.pdf
- Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT. Recuperado de: <http://www2.unwto.org/es>
- Solari, V., Pérez, M. (2005). *Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques*. Economía y Sociedad, vol. X, 49-64.
- Staton, E. W. (2004). *Fundamentos Marketing de Servicios*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://mercadeodeservicios.wikispaces.com/>
- World Travel Awards (2016). South America's Leading Business Travel Destination 2016. Recuperado de: <https://www.worldtravelawards.com/award-south-americas-leading-business-travel-destination-2016>

APÉNDICE

FOTOGRAFÍAS DE LA SALIDA DE CAMPO

Condición actual del medio de acceso Posorja - Puná



Medio de transporte fluvial Posorja – Puná



Medio de transporte terrestre Bellavista - Cauchiche



Baños existentes en Bellavista



Iglesia de Bellavista



Condición actual de la señalética en Bellavista



Espacio de recreación deportiva en Bellavista



Condición actual de los tachos de basura de Bellavista y Cauchiche



Condición actual de los puestos de salvavidas en Bellavista y Cauchiche



Condición actual de la señalética en Cauchiche



Condición actual del Eco-campamento de Cauchiche



Cabañas y zona de fogata en Cauchiche



Iglesia Madre de la Merced de Cauchiche



Caja Solidaria Nueva Vida de Cauchiche



Tiendas existentes en Cauchiche



Envasadora y Purificadora de agua Cauchiche



MODELO DE LA ENCUESTA



Encuesta para la obtención de información sobre el nivel de aceptación y necesidades del turista respecto a las actividades turísticas a implementar para la Isla Puná.

Género F___ M___

Edad

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 18-25 | <input type="checkbox"/> 36-50 |
| <input type="checkbox"/> 26-35 | <input type="checkbox"/> 51-65 |

1. Tipo de persona

- Nacional
- Extranjero

Mencionar su lugar de origen _____

2. ¿Sabía usted que las comunas Bellavista y Cauchiche ofrecen turismo ecológico y de sol y playa?

- Sí
- No

Mencione como obtuvo el conocimiento _____

3. De acuerdo a la derivación de las actividades al aire libre, indique cual es de su preferencia. Elija dos opciones.

- Actividades en tierra
- Actividades en el medio acuático
- Actividades en el aire

4. Según su elección anterior, mencione que actividades le gustaría realizar.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un paquete que incluya el traslado en lancha (ida y vuelta), avistamiento de aves endémicas y almuerzo?

- \$15
- \$20
- \$25
- \$30

6. ¿En qué época del año realizaría este viaje?

- Año nuevo
- Feriado de Carnaval
- Feriado Viernes Santo
- Feriado de Agosto
- Feriado de Difuntos

7. En una escala del 1 al 5 siendo el 5 el de mayor puntaje y 1 el menor, indique su nivel de importancia sobre los servicios turísticos a considerar a su viaje.

Variables	1	2	3	4	5
Alojamiento					
Gastronomía					
Transporte					
Actividades de esparcimiento					

8. ¿Con quiénes realizaría la visita a las comunas Bellavista y Cauchiche? Elija dos opciones.

- Sólo
- En pareja
- En familia
- Con amigos
- En tour organizado

9. ¿De qué manera le gustaría que se promocióne este servicio turístico?

- Redes sociales
- Prensa hablada
- Prensa escrita
- Operadoras Turísticas

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE LA PROVINCIA Guayas
NOMBRE DEL CANTÓN Guayaquil
NOMBRE DE LA PARROQUIA Puná
NOMBRE DE LA COMUNIDAD Bellavista

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.

120

Fuente Presidente Este Aguirre

2. OFERTA DE SERVICIOS

1.3 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

1. Hoteles	<input type="text" value="0"/>	5. Moteles	<input type="text" value="0"/>
2. Hosterías	<input type="text" value="0"/>	6. Hospederías comunitarias	<input type="text" value="2"/>
3. Hostales	<input type="text" value="0"/>	7. Camping	<input type="text" value="5"/>
4. Pensiones	<input type="text" value="0"/>	8. Otro _____	<input type="text" value="0"/>

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

1. Restaurantes	6
2. Cafeterías	0
3. Fuentes de soda	0
	0

4. Bares	1
5. Cantinas	0
6. Kioscos de comida	0
7. Otros _____	

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimiento de esparcimiento existente en la comunidad.

