

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Economía y Negocios



**PROYECTO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL
CANTÓN BUENA FÉ EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS**

Previa la obtención del Título de:

**Economista con Mención en Gestión Empresarial,
especialización Marketing**

Presentado por

**María José Chica Andrade
Inti Medardo Patiño Rojas**

Guayaquil-Ecuador

2009

DEDICATORIA

A cada miembro de mi familia, pero en especial a mi padre Medardo Patiño, porque me ha estado mirando y apoyando desde el cielo siempre, a mi madre Blanca Rojas, por ser el apoyo que necesité cada día para poder ser un profesional, y a mi tía Eloísa Patiño, por ser el apoyo moral, económico y familiar que tanto necesité para poder subir un peldaño más de los muchos que subiré en la vida, por guiarme en la mejor ruta que pude tomar; también a mi novia, amiga y compañera María José Chica, que gracias a ella por su paciencia y tiempo que le puso a este proyecto, junto a mi pudimos culminar esta etapa de nuestras vidas.

Inti Medardo Patiño Rojas.

“Tan arrogante es pensar que uno no puede hacer nada como pensar que uno puede hacer todo.”

Phillips Brooks

DEDICATORIA

El esfuerzo que en este proyecto se ve Reflejado lo dedico a cada miembro de mi familia, en particular a mi abuela Olimpia de Los Ángeles Jaramillo Jiménez quien con sus sabios consejos me ha llenado de madurez y valentía para enfrentar la vida, A mis Progenitores Dr. Luis Chica Rivas y Lcda. Ruth Esther Andrade Jaramillo quienes se han constituido en guías de mi vida así como en el apoyo incondicional a lo largo de mis días y de quienes he aprendido que la constancia, el esfuerzo, y la voluntad son los pilares del éxito para alcanzar las metas y objetivos que me he planteado. A mi Hermana Srta. Diana Elizabeth Chica Andrade quién me ha acompañado en este peldaño más de mi vida y ha sabido comprenderme en distintas circunstancias. A mi Tía Betty Esperanza Andrade Jaramillo y su esposo Marcelo Almeida Caicedo, quienes en un comienzo me brindaron su apoyo al empezar mi trayectoria universitaria, al acogerme en su seno familiar brindándome el afecto y ayuda en todo sentido, Finalmente a Mi Novio Inti Medardo Patiño quien es también mi amigo y compañero incondicional en todo momento.

María José Chica Andrade.

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa”

Mahatma Gandhi

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la dicha de poder culminar mi carrera universitaria, también al Econ. Felipe Alvarez Ordóñez M.Sc. por su apoyo y colaboración para poder culminar este proyecto.

Inti Medardo Patiño Rojas.

AGRADECIMIENTO

Sin la Bendición de contar con salud y vida que el Supremo creador provee, no podría extender mi más sincero y profundo agradecimiento a aquellos seres que de alguna u otra forma han colaborado en la realización y culminación de este proyecto, los cuáles son:

Econ. Felipe David Álvarez Ordóñez M.Sc., pues sin su guía y paciencia durante el desarrollo de capítulo a capítulo no hubiera sido posible culminar exitosamente este proyecto de tesis.

Mi Padre Dr. Luis Chica Rivas, quién me apoyó incondicionalmente en la realización del proyecto, dejando inclusive de lado sus responsabilidades habituales.

Mi Madre Lcda. Ruth Esther Andrade Jaramillo por su comprensión y colaboración.

Sr. Luis Zambrano Bello Alcalde del Cantón Buena Fe por proveernos las herramientas necesarias para la realización del proyecto

A todos y cada uno de aquellos funcionarios y colaboradores de los distintos departamentos que conforman la Muy Ilustre Municipalidad del Cantón Buena Fe, quienes sin conocerlos, brindaron un aporte significativo al colaborar en las diversas actividades emprendidas en Pro de la culminación de dicho proyecto.

Sra. Blanca Rojas por su apoyo constante en todas las circunstancias durante el proceso de desarrollo de este proyecto.

María José Chica Andrade.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Ing. Oscar Mendoza Macías
Decano - FEN

Econ. Felipe Alvarez Ordóñez
Director de Tesis

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL“

Econ. Inti Medardo Patiño Rojas

Econ. María Jose Chica Andrade

ÍNDICE DE GENERAL

	Página
DEDICATORIA	I - II
AGRADECIMIENTO	III - IV
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	V
DECLARACIÓN EXPRESA	VI
ÍNDICE DE GENERAL	VII
ÍNDICE DE CUADROS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
1.1 GENERALIDADES	1
1.1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA	1
1.1.1.1. HISTORIA	2
1.1.1.2 UBICACIÓN	3
1.1.1.3 POBLACIÓN	4
1.1.1.4 PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	5
1.1.1.4.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA	5
1.1.1.4.2 PRODUCCIÓN AGRÍCOLA	5

1.1.1.4.3	PRODUCCIÓN PECUARIA	7
1.1.1.4.4	ARTESANÍAS	7
1.1.1.4	CLIMA	7
1.1.2	MARCO TEÓRICO	8
1.2	ANTECEDENTES	11
1.2.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.3	IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	12
1.3.1	JUSTIFICACIÓN	12
1.4	OBJETIVOS	13
1.4.1	OBJETIVOS GENERALES	13
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO		
2.1	PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
2.3	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	18
2.4	PLAN DE MUESTREO	19
2.4.1	DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO	19
2.4.2	DEFINICIÓN DE LA MUESTRA	21
2.5	DISEÑO DE LA ENCUESTA PARA HABITANTES DEL CANTÓN BUENA FE	25

2.5.1	PRESENTACION DE RESULTADOS	27
2.5.1.1	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	27
2.5.1.1.2	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN EL CANTÓN BUENA FE	41
2.6	DISEÑO DE LA ENCUESTA PARA HABITANTES DE CANTONES ALEDAÑOS	42
2.6.1	PRESENTACION DE RESULTADOS	43
2.6.1.1	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	43
2.6.1.1.2	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO EN LOS CANTONES VALENCIA Y QUEVEDO	54
2.6.1.1.3	CONCLUSIONES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.	55

CAPITULO III: PLAN DE MARKETING

3.1	ANTECEDENTES	56
3.2	CICLO DE VIDA	57
3.3	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	58
3.3.1	OBJETIVOS FINANCIEROS	58
3.3.2	OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA	59
3.4	ANALISIS ESTRATEGICO	59
3.4.1	MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP	59
3.4.2	MATRIZ OPORTUNIDADES PRODUCTO-MERCADO (ANSOFF)	62

3.4.3	MODELO DE IMPLICACIÓN DE FCB	63
3.4.4	ANÁLISIS FODA	65
3.5	MERCADO META	68
3.5.1	MACRO-SEGMENTACIÓN	68
3.5.2	MICRO-SEGMENTACIÓN	69
3.6.	POSICIONAMIENTO	70
3.6.1	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	70
3.7	MARKETING MIX	72
3.7.1	PRODUCTO	72
3.7.2	PRECIO	75
3.7.3	PLAZA	75
3.7.4	PROMOCIÓN	76
3.7.4.1	PUBLICIDAD	79
3.7.4.2	PROMOCIÓN EN VENTAS	82
3.7.4.3	MERCHANDISING	85
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO		
4.1	ANTECEDENTES ECONÓMICOS	86
4.2	INGENIERIA DE LA PRODUCCIÓN	87
4.2.1	PROCESO DE PRODUCCIÓN	87
4.2.2	MATERIA PRIMA REQUERIDA	88

4.2.3	INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS	88
4.2.4	INVERSIONES EN EQUIPAMIENTO	90
4.2.5	CALENDARIO DE INVERSIONES EN EQUIPOS	92
4.2.6	CALENDARIO DE INGRESOS POR VENTA DE EQUIPOS DE REEMPLAZO	93
4.2.7	BALANCE DE PERSONAL	94
4.2.7.1	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	95
4.2.7.1.1	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	95

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1	ANTECEDENTES	97
5.2	INVERSIÓN INICIAL	98
5.3	COSTOS DE PRODUCCION	99
5.4	GASTOS	99
5.5	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	101
5.6	CAPITAL DE TRABAJO	102
5.7	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	103
5.8	PROYECCION DE INGRESOS	103
5.9	FLUJO DE CAJA	104
5.10	DETERMINACIÓN DE LA TMAR	105
5.11	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	107