1. Discotecas	0
2. Cines / Teatros	0
3. Instalaciones	1

Deportivas	0
	0
4. Bingos	
5. Otros _____	

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

1. Agencias de viajes	0
2. Operadoras	0
3. Información al turista	1
4. Guías de turismo	3

5. Bancos	0
6. Cajeros automáticos	0
7. Otros _____	0

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

Transporte y Accesibilidad

3.1 Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

Distancia a la cabecera parroquial (km): 35 km

Distancia a la cabecera cantonal (km): 76km

	Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando
		X						
	X		x					

3.2 Principales vías de acceso a la comunidad:

1. Pavimentada/Asfaltada	N/A	6. Fluvial	x
2. Adoquinada	N/A	7. Marítima	N/A
3. Empedrada	N/A	8. Aérea	N/A
4. Lastrada	N/A	9. Sendero	X
5. De tierra (carrosable)	X	10. Otro	

3.3 Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. Sí	
2. No	X

b) TURÍSTICA

1. Sí	
2. No	X

3.4 En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. Bus		6. Avión	
2. Camioneta	X	7. Avioneta	
3. Taxis		8. Ninguno	
4. Lancha	X	9. Otro	
5. Canoa			

Comunicaciones

3.8 Existe servicio telefónico en la comunidad:

<input type="checkbox"/>	1. Sí
<input checked="" type="checkbox"/>	2. No

3.9 La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 50 kms.

3.10 Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

<input checked="" type="checkbox"/>	1. Sí
<input type="checkbox"/>	2. No

3.11 En la comunidad NO existen cabinas de servicio telefónico para uso público

3.12 En la comunidad NO existen cibercafés o establecimientos de uso público de internet.

Sanidad

3.14 Existe red de agua entubada:

<input type="checkbox"/>	1. Sí	% de la población con agua entubada <u>0%</u>
<input checked="" type="checkbox"/>	2. No	

3.15 Se trata con cloro el agua de la fuente de distribución: NO

3.16 Fuente principal de abasto/ Qué tipo de agua se consume: POZO

3.17 Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: NO

3.18 En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: POZO SÉPTICO

3.19 Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. Carro recolector	<input type="checkbox"/>
2. Se quema	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Se entierra	<input type="checkbox"/>
4. Otro _____	<input type="checkbox"/>

3.20 Existe establecimientos de salud en la comunidad: NO

3.21 Instancias y/o establecimientos de salud que existen: NO

Energía

3.23 Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

3.25 Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: 100%

3.26 Existen gasolineras en la comunidad: NO

3.27 Distancia a la gasolinera más cercana: 60 km.

4. GOBERNANZA

4.1 De que instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
Nacionales	Prefectura del Guayas	2010	2012	LANCHA
	Miduvi	2010	2012	CASAS
	Consortio Nobis	2011	2012	PUENTE

4.2 Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad

Tipo de Organización

1. Junta Parroquial

2. Comité de Barrio

3. Directiva Comunitaria

4. Comité de Desarrollo

5. Cooperativas

6. Organización de Mujeres

7. Comité de Padres de Familia

8. Organizaciones Religiosas

9. Clubes

10. Asociaciones de Turismo

11. Otras

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1 A qué actividades económicas principales se dedica la población:

1. Agricultura, caza, avicultura, pesca, ganadería
2. Artesanías
3. Turismo, hoteles y restaurantes
4. Actividades no especificadas

Fuente: Presidente Esteba Aguirre

5.2 ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

1. La agricultura

Fuente: El presidente Esteban Aguirre

5.3 Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a 10 comuneros entre ellos los miembros de la asociación de la comuna.

Porcentaje %

Empleos formales en turismo (personal con contrato verbal o escrito, establecimientos con documentos en regla)	0%
Empleos informales en turismo (vendedores informales, prestadores de servicios sin documentos en regla o sin permisos de funcionamiento)	100%

5.4 Tipo de actividad en la que participa la comunidad:

- | | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| 1. Trabajo en grupo | <input type="checkbox"/> |
| 2. Minga | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3. Asamblea comunitaria | <input type="checkbox"/> |
| 4. Otras | <input type="checkbox"/> |

5.5 Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | Sí | No |
|------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| 1. Municipio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Gobierno Provincial | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.6 Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades.