5.12 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

108

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

CUADROS

1	Fiestas cívicas y religiosas	3
2	Extensión	4
3	Población del Cantón	19
4	Proyección Estimada de la Población	20
5	Costo de la construcción del departamento	89
6	Inversiones en Equipamiento	91
7	Valor de desecho contable	91
8	Calendario de Inversiones en Equipos	93
9	Calendario de Ingresos por Venta de Equipos de Reemplazo	94
10	Balance de Personal	94
11	Inversión inicial	98
12	Criterio Financiero	107

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURAS

1 Producción Agrícola	6
Turistas internos	
2 Pregunta No. 1	29
3 Pregunta No. 2	30
4 Pregunta No. 3	31
5 Pregunta No. 4	32
6 Pregunta No. 5	33
7 Pregunta No. 6	34
8 Pregunta No. 7	35
9 Pregunta No. 8	36
10 Pregunta No. 9	37
11 Pregunta No. 10	38
12 Pregunta No. 11	39
13 Pregunta No. 12	40
Turistas externos	
14 Pregunta No. 1	44
15 Pregunta No. 2	45
16 Pregunta No. 3	46
17 Pregunta No. 4	47
18 Pregunta No. 5	48
19 Pregunta No. 6	49
20 Pregunta No. 7	50

21 Pregunta No. 8	51
22 Pregunta No. 9	52
23 Pregunta No. 10	53
24 Ciclo de Vida	58
25 Matriz Boston Consulting Group	61
26 Matriz oportunidades producto-mercado (ANSOFF)	62
27 Modelo de implicación de FCB	64
28 Macro-segmentación	69
29 Fotografía. Rio Bajaña	73
30 Fotografía. Cascada 4 Eros	73
31 Fotografía. Cascada Arco Iris del Congoma	74
32 Fotografía. Rio Palenque	74
33 Fotografía. Entrada del Cantón Buena Fe	76
34 Fotografía. E. Otto (Costa Rica)	78
35 Fotografía. A. v. Lossau (China)	78
36 Valla promocional de la entrada a Buena Fe por el Sur – Este	80
37 Valla promocional de la entrada a Buena Fe por el Norte	81
38 Afiche promocional de Buena Fe	81
39 Tríptico promocional de Buena Fe	83
40 Camisas y Gorras promocionales de Buena Fe	84
41 Organigrama	95

CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1.1 GENERALIDADES

1.1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA

Este proyecto consiste en la elaboración de un plan para fomentar y desarrollar el turismo del cantón Buena Fe en la provincia de Los Ríos con el fin de contribuir a que no sólo los habitantes de dicho cantón gozen de sus bellezas naturales sino también de cantones aledaños. El desarrollo de este sector aparentemente abandonado se pretende alcanzar a través de propuestas sustentables, y factibles, una de estas se trata del Agroturismo que es la forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para el desarrollo del mismo, la cual consiste en atraer turistas con paisajes cultivados , más no a través de la naturaleza como lo hace el ecoturismo , y su importancia radica en que si las ofertas para turistas hacen que aumenten los ingresos de

la población rural, el agroturismo puede promover el desarrollo regional. Para lograr el impulso del turismo a través de este mecanismo que va a generar un valor agregado a dicho sector es importante que la población rural ayude a conservar la variedad natural, y como tal debe reconocerla como valiosa y digna de protección.

Con base en los argumentos antes mencionados, es necesario como tal profundizar el presente estudio mediante un breve recuento del pasado así como de la situación actual del cantón, sus características, sus actividades y el desarrollo alcanzado en diversos sectores, es así que abordaremos temas tales como; historia, ubicación, población, clima, producción, comercio, entre otros, información que permite obtener conocimiento de forma particular sobre el entorno el que cual se desarrollará y evaluará dicho proyecto.

1.1.1.1 HISTORIA

La creación del Cantón Buena Fe que en sus inicios fuese una parroquia rural del Cantón Quevedo mediante decreto N° 174 del 11 de octubre de 1979 y al cual perteneció hasta julio de 1992 en el cual el Plenario de las Comisión Legislativa Permanente expidió el decreto de su cantonización, la misma que se efectuó el 04 de agosto de 1992, fecha en la que Rodrigo Borja Cevallos, Presidente de la República, firmó el decreto aprobado por el Congreso Nacional y el 7 de Agosto de 1992, se publicó en el Registro Oficial la Cantonización de Buena Fe.

El nombre del Cantón se remonta a muchos años atrás, es así que en el año de 1943, llegaron al sector, en aquel entonces parroquia Don Medardo Espinoza Cabezas y Rosa Figueroa Carrillo, quienes instalaron una tienda pequeña que la denominaron “Buena Fe”, la cuál era bastante surtida y tenía mucha acogida, así es como surgió nombre del cantón Buena Fe.

En la actualidad el cantón Buena Fe celebra sus fiestas cívicas y religiosas conmemorativas a fechas cruciales que representan y caracterizan al mismo, estas son:

Cuadro 1.1

Fiestas cívicas y religiosas	
7 DE AGOSTO	CANTONIZACIÓN DE BUENA FE
15 DE AGOSTO	FIESTAS PATRONALES DE SAN JACINTO DE BUENA FE.
21 DE NOVIEMBRE	VIRGEN DE MONSERRATE

Fuente: Municipio del Cantón Buena Fe

1.1.1.2 UBICACIÓN

La posición geográfica en la que se encuentra el cantón, se convierte en una ventaja para desarrollar el turismo tanto en el cantón como en la provincia, ya que se encuentra ubicado a 14 Km. de la vía Quevedo Sto. Domingo, situado en la parte septentrional de la provincia de los Ríos, a 120 Km de la ciudad de Babahoyo, Capital Provincial con una extensión territorial de 601 Km². El cuál

limita al norte con Sto. Domingo, al Sur con Quevedo, al este con Valencia, al Oeste con cantones de Manabí y Guayas. La superficie del cantón dividida en cabecera cantonal, parroquias rurales, y Patricia Pilar (parroquia urbana) es como se describe a continuación:

Cuadro 1.2

Cabecera Cantonal	9.2 Km2	Parroquias Rurales	427.8 Km2
Patricia Pilar (P.Urbana)	164 Km2	Total	601 Km2

Fuente: Municipio de Buena Fe

1.1.1.3 POBLACIÓN

La población de Buena Fe según datos del VI Censo de Población y V de Vivienda del 2001 es de 47.833, dividido en el área urbana con un total de 27.765 entre hombres y mujeres, en el área rural un total de 20.068 entre ambos géneros.

Es importante acotar que en la provincia de Los Ríos, los residentes de los 13 cantones que la conforman, Buena Fe creció en población a un ritmo del 3,2 % (anual) según el último periodo intercensal 1990-2001 (INEC), lo que es bueno para el sector del turismo pues no sólo fomenta su desarrollo sino que también se convierte en otra fuente de ingresos para sus habitantes. Así como

también cabe destacar que el cantón Buena Fe ocupa el lugar N. 36 entre las ciudades más pobladas del Ecuador.

1.1.1.4 PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

1.1.1.4.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Al constituirse en un cantón netamente productivo, debido a los recursos agrícolas y agropecuarios que genera y a su vez comercializa, en general el 60% del total cantonal se dedica a la actividad agrícola; y el 40% a la actividad comercial. Por lo tanto Buena Fe se ha diversificado en dos sectores de la economía: primaria con agricultura y ganadería, y secundaria con el sector económico. Estos últimos sectores han alcanzado gran desarrollo en los últimos años, puesto que se ha incrementado la producción de los mismos, tal como lo muestran los porcentajes antes mencionados de participación de los diversos sectores que forman parte de la actividad económica del Cantón en mención.

1.1.1.4.2 PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

El sector agrícola es considerado como uno de los más importantes debido al aporte de progreso económico que ha representado y representa en los actuales momentos, se caracteriza por la diversidad de sus recursos, como se detalla a continuación:

- Cultivos Perennes: Los más destacados que se cultivan en el Cantón son: Banano, Palma Africana, Plátano.

- Cultivos de ciclo corto: Arroz, Maíz, Soya.
- Árboles frutales: Zapote, Naranja, mandarinas, aguacate, Limón, Sandía, Papaya, Mango, Achotillo, Arazá.

Es necesario acotar como información adicional dentro del contexto que se aborda que en el cantón Buena Fe existen industrias netamente agrícolas que consisten básicamente en el proceso de secado y almacenamiento de granos. Además de realizarse ferias los sábados y domingos donde se comercializan los productos que se cosechan en esta tierra y también los de la serranía.