	# de personas
1. Inglés	0
2. Capacidad o experiencia en guianza	13
3. Cocina	8
4. Contabilidad / Administración	1
5. Otra	0

FICHA 2

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

- | | |
|-------|---|
| 1. Sí | x |
| 2. No | |

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en número el resultado)

- 30----- Visitantes de lunes a viernes
- 40----- Visitantes los días sábados
- 25----- Visitantes los días domingos
- 50----- Visitantes los días feriados

Fuente de información: Presidente de la Comuna

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes claves).

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. Permanente (todo el año) | |
| 2. Estacional (sólo por temporadas) | x |
| 3. Esporádica (de vez en cuando) | |
| 4. Inexistente | |

1.4. Forma de viaje (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes claves)

- | | |
|-----------------------------------|-----|
| 1. Independiente | 70% |
| 2. Organizado (paquetes, "tours") | 15% |

Fuente de información: Presidente de la comuna.

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentaje, si no, puede marcar con una X).

A) Con respecto al origen

1. Internacional
2. Nacional x
3. Regional

A) Con respecto al tiempo de estadía

1. Turistas x
2. Excursionistas

Fuente de información: El presidente de la comuna.

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

1. Turistas \$20
2. Excursionistas \$80

Fuente de información: El presidente de la comuna

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1. Sus playas
2. Su estero.

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO

1. Alojamiento	X
2. Restaurantes	
3. Kioscos de comida	
4. Bares	
5. Servicio de guianza local	
6. Otro _____	
7. Ninguno	

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente en el atractivo o sus alrededores.

TIPO DE SERVICIO

1. Restaurantes	<input type="checkbox"/>
2. Kioscos de comida	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Bares	<input type="checkbox"/>
4. Servicio de guianza local	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Otro _____	<input type="checkbox"/>

7.2 Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*). Y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (✓). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1. Natación	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Pesca deportiva	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Caza	<input type="checkbox"/>
4. Deportes en lancha	<input type="checkbox"/>
5. Deportes de aventura / riesgo	<input type="checkbox"/>
6. Competencias deportivas	<input type="checkbox"/>
7. Caminatas	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Paseos en bote / lancha	<input checked="" type="checkbox"/>
9. Paseos a caballo / mula	<input type="checkbox"/>
10. Visitas guiadas	<input type="checkbox"/>
11. Observación de flora y/o fauna	<input checked="" type="checkbox"/>
12. Compras	<input type="checkbox"/>
13. Gastronomía	<input checked="" type="checkbox"/>
14. Conocimiento antropológico	<input type="checkbox"/>
15. Eventos programados	<input type="checkbox"/>
16. Camping	<input type="checkbox"/>
17. Picnic	<input type="checkbox"/>
18. Ciclismo / bicicleta de montaña	<input checked="" type="checkbox"/>
19. Parapente	<input type="checkbox"/>
20. Buceo / snorkel	<input type="checkbox"/>

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

1. Piscina
2. Vestidores
3. Canchas deportivas
4. Muelle
5. Mirador
6. Puentes
7. Circuitos de senderos
8. Refugio
9. Pasarelas
10. Otro _____

x
x
x
x

7. CALIDAD INTRINSECA DEL RECURSO O ATRACTIVO

Los comuneros de Bellavista saben que su comuna tiene bastante por explotar, debido a que la Isla Puna se lo ofrece. Los comuneros desean contar con el apoyo del Gobierno Municipal para poder ser una comuna altamente desarrollada y apta para el turista. Se aprecia a una comuna de bajos recursos y abandonada por sus propios habitantes sin ánimos de ejercer el turismo por iniciativa propia, motivo por el cual no incentiva a ser un espacio de atractivo turístico.

Anexo 3

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.4 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE LA PROVINCIA	Guayas
NOMBRE DEL CANTÓN	Guayaquil
NOMBRE DE LA PARROQUIA	Puná
NOMBRE DE LA COMUNIDAD	Cauchiche

1.5 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.

_____ 350 personas _____

Fuente: Sr. Pedro Alejandro (Síndico de la comuna Cauchiche)

2. OFERTA DE SERVICIOS

1.6 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

11. Hoteles	<table border="1"><tr><td>0</td></tr></table>	0	15. Moteles	<table border="1"><tr><td>0</td></tr></table>	0
0					
0					
12. Hosterías	<table border="1"><tr><td>1</td></tr></table>	1	16. Hospederías comunitarias	<table border="1"><tr><td>0</td></tr></table>	0
1					
0					
13. Hostales	<table border="1"><tr><td>0</td></tr></table>	0	17. Camping	<table border="1"><tr><td>30</td></tr></table>	30
0					
30					
14. Pensiones	<table border="1"><tr><td>0</td></tr></table>	0	18. Otro _____	<table border="1"><tr><td>0</td></tr></table>	0
0					
0					

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

1. Restaurantes	12	5. Cantinas	1
2. Cafeterías	0	6. Kioscos de comida	0
3. Fuentes de soda	4	7. Otros _____	0
4. Bares	0		

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimiento de esparcimiento existente en la comunidad.

6. Discotecas	0	9. Bingos	0
7. Cines / Teatros	0	10. Otros _____	0
8. Instalaciones deportivas	1		

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

8. Agencias de viajes	0	12. Bancos	0
9. Operadoras	0	13. Cajeros automáticos	0
10. Información al turista	0	14. Otros _____	0
11. Guías de turismo	10		

4. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

Transporte y Accesibilidad

3.5 Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

	Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando
Distancia a la cabecera parroquial (km): 29 km		X						
Distancia a la cabecera cantonal (km): 79	X		X					

3.6 Principales vías de acceso a la comunidad:

1. Pavimentada/Asfaltada	N/A	6. Fluvial	
2. Adoquinada	N/A	7. Marítima	X
3. Empedrada	N/A	8. Aérea	X
4. Lastrada	N/A	9. Sendero	N/A
5. De tierra (carrosable)		10. Otro	N/A
			N/A

3.7 Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

c) VIAL		d) TURÍSTICA	
3. Sí		3. Sí	
4. No	X	4. No	X

3.8 En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

10. Bus		15. Avión	
11. Camioneta	X	16. Avioneta	
12. Taxis		17. Ninguno	
13. Lancha	X	18. Otro	
14. Canoa	X		

3.5 En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte:

INEXISTENTE

Comunicaciones

3.8 Existe servicio telefónico en la comunidad:

	1.	Sí
X	2.	No

3.9 La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 10 kms.

3.10 Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí	X
2. No	

3.11 En la comunidad NO existen cabinas de servicio telefónico para uso público

3.12 En la comunidad NO existen cibercafés o establecimientos de uso público de internet.

3.13 Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí	
2. No	X

Sanidad

3.14 Existe red de agua entubada:

	3. Sí	% de la población con agua entubada <u>0%</u>
X	4. No	

3.15 Se trata con cloro el agua de la fuente de distribución: NO

3.16 Fuente principal de abasto/ Qué tipo de agua se consume: POZO

3.17 Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: NO

3.18 En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: POZO SÉPTICO

3.19 Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

5. Carro recolector	
6. Se quema	X
7. Se entierra	
8. Otro _____	

3.20 Existe establecimientos de salud en la comunidad: SI

3.21 Instancias y/o establecimientos de salud que existen: 1

Energía

3.23 Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

3.25 Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: 100%

3.26 Existen gasolineras en la comunidad: NO

3.28 Distancia a la gasolinera más cercana: 10 km.

5. GOBERNANZA

5.7 De que instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo:
nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
Nacionales	MIDUVI	2010	2015	Hostería Cauchiche
	M.I. Municipalidad de Guayaquil	2010	2012	Cabañas de la playa
	Consortio Nobis	2011	2012	Eco-campamento