Buena Fe es un cantón eminentemente agrícola y la mayor parte de sus habitantes se dedica al cultivo de banano, café, maíz, tomate, soya, cacao, palma africana, palmito y variedad de frutas.

Los productos de las actividades agrícolas y pecuarias son llevados a los distintos mercados del país e inclusive fuera de él. Además de la crianza de ganado vacuno, y porcino, fuente de ingresos para sus pobladores.

Figura 1.1



Fuente: Elaborado por los Autores

1.1.1.4.3 PRODUCCIÓN PECUARIA

La producción Pecuaria como uno de los ejes fundamentales de la economía y productividad del cantón Buena Fe, aporta en promedio de ganado vacuno una cantidad de 875 en todo el cantón, porcino con 980, los mismos que se generan en grandes cantidades de producción particularmente en recintos como El triunfo, San Miguel, La libertad, Salapi, la Boya, 24 de mayo.

1.1.1.4.4 ARTESANÍAS

Este sector considerado comercial y como tal forma parte del aparato productivo del cantón aunque en un porcentaje reducido, ya que la población se dedica a realizar actividades como: zapatería, carpintería, sastrería, belleza, es decir las personas se dedican a cualquiera de estas actividades como un complemento de su economía.

Entre las Artesanías que se comercializan en el cantón se encuentra la elaboración de objetos, muebles, etc. pero en particular o algún elemento representativo que identifique al Cantón como tal no existe.

1.1.1.5 CLIMA

El clima de la zona es húmedo tropical, con una temperatura promedio de 24 °C. En el Cantón se presentan dos tipos de estaciones climáticas que son:

invierno, que abarca de Enero a Mayo, con una temperatura promedio de 31 °C y verano que va desde Junio a Diciembre, con una temperatura promedio de 21 °C.

La evaporación oscila entre 100.1 y 73 .0 mm. La humedad relativa es constante y oscila en un 84%. Los vientos que soplan de Sur a Oriente marcan un promedio de 0.7 nudos de fuerza.

1.1.2 MARCO TEÓRICO

El cantón Buena Fe de la provincia de los Ríos limita al norte con la provincia de Pichincha, al sur con el cantón Quevedo, al este con el cantón Valencia, y al oeste con la provincia de Manabí, su longitud es de 11,04 Km, con un total de 47,631 habitantes hasta el 2001 según datos proporcionados por el INEC.

El desarrollo de este proyecto turístico, con el aval del Gobierno Municipal de Buena Fe, contribuye con la sociedad, ya que crea oportunidades de desarrollar microempresas artesanales en este ámbito, es así como muchas otras ciudades que poseen destinos turísticos tanto en la costa, Sierra, Oriente así como en Galápagos se fomenta la creación de estas pymes en las que prevalece la materia prima natural, e inclusive muchas artesanías hacen eco de las características en particular que poseen los cantones, y estos a su vez se proyectan a los turistas.

El Gobierno Municipal del Cantón Buena Fe desea obtener las herramientas y recursos necesarios que contribuyan a la creación de un Departamento de Turismo, para que se dé la importancia que merece dicho sector. Con la creación del departamento de turismo, a través de las medidas que se implementen, Buena Fe puede enfrentar a otros lugares turísticos que tienen los cantones aledaños que son competencia directa del mismo como lo es Valencia, La Maná que pertenece a la Provincia del Cotopaxi, y así contribuir eficientemente al control, mantenimiento y protección a los destinos turísticos del Cantón en mención.

Gracias a la variedad de plantas, flores, frutas, demás paisajes y lugares paradisiacos como las cascadas, ríos y bosques del cantón, se puede llevar a cabo propuestas que vayan encaminadas no sólo a fomentar y desarrollar el turismo, sino también a que se implementen medidas de sostenibilidad ambiental para proteger el medio ambiente de agentes externos como contaminación que perjudiquen y hagan daño al entorno natural.

Es indispensable que a través de medidas de protección a los bosques naturales, reservas, entre otros lugares se garantice a los habitantes y turistas del cantón el cuidado, mantenimiento, e inclusive sanciones a quienes atenten o incumplan reglas establecidas como por ejemplo: No botar basura dentro de los bosques, ni arrojar basura en los ríos, reservas, ó parques. Esto se podría lograr mediante la custodia de estos centros turísticos por guardias, administradores o encargados de los mismos.

Existen otros cantones que poseen atractivos turísticos y que en cierta forma representan competencia para el cantón, y estos son:

Vinces

La capital turística y cultural de la provincia, una hermosa ciudad caracterizada por sus antiguos y llamativos edificios de madera, que pertenecieron a los ricos comerciantes y cacaoteros de antaño. Desde hace más de 40 años, se celebra la Regata Guayaquil-Vinces, es una competencia anual muy concurrida cada año en la zona.

Montalvo

Un lugar de agradable clima, famoso por su producción de cítricos, la zona es productora de arroz por tradición, en el trayecto se puede apreciar un hermoso tapiz de color verde en la época de siembra, que se torna amarillo para tiempo de cosecha de arroz, paisajes que al fondo se ve adornado por la majestuosa Cordillera de los Andes.

El Cerro Cachan

Es sin igual en el Mundo, por su especialísima estructura. El origen de aquella elevación permanece todavía en el misterio. Cuenta la leyenda que en el Cacharí vivió una hermosísima Dama Encantada, convertida después en una piedra en forma de corazón, crustada en la cúpula del cerro, y que puede ser vista por los turistas.

Río Babahoyo

Es un interesante paseo el que realizan los visitantes ya que consiste en navegar sobre las aguas del Río Babahoyo, con el fin de observar la riqueza agrícola y ganadera de la región, en este singular río hay casas flotantes que asombran a los visitantes, sin lugar a duda es un interesante paseo.

Cascada Milagrosa

Ubicada a 35 Km de Babahoyo, es muy visitada por sus aguas medicinales.

1.2 ANTECEDENTES

1.2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es un sector que por muchos años no se ha explotado en este cantón que posee mucha flora y fauna que encantan a cualquier persona, además de cascadas, ríos, complejos, gastronomía, etc., razón por la que es necesario realizar un plan para desarrollar y porqué no, explotar todo este conjunto de elementos que hacen del cantón Buena Fe un maravilloso destino turístico más en la Provincia de los Ríos y por ende del Ecuador.

Mediante este estudio se desea identificar los lugares que representan atractivos turísticos en el cantón y que por muchos años han permanecido en el olvido, ante la indiferencia de sus gobernantes de turno y habitantes.

El Gobierno Municipal del Cantón Buena Fe pretende promover el turismo aprovechando el vasto patrimonio natural que posee, ya que para este Gobierno seccional ha sido difícil atender este sector puesto que no cuentan con un Departamento de Turismo.

1.3 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

1.3.1. JUSTIFICACIÓN

Debido a que la población del cantón Buena Fe se ha incrementado en los últimos 8 años, tal que hasta el 2001 creció 3,2% anual, según el último censo, lo que hace pensar que este crecimiento ha ido en aumento debido al desarrollo del sector agropecuario así como del sector comercial formal e informal, este último ha ido en crecimiento en los últimos años. Es importante destacar que es uno de los cantones con mayor población joven, ya que el 46.4% de la población son menores de 20 años, según datos del INEC.

Por este motivo, se desea fomentar el turismo en este Cantón, aprovechando los factores antes mencionados y a través de la implementación del Agroturismo como una medida viable de desarrollo para el sector turístico, además de constituir una de las propuestas claves y primordiales del presente estudio, lo cual va a permitir el avance o más bien progreso para el cantón y sus habitantes, puesto que sería una característica de diferenciación con respecto a los demás cantones y a su vez lo hace más competitivo en cuanto a turismo se refiere.