5.8 Existen planes de desarrollo en la comunidad.

PLAN	AÑO
Proyecto Socio Bosque	2012

5.9 Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad

Tipo de Organización

12. Junta Parroquial	<input type="checkbox"/>	18. Comité de Padres de Familia	<input checked="" type="checkbox"/>
13. Comité de Barrio	<input type="checkbox"/>	19. Organizaciones Religiosas	<input type="checkbox"/>
14. Directiva Comunitaria	<input checked="" type="checkbox"/>	20. Clubes	<input type="checkbox"/>
15. Comité de Desarrollo	<input type="checkbox"/>	21. Asociaciones de Turismo	<input type="checkbox"/>
16. Cooperativas	<input type="checkbox"/>	22. Otras	<input type="checkbox"/>
17. Organización de Mujeres	<input type="checkbox"/>		

6. COMUNIDAD RECEPTORA

6.1 A qué actividades económicas principales se dedica la población:

1. Agricultura, caza, avicultura, pesca, ganadería
2. Artesanías
3. Turismo, hoteles y restaurantes
4. Actividades no especificadas

Fuente: Sr. Pedro Alejandro

6.2 ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

1. Agricultura
2. Pesca
3. Ganadería

Fuente: Sr. Pedro Alejandro

6.3 Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a 10 comuneros entre ellos los miembros de la asociación de la comuna.

Porcentaje %

1.	Empleos formales en turismo (personal con contrato verbal o escrito, establecimientos con documentos en regla)	0%
2.	Empleos informales en turismo (vendedores informales, prestadores de servicios sin documentos en regla o sin permisos de funcionamiento)	100%

6.4 Tipo de actividad en la que participa la comunidad:

1. Trabajo en grupo	<input type="checkbox"/>
2. Minga	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Asamblea comunitaria	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Otras	<input type="checkbox"/>

6.5 Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	Sí	No
1. Municipio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gobierno Provincial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.6 Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades.

	# de personas
1. Inglés	5
2. Capacidad o experiencia en guianza	30
3. Cocina	15
4. Contabilidad / Administración	3
5. Otra	0

FICHA 2

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

1.8. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

1. Sí	<input checked="" type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

1.9. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en número el resultado)

<u>50</u>	Visitantes de lunes a viernes
<u>40</u>	Visitantes los días sábados
<u>15</u>	Visitantes los días domingos
<u>100</u>	Visitantes los días feriados

Fuente de información: Sr. Pedro Alejandro

1.10. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes claves).

- | | |
|-------------------------------------|----------|
| 5. Permanente (todo el año) | |
| 6. Estacional (sólo por temporadas) | x |
| 7. Esporádica (de vez en cuando) | |
| 8. Inexistente | |

1.11. Forma de viaje (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes claves)

- | | |
|-----------------------------------|------------|
| 3. Independiente | 80% |
| 4. Organizado (paquetes, "tours") | 20% |

Fuente de información: Sr. Pedro Alejandro

1.12. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentaje, si no, puede marcar con una X).

B) Con respecto al origen

- | | |
|------------------|---|
| 4. Internacional | X |
| 5. Nacional | X |
| 6. Regional | |

B) Con respecto al tiempo de estadía

- | | |
|-------------------|---|
| 3. Turistas | |
| 4. Excursionistas | X |

Fuente de información: Sr. Pedro Alejandro

1.13. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

- | | |
|-------------------|------|
| 3. Turistas | \$50 |
| 4. Excursionistas | \$30 |

Fuente de información: Sr. Pedro Alejandro

1.14. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1. Sus playas
2. Su manglar

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO

1. Alojamiento	X
2. Restaurantes	
3. Kioscos de comida	X
4. Bares	
5. Servicio de guianza local	
6. Otro _____	
7. Ninguno	

7. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

7.1. Servicios turísticos que existen actualmente en el atractivo o sus alrededores.

TIPO DE SERVICIO

1. Restaurantes	
2. Kioscos de comida	X
3. Bares	
4. Servicio de guianza local	
5. Otro _____	

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*). Y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (✓). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1. Natación	X
2. Pesca deportiva	
3. Caza	
4. Deportes en lancha	
5. Deportes de aventura / riesgo	
6. Competencias deportivas	
7. Caminatas	X
8. Paseos en bote / lancha	X
9. Paseos a caballo / mula	X
10. Visitas guiadas	
11. Observación de flora y/o fauna	X
12. Compras	
13. Gastronomía	X
14. Conocimiento antropológico	
15. Eventos programados	
16. Camping	X
17. Picnic	
18. Ciclismo / bicicleta de montaña	X
19. Parapente	
20. Buceo / snorkel	