Entre los lugares considerados turísticos del cantón que se caracterizan por la flora, fauna, bondades naturales, etc., en general sobre los cuales vamos a establecer propuestas para desarrollarlos debidamente, para esto encontramos sitios tales como :

- Rio Gallina: balneario de agua dulce, en verano seco realizan bailes, elecciones de mis tanga, camiseta mojada, etc.
- Puerto Bajaña: balneario de agua dulce, se realizan competencia de 4x4, y es una de las mejores pistas de 4x4.
- Balneario del Cerro: tiene una playa bastante amplia, balneario de agua dulce, se realiza competencia regional y nacional de motocross en el mes de agosto.
- Represa Recinto el Mono: aproximadamente a 10 km. de Buena Fe.
- Bosque Tropical Rio Palenque: localizado en la parroquia "Patricia Pilar"

Sin embargo también existen otros lugares que quizás por su ubicación no son muy frecuentados por encontrarse en zona no delimitada del cantón pero que no dejan de representar las maravillas turísticas de la región, como son:

- Cascada del Salto del Armadillo y Cascadas de la 14.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVOS GENERALES

Determinar la factibilidad económica de desarrollar un plan turístico en el Cantón Buena Fe.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el conocimiento de los habitantes del cantón acerca de los lugares turísticos y las características deseadas para hacer de estos más atractivos, mediante un estudio de mercado.
- Establecer una estrategia adecuada de Publicidad para el Proyecto de Desarrollo Turístico, a través de un Plan de Marketing.
- Determinar el monto de la inversión necesaria, así como los costos de readecuación de la infraestructura en los lugares turísticos.
- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).
- Analizar la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

Con los resultados obtenidos basados en el nivel de aceptación y conocimiento que arroje la investigación de mercado, se podrán proponer medidas que se establezcan en pro del desarrollo sustentable de el turismo, como es el Agroturismo el cual se aplicará como estrategia para así mejorar la condición o él nivel de vida de sus habitantes, puesto que el turismo es un sector que en los actuales momentos genera ingresos no sólo para los cantones y provincias, sino también para todo un país, como es el caso de Ecuador que promueve su biodiversidad y se proyecta al exterior como un sitio paradisiaco con muchas bondades naturales ofrecidas por la 4 regiones costa, sierra ,oriente e insular.

Mediante la culminación de dicha investigación; se podrá conocer con exactitud los lugares turísticos con alto nivel de conocimiento y aceptación por

parte de los turistas, sitios sobre los cuales va a realizarse la debida promoción y readecuación, en caso de ser necesario y conforme a las propuestas que se determinen para el desarrollo de los mismos.

A su vez no se podrá dejar a un lado a los lugares con menor aceptación, puesto que también representan potencial turístico, y sobre los cuales se va a desarrollar propuestas en pro de su mejora o adecuación, para así contribuir a que estos sitios que por falta de medidas de apoyo y sostenibilidad puedan desarrollar su potencial en su máxima expresión, para contribuir una vez más al desarrollo del cantón, de sus habitantes y de este sector que merece atención debido a las riqueza natural que ofrece.

Se realizarán dos encuestas, con el fin de determinar el grado de conocimiento que tienen los habitantes de Buena Fe y de los cantones aledaños acerca de los atractivos turísticos, y del agroturismo, así como establecer el nivel de compromiso que ellos estarían dispuestos a asumir para promover el desarrollo turístico de Buena Fe.

Por otro lado, mediante la realización de un estudio de mercado dirigido a los habitantes de los cantones vecinos de la provincia de Los Ríos, se considera necesario determinar el conocimiento de las bondades turísticas que posee el cantón Buena Fe.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Buena Fe pese a poseer las bondades naturales y turísticas mencionadas en incisos anteriores, es un cantón que aún está en vía de desarrollo, ya que recientemente se han tomado medidas en el ámbito social como alumbrado eléctrico, alcantarillado, agua potable, etc. Puesto que Gobiernos Municipales anteriores no invirtieron en mejorar estos aspectos que son fundamentales para el desarrollo de toda sociedad. Esta es quizás una de las causas que no han permitido al Gobierno Municipal actual destinar recursos al turismo, ya que se han enfocado a satisfacer necesidades primordiales como las antes mencionadas.

El Actual Gobierno Municipal del Cantón Buena Fe, liderado por el Sr. Luis Zambrano Bello como Alcalde, en su afán por promover el turismo del cantón considera necesario la creación del Departamento de Turismo como eje para el desarrollo de este sector, tanto así que se compromete a gestionar la creación del departamento con recursos generados del municipio y por autogestión del mismo.

De aquí la importancia de identificar los lugares turísticos de mayor proyección para promover su desarrollo a través de la nueva tendencia turística que están adoptando otros países del mundo y ciudades del Ecuador denominada Agroturismo, el mismo que se basa en promover el turismo de forma tal que, la cultura rural es aprovechada económicamente para el mismo. (Se parece al ecoturismo que es la tendencia que se ha mantenido hasta el momento), pero no trata de atraer turistas con la naturaleza (ecoturismo), sino sobre todo con paisajes cultivados. Así también como determinar

características deseadas por parte de los turistas en cuanto a readecuación e infraestructura de los destinos turísticos.

2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivo General

- Observar si se puede desarrollar y explotar de forma potencial al sector turístico en el Cantón.

Objetivos Específicos

- Determinar los lugares que el turista está dispuesto a visitar.
- Obtener el nivel de preferencia de los distintos destinos turísticos.
- Obtener el perfil y gustos de los turistas.
- Conocer la percepción de los habitantes con respecto a visitar los diferentes sitios turísticos del Cantón Buena Fe.
- Determinar la frecuencia con que usualmente se visita los lugares turísticos que posee el cantón.
- Determinar el monto de gasto promedio

2.4 PLAN DE MUESTREO

2.4.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Puesto que el Turismo se describe como la afición a viajar por gusto, de recorrer y conocer lugares con características naturales atractivas ya sea de un país, cantón ó región, que se realiza por placer, por descanso, por estudio, por contemplación y apreciación de curiosidades y bellezas de la naturaleza, por motivos de salud, por devoción, por el deseo de disfrutar alimentos, o por ansias de ampliar y complacer la afición artística o cultural. Es así que el Municipio de Buena Fe desea emprender medidas que promuevan el desarrollo del mismo y como tal proveer los recursos y herramientas necesarias para brindarles a los habitantes del Cantón lugares o destinos en los que puedan disfrutar y a los que puedan acceder sin restricciones.

Para la realización del proyecto en cuestión es relevante definir o determinar la población objetivo sobre la que va a recaer el estudio de mercado. La población de Buena Fe según datos del VI Censo de Población y V de Vivienda del 2001, es como se registra a continuación:

Cuadro 2.1 POBLACIÓN DEL CANTÓN

CANTON	POBLACIÓN TOTAL		POBLACION URBANA		POBLACIÓN RURAL	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
BUENA FE	24.332	23.029	13.791	13.725	10.541	9.304
Total	47.361		27.516		19.845	

Fuente: INEC, VI CENSO DE POBLACIÓN Y V DE VIVIENDA, AÑO 2001

En la provincia de Los Ríos, de los 13 cantones que la conforman, Buena Fe creció en población a un ritmo del 3,2 % (anual) según el último periodo intercensal 1990-2001 (INEC), lo que es bueno para el sector del turismo pues no sólo fomenta su desarrollo sino que también se convierte en otra fuente de ingresos para sus habitantes.

Es importante acotar que Buena Fe ocupa el lugar N. 36 entre las ciudades más pobladas del Ecuador.

Proyección Estimada de la Población al 2008 en el cantón Buena Fe.

Cuadro 2.2

AÑOS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Población Total	47,361	48,877	50,441	52,055	53,720	55,440	57,214	59,044

Fuente: Elaborado por los Autores

Por otra parte; con respecto a la provincia de Los Ríos existe un total de 650.178 habitantes, según datos proporcionados por el INEC del último censo de 2001.

Por las razones anteriormente expuestas se considera como población objetivo a los habitantes de la provincia de Los Ríos, puesto que el alcance del presente estudio pretende fomentar no sólo el turismo interno sino también fomentar el éxodo de turistas de otros cantones hacia el cantón Buena Fe.

Es importante destacar que la población antes definida no presenta restricciones de edad, sexo pero si en cuanto a la condición social, ya que en su mayoría son de clase media baja y baja, sin embargo el turismo lo puede disfrutar desde los más pequeños hasta aquellos que están en edad madura, por lo que no se hace distinción entre las distintas categorías a las que pudieren pertenecer los individuos que son parte de nuestra población objetivo

2.4.2 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Dado que la población (Provincia de Los Ríos) es infinita puesto que el número total de habitantes es mayor a 100,000 se utilizará un muestreo aleatorio estratificado, que es aquel en el que se divide la población de N individuos, en k subpoblaciones o estratos, atendiendo a criterios que puedan ser importantes en el estudio

Se va a realizar dos tipos de encuestas tanto para los habitantes del cantón de Buena Fe, como para los cantones aledaños, como son Valencia y Quevedo los dos más importantes para el estudio, por ser los más cercanos y de mayor población de la provincia de Los Ríos.

Para determinar el número de encuestas, se procederá a utilizar un nivel de confianza del 95%, con un grado de significancia del 5%.

Se calculará el tamaño de la muestra, para el caso de una población infinita con la siguiente fórmula:

$$n = Z^2 \left[\frac{p \times q}{D^2} \right]$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

Z: Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95%.

p: Probabilidad de éxito, que se desarrolle el turismo en el cantón Buena Fe y en la provincia de Los Ríos.

q: Probabilidad de fracaso.

D: Máximo error permisible.

Se asumirá la probabilidad de que los turistas visiten los lugares turísticos del cantón Buena Fe sea del 50% y la probabilidad de fracaso sea 50%. Adicionalmente concorde a la tabla normal, el valor "Z" asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1,96 y un margen de error del 5%.

Reemplazando los datos en la ecuación, se tendrá:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(0,50)}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

$$n \cong \underline{\underline{400}}$$

Con el cálculo realizado anteriormente, se concluye que se deben de ejecutar 400 encuestas en los cantones más importantes de la provincia de Los Ríos (Buena Fe, Valencia y Quevedo), avalando que los resultados obtenidos sean representativos de la población.

Posteriormente, el tamaño de la muestra para cada estrato (Buena Fe, Valencia y Quevedo) será:

$$n_i = n \times \frac{N_i}{N}$$

Donde:

n: Muestra del estrato "i".

Ni: Población del estrato "i".

N: Población total.

La cantidad de encuestas a realizar en cantón Buena Fe será:

$$n_{BuenaFé} = 400 \times \frac{47.833}{220.493}$$

$$n_{BuenaFé} = \underline{\underline{87}}$$

Cantidad de encuestas a realizar en el cantón Valencia será:

$$n_{Valencia} = 400 \times \frac{32.870}{220.493}$$

$$n_{Valencia} = \underline{\underline{60}}$$

Y la cantidad de encuestas a realizar en el cantón Quevedo será:

$$n_{Quevedo} = 400 \times \frac{139.790}{220.493}$$

$$n_{Quevedo} = \underline{\underline{253}}$$

2.5 DISEÑO DE LA ENCUESTA PARA HABITANTES DEL CANTÓN BUENA FE

Al iniciar la encuesta, como cortesía a los encuestados es importante la apertura previa caracterizada por un saludo amable, con la que se da inicio a la encuesta que aborda lo que se pretende alcanzar mediante la investigación de mercado.

Para esto como se mencionó en el inciso anterior el saludo será manifestado de la siguiente manera:

Intervención: Buenos días / tardes. El objetivo de esta encuesta es de conocer el nivel de satisfacción y preferencia de los turistas del cantón Buena Fe, así como establecer un nuevo mecanismo para fomentar el turismo, como es el agroturismo.

1. EDAD

18-25 26-35 36-45 46 EN ADELANTE

2. GÉNERO

FEMENINO MASCULINO

3. SECTOR DONDE VIVE

NORTE SUR CENTRO OTROS _____

4. HA VISITADO LUGARES TURISTICOS DEL CANTÓN

SI NO

SI SU RESPUESTA FUE "SI" CONTINUE LA ENCUESTA. SI FUE "NO" TERMINE AQUÍ.

5. DE LOS LUGARES CONSIDERADOS COMO "PUNTOS TURÍSTICOS" DEL CANTON BUENA FE, CUALES USTED CONOCE

RÍO GALLINA PUERTO BAJAÑA BALNEARIO DEL CERRO

BOSQUE TROPICAL RÍO PALENQUE REPRESA RECINTO EL MONO

OTROS _____ (Especifique)

6. DE LOS LUGARES VISITADOS, EN LO QUE A POTENCIAL DE DESARROLLO TURÍSTICO SE REFIERE, ORDENE DEL 1 AL 5 DE ACUERDO AL GRADO DE IMPORTANCIA. (DONDE: 1: MUY IMPORTANTE; 2: IMPORTANTE; 3: INDIFERENTE; 4: POCO IMPORTANTE; 5: NADA IMPORTANTE)

RÍO GALLINA	<input type="text"/>
PUERTO BAJAÑA	<input type="text"/>
BALNEARIO DEL CERRO	<input type="text"/>
BOSQUE TROPICAL RÍO PALENQUE	<input type="text"/>
REPRESA RECINTO EL MONO	<input type="text"/>

7. USTED SUELE VISITAR LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTON DURANTE:

FINES DE SEMANA FERIADOS UNA VEZ A MES

OTROS _____

8. DE LOS LUGARES VISITADOS EXISTE ALGO QUE NO LE AGRADE

ATENCIÓN GASTRONOMÍA ASEO INFRAESTRUCTURA

9. EN LOS LUGARES VISITADOS POR USTED (EN EL CANTON BUENA FE) QUE ASPECTOS CONSIDERA IMPORTANTE USTED MEJORAR:

ACCESIBILIDAD INFRAESTRUCTURA PUBLICIDAD

CALIDAD DE ATENCIÓN AL TURISTA

OTROS _____ (Especifique)

10. GENERALMENTE, EN QUE MOMENTO DEL DÍA, SUELE VISITAR USTED LOS SITIOS TURÍSTICOS DEL CANTON BUENA FE.

EN LAS MAÑANAS EN LAS TARDES EN LAS NOCHES

11. EN PROMEDIO, CUÁL ES SU TIEMPO DE ESTADÍA EN EL SITIO TURISTICO DEL CANTON BUENA FE ESCOGIDO POR USTED:

DE 2 A 3 HORAS
DE 4 A 5 HORAS
DE 5 A 10 HORAS
TODO UN DIA

ELAGROTURISMO ES LA FORMA DE TURISMO EN LA QUE LA CULTURA RURAL ES APROVECHADA ECONÓMICAMENTE PARA EL TURISMO. SE PARECE AL ECOTURISMO, PERO NO TRATA DE ATRAER TURISTAS CON LA NATURALEZA, SINO SOBRE TODO CON PAISAJES CULTIVADOS.

12. CON LO ANTERIORMENTE EXPUESTO CONSIDERA USTED QUE ESTA TENDENCIA SE DEBA INPLEMENTAR EN EL CANTON DE BUENA FE PARA QUE SE CONVIERTA EN UN DESTINO TURÍSTICO

SI NO

2.5.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2.5.1.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

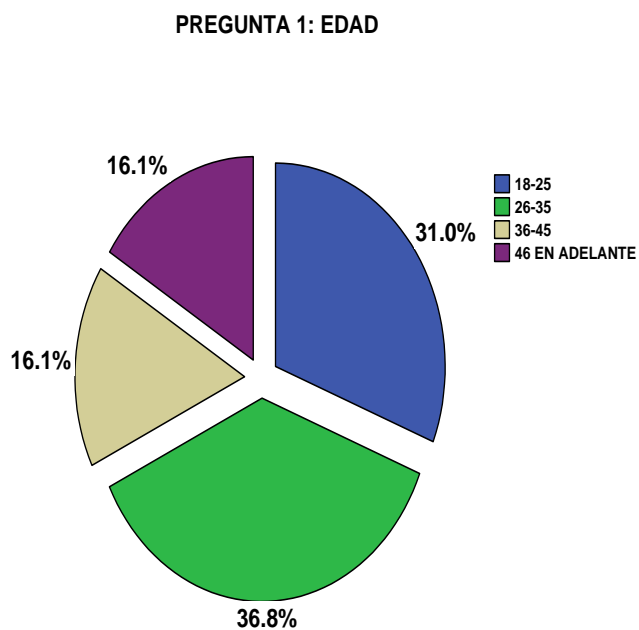
Para el estudio se realizaron dos tipos de encuestas en 3 cantones claves, como en Buena Fe con un total de 87 encuestas, en Valencia con un total de 60 encuestas y en Quevedo el cantón más grande de los 3 escogidos para el estudio, con un total de 253 encuestas.

De esta forma suman un total de 400 encuestas para el estudio, las cuales se las realizaron en áreas claves de cada Cantón:

- ✓ En casas que están situadas en calles principales
- ✓ Parques
- ✓ En los alrededores de venta de comida típica

Las encuestas se las realizaron los días sábado y domingo. En las mañanas se las realizaron en casas situadas en calles principales ya que en esas horas de la mañana es cuando los miembros de familias permanecen en sus casas descansando por haber trabajado toda la semana. En las tardes se las realizaron alrededor de ventas de comida típica y parques, ya que a esas horas es cuando hay mayor concurrencia de personas en los cantones.

Figura 2.1

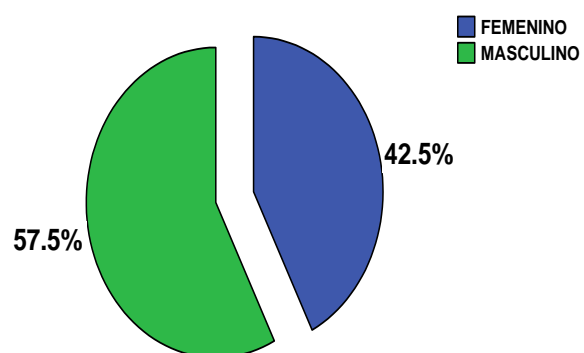


Fuente: Elaborado por los Autores

En el cantón Buena Fe los resultados de la pregunta 1, corresponden al 31% de personas entre 18 a 25 años de edad, 36.8% de personas entre 26 a 35 años de edad, 16.1% de personas entre 36 a 45 años de edad y al 16.1% personas de 46 años de edad en adelante.

Figura 2.2

PREGUNTA 2: GÉNERO

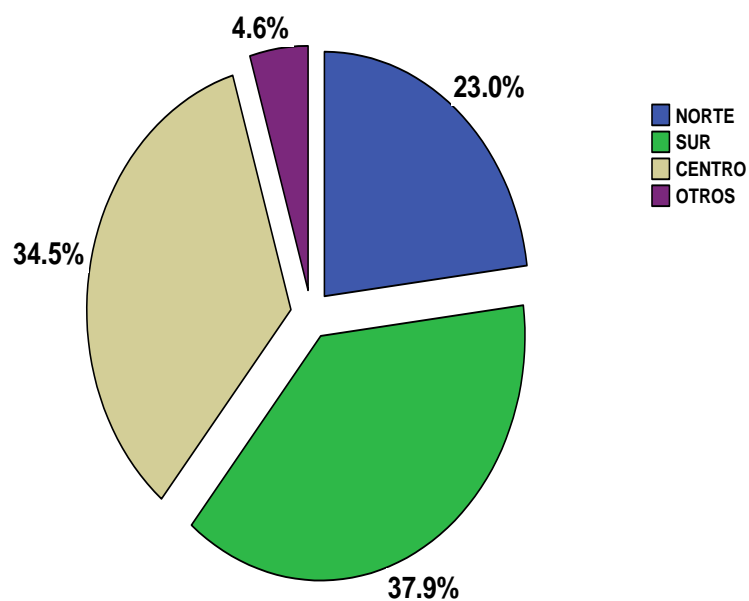


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 2, se obtuvo un 42.5% que corresponde al género femenino frente a un 57.5% del género masculino

Figura 2.3

PREGUNTA 3: SECTOR DONDE VIVE

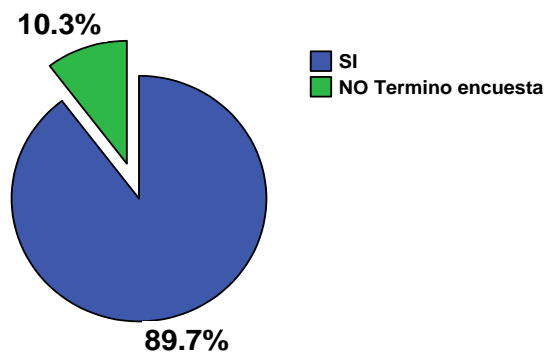


Fuente: Elaborado por los Autores

Se obtuvo en la pregunta 3, que el 23% son personas que viven en el sector norte del cantón Buena Fe, 37.9% en el sector sur, 34.5% en el centro y un 4.6% de otra ubicación.

Figura 2.4

PREGUNTA 4: HA VISITADO LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN

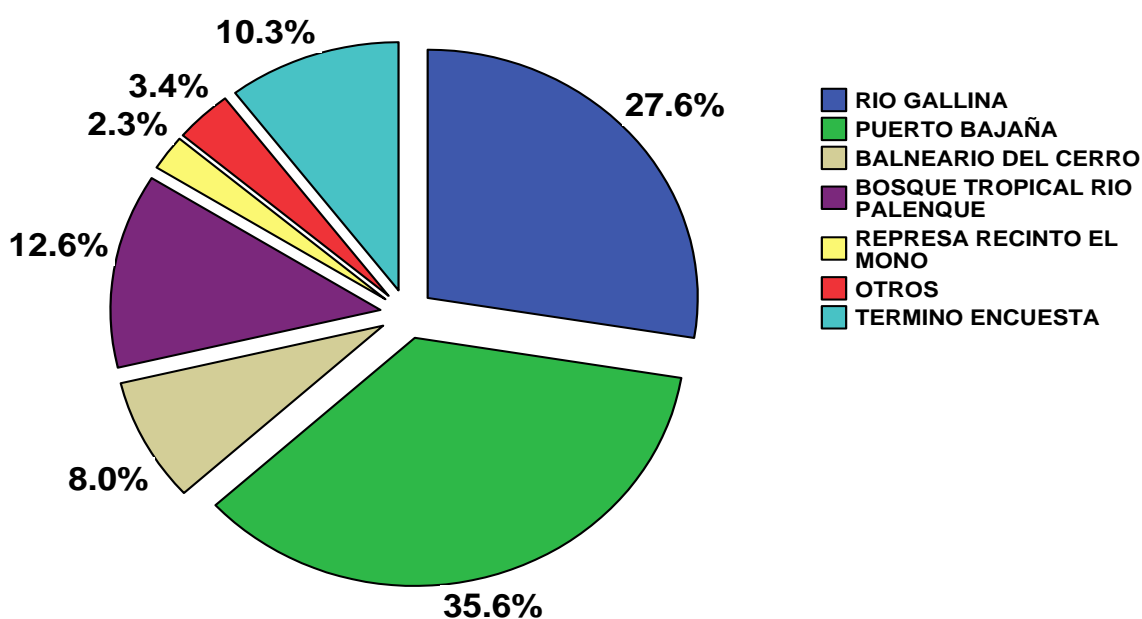


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 4, el 89.7% corresponde a que si ha visitado lugares turísticos del cantón Buena Fe, frente a un 10.3% de no conocer. Por esta razón esta pregunta se considera como primordial ya que en esta se fundamenta el presente estudio.

Figura 2.5

PREGUNTA 5: DE LOS LUGARES CONSIDERADOS COMO "PUNTOS TURÍSTICOS" DEL CANTÓN BUENA FÉ, CUALES USTED CONOCE

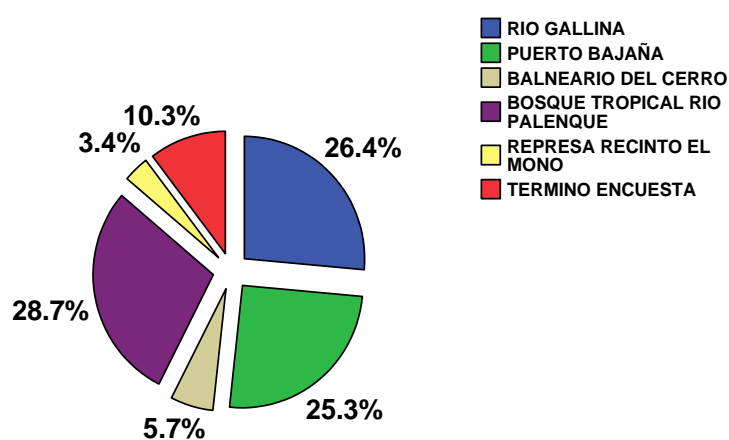


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 5, se obtuvo los lugares que los habitantes del cantón Buena Fe conocen; el Rio Gallina con un 27.6%, el Puerto Bajaña con un 35.6%, Balnearios del Cerro con un 8%, Bosque Tropical Rio Palenque con un 12.6%, Represa Reciento del Mono con un 2.3%, y un 3.4% de otros lugares turístico. Por lo tanto el más conocido o más visitado es Puerto Bajaña.

Figura 2.6

PREGUNTA 6: DE LOS LUGARES VISITADOS, EN LO QUE A POTENCIAL DE DESARROLLO TURÍSTICO SE REFIERE, ORDENE DEL 1 AL 5 DE ACUERDO AL GRADO DE IMPORTANCIA. (DONDE: 1: MUY IMPORTANTE; 2: IMPORTANTE; 3: INDIFERENTE; 4: POCO IMPORTANTE; 5: NADA IMPORTANTE)

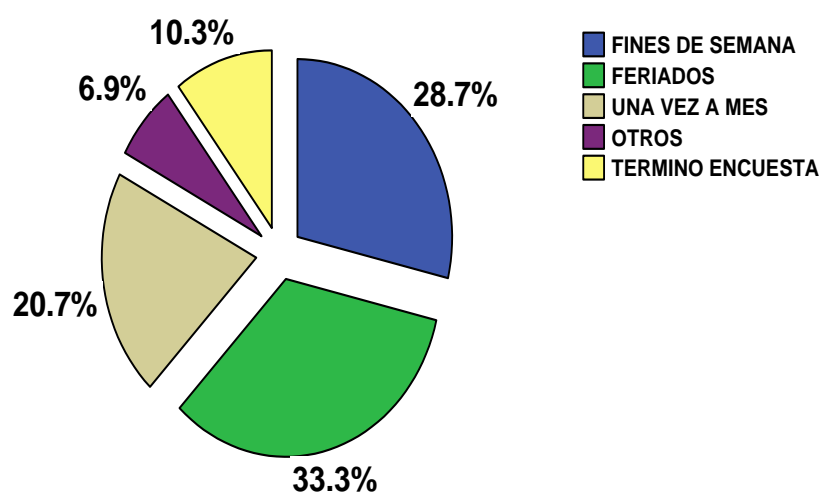


Fuente: Elaborado por los Autores

En esta pregunta se determinó cual lugar es el de mayor importancia obteniendo como resultado, Rio Gallina con un 26.4%, el Puerto Bajaña con un 25.3%, Balnearios del Cerro con un 5.7%, Bosque Tropical Rio Palenque con un 28.7%, Represa Reciento del Mono con un 3.4%. Concluyendo que el Bosque Tropical Río Palenque es considerado el más importante atractivo que posee el cantón.

Figura 2.7

PREGUNTA 7: USTED SUELE VISITAR LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN DURANTE:

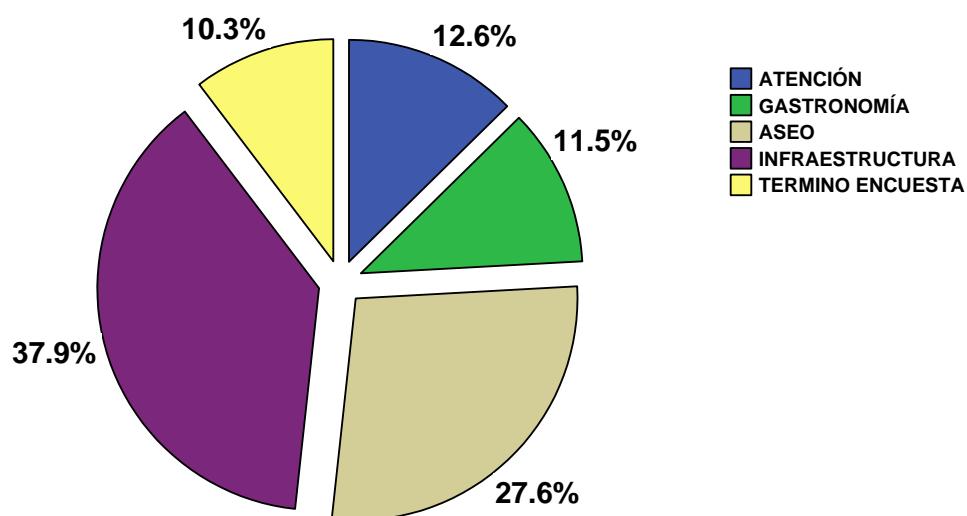


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 7, se determinó que la época del año que las personas asisten a lugares turísticos del cantón Buena Fe con mayor frecuencia son los feriados con 33,3%.

Figura 2.8

PREGUNTA 8: DE LOS LUGARES VISITADOS EXISTE ALGO QUE NO LE AGRADE

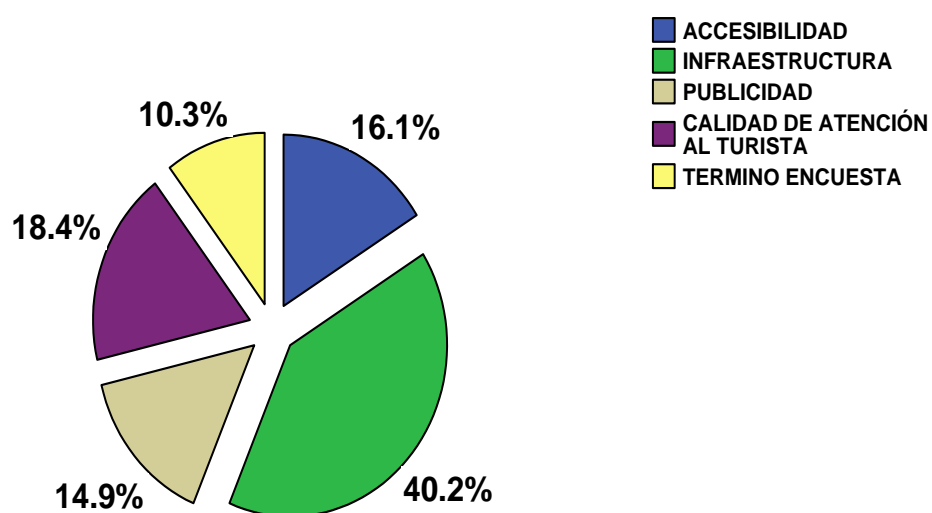


Fuente: Elaborado por los Autores

Con la pregunta 8, se pudo obtener los resultados de lo que no le agrada a las personas que visitan lugares turísticos del cantón Buena Fe esto es ; Atención al turista 12.6%, Gastronomía 11.5%, Aseo 27.6%, Infraestructura 37.9%.

Figura 2.9

PREGUNTA 9: EN LOS LUGARES VISITADOS POR USTED (EN EL CANTÓN BUENA FÉ) QUE ASPECTOS CONSIDERA IMPORTANTE MEJORAR:

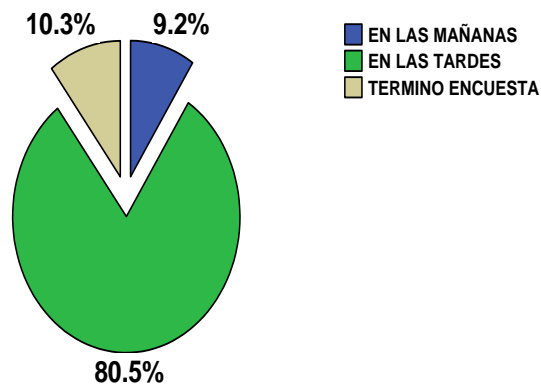


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 9, se obtuvo los resultados de lo que debe mejorar en los sitios turísticos como, Accesibilidad 16.1%, Infraestructura 40.2%, Publicidad 14.9%, Calidad de atención al turista 18.4%.

Figura 2.10

PREGUNTA 10: GENERALMENTE, EN QUE MOMENTO DEL DÍA, SUELE VISITAR USTED LOS SITIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BUENA FÉ.

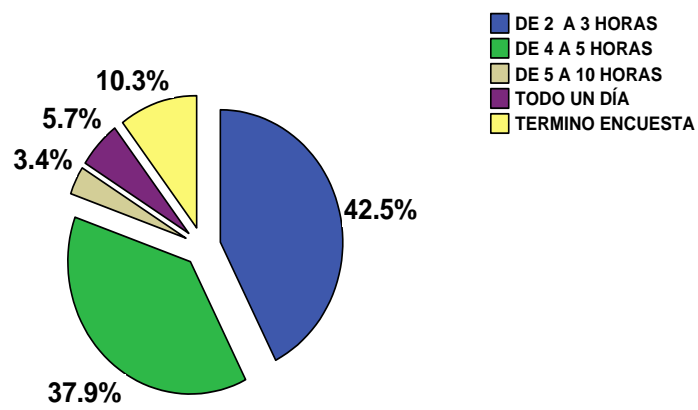


Fuente: Elaborado por los Autores

En esta pregunta se midió la frecuencia de asistencia de las personas a lugares turísticos del cantón Buena Fe; En las mañanas 9.2% y en las tardes 80.5%.

Figura 2.11

PREGUNTA 11: EN PROMEDIO, CUÁL ES SU TIEMPO DE ESTADÍA EN EL SITIO TURÍSTICO DEL CANTÓN BUENA FÉ ESCOGIDO POR USTED:

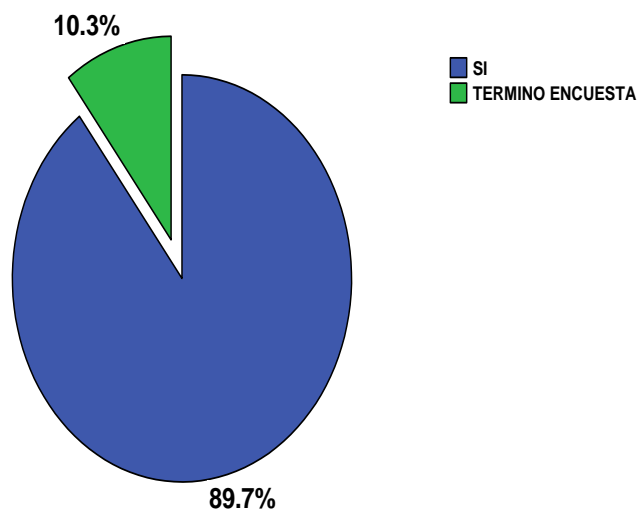


Fuente: Elaborado por los Autores

En esta pregunta 11, se midió el promedio de horas de estancia de las personas en los lugares turísticos del cantón, en la cual se obtuvo como resultado; De 2 a 3 horas 42.5%, De 4 a 5 horas 37.9%, De 5 a 10 horas 3.5%, Todo un día 5.7%.

Figura 2.12

PREGUNTA 12: CON LO ANTERIORMENTE EXPUESTO CONSIDERA USTED QUE ESTA TENDENCIA SE DEBERÍA IMPLEMENTAR EN EL CANTÓN DE BUENA FÉ PARA QUE SE CONVIERTA EN UN DESTINO TURÍSTICO



Fuente: Elaborado por los Autores

Una de las preguntas más importante es la pregunta 12, con dicha pregunta se pudo apreciar el grado de aceptación que tiene el agroturismo con un 89.7% como nueva estrategias para el desarrollo de turismo en el cantón Buena Fe.

2.5.1.1.2 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN EL CANTÓN BUENA FE

Acorde a los resultados obtenidos de nuestra investigación de mercado en el cantón Buena Fe, y basándose en los mismos se puede concluir lo siguiente:

- ✓ De los lugares considerados como “Puntos Turísticos”, el más conocido es Puerto Bajiña con un total de 35.6%, por lo que el presente estudio se enfocará a dar la publicidad debida de este sitio en este cantón, a los demás cantones y por ende en la provincia como medida para promover el turismo.
- ✓ El sitio con mayor potencial de desarrollo turístico es el Bosque Tropical Río Palenque con 28.74%, lo que muestra un gran referente en lo que a turismo de este cantón se refiere.
- ✓ El 33.3% de los encuestados en general suelen visitar estos sitios turísticos en los Feriados, por lo que se debe enfatizar la promoción de los mismos en fechas previas a festividades, y feriados
- ✓ Al 37.9% de los encuestados no les agrada la infraestructura de los sitios turísticos por lo que se debe enfatizar sobre la mejora de estos, es así el 40.2% de los encuestados opinan que este aspecto es sobre el cual se debe hacer mayor énfasis, es decir el que se debe mejorar.
- ✓ Finalmente, el 89.7% de los encuestados opinan que se debe implementar el agroturismo como medida de desarrollo turístico para el cantón Buena Fe en la Provincia de Los Ríos.

2.6 DISEÑO DE LA ENCUESTA PARA HABITANTES DE CANTONES ALEDAÑOS

Intervención: Buenos días / tardes. El objetivo de esta encuesta es de conocer el nivel de satisfacción y preferencia de los destinos turísticos del cantón Buena Fe para la provincia de Los Ríos, así como establecer un nuevo mecanismo para fomentar el turismo, como es el agroturismo.

1. **EDAD**
18-25 26-35 36-45 46 EN ADELANTE

2. **GÉNERO**
FEMENINO MASCULINO

3. **CANTÓN DONDE VIVE**
VALENCIA QUEVEDO OTROS _____

4. **HA VISITADO LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BUENA FE**
SI NO

SI SU RESPUESTA FUE "SI" CONTINUE LA ENCUESTA. SI FUE "NO" TERMINE AQUÍ.

5. **DE LOS LUGARES CONSIDERADOS COMO "PUNTOS TURÍSTICOS" DEL CANTON BUENA FE, CUALES USTED CONOCE**
RÍO GALLINA PUERTO BAJAÑA BALNEARIO DEL CERRO
BOSQUE TROPICAL RÍO PALENQUE REPRESA RECINTO EL MONO
OTROS _____ (Especifique)

6. **CUANDO USTED VISITA LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BUENA FE, EN QUE TRANSPORTE VIAJA**
AUTO PROPIO BUS PÚBLICO ALQUILADO
OTROS _____ (Especifique)

7. **CUANDO HACE TURISMO EN EL CANTÓN BUENA FE, USTED SE:**
HOSPEDA EN HOTEL
HOSPEDA EN CASA DE AMIGO
NO SE HOSPEDA, POR QUE SOLO VA UN DIA

8. QUE LE GUSTARIA QUE TENGAN LOS LUGARES TURISTICOS DEL CANTÓN BUENA FE, PARA QUE SEAN MAS ATRACTIVOS

PISCINA	<input type="checkbox"/>	CABAÑAS	<input type="checkbox"/>	AMACAS	<input type="checkbox"/>	RESTAURANT	<input type="checkbox"/>
ACUARIO	<input type="checkbox"/>	VIVEROS	<input type="checkbox"/>	ZOOLOGICO	<input type="checkbox"/>	BAR	<input type="checkbox"/>

9. LE AGRADARIA QUE EXISTAN BUSES QUE LO LLEVE DESDE SU CANTÓN A LOS LUGARES TURISTICOS DE BUENA FE

SI NO

10. CUANDO USTED VISITA UN LUGAR POR RAZON DE TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOS RIOS. ¿CUÁL ES SU CONSUMO PROMEDIO EN DOLARES?

DE 10 A 20	<input type="checkbox"/>	DE 20 A 30	<input type="checkbox"/>	DE 30 A 40	<input type="checkbox"/>	40 A 50	<input type="checkbox"/>	50 A 60	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DE 60 A 70	<input type="checkbox"/>	DE 70 A 80	<input type="checkbox"/>	DE 80 A 90	<input type="checkbox"/>	90 A 100	<input type="checkbox"/>	MAYOR A 100	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.6.1 PRESENTACION DE RESULTADOS

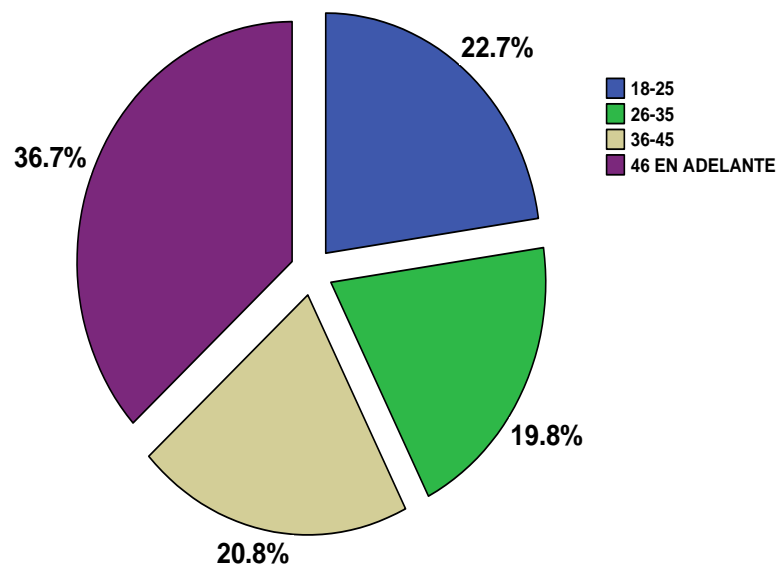
2.6.1.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En las páginas siguientes se podrá contar con los gráficos obtenidos de la investigación en curso, la cual se realizó mediante un tipo de encuesta diseñada