7.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

1. Piscina	
2. Vestidores	X
3. Canchas deportivas	X
4. Muelle	X
5. Mirador	X
6. Puentes	
7. Circuitos de senderos	X
8. Refugio	
9. Pasarelas	
10. Otro _____	

8. CALIDAD INTRINSECA DEL RECURSO O ATRACTIVO

Los comuneros de Cauchiche saben que su comuna es idónea para la explotación de productos turísticos, aunque su desarrollo ha sido a paso lento, son conscientes que el lugar es rico en atractivos pero bajo en recursos, Cauchiche aún no está en condiciones para ser ofertada nacional ni internacionalmente debido al poco interés que las entidades encargadas le dan a estas comunas. Cauchiche posee una playa extensa para ofrecer alojamiento a las riveras del mar, restauración y deportes de playa, poseen variada riqueza marina que ofrecer por lo cual tienen una extensa variedad de gastronomía propia de la isla y comida costeña tradicional; así mismo elaboran artesanías con materiales locales, mismas que se dan a conocer mediante sus fiestas y feriados. Todo esto para su subsistencia diaria y para ofrecer al turista, pero manifiestan que mientras no haya un conocimiento externo (publicidad) sobre lo que la comuna le brinda al turista, el turismo en la comuna no se desarrolla, aunque los directivos de la comuna sean eficientes en las labores para el sustento de la Cauchiche se concluye que, tanto como el turista desconozca el turismo existente en esta comunidad y la comunidad decaiga en sus actividades turísticas a tal punto de abandonarla pues no existirá un flujo de demanda ni oferta para Cauchiche.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Briones Mera Viviana Leonor, con C.C: # 0925793275 autora del trabajo de titulación: **Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la Provincia del Guayas** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

Nombre: Briones Mera Viviana Leonor

C.I: 0925793275



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Carranza Paredes Melissa Leonor, con C.C: # 0915794424 autora del trabajo de titulación: **Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la Provincia del Guayas** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

Nombre: Carranza Paredes Melissa Leonor

C.I: 0915794424



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la Provincia del Guayas		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Briones Mera Viviana Leonor Carranza Paredes Melissa Leonor		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Segura Ronquillo Carolina Shirley		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	94
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo, negocios y administración		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comunas, Implementación, Operadora turística, Servicios Turísticos, Paquetes Turísticos.		

El proyecto se basa en la propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná, mediante la implementación de una operadora turística en la ciudad de Guayaquil con el objetivo de fomentar y establecer el turismo de dichas comunas, ligando la prestación de servicios como operadores de turismo con los servicios turísticos ya establecidos en las comunas, desarrollando paquetes que sean satisfactorios y cómodos para el turista. Para llegar a este objetivo se realizó una salida de campo en la Isla Puná donde se realizaron varios análisis previos al diseño de las actividades en los paquetes a proponer, tales como un estudio del entorno de ambas comunas, el diagnóstico de las condiciones actuales de las mismas, inventario de las instalaciones y equipamiento, servicios básicos y recomendaciones para el turista.

El estudio se realizó a través de encuestas y entrevistas, aplicando la metodología de enfoque

mixto, bajo el método deductivo. Por ello, los habitantes se beneficiarían con un ingreso económico, generando la motivación por el desarrollo permanente del turismo en ambas comunas. El proyecto cuenta con una inversión inicial de \$79.183,21. En la evaluación sobre la factibilidad financiera con una tasa de descuento del 12%, genera un VAN de \$46.423,36 lo cual manifiesta que el proyecto es viable ya que el monto es superior a \$1 dólar, y la TIR del 34% que es sobresaliente en relación a la tasa de descuento, lo cual indica que el proyecto es rentable y se recuperará la inversión a los 2 años y 8 meses aproximadamente.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2001033 / 0989604068/ +593234075/0967334802	E-mail: vivianalbm@hotmail.com/ carranzameli@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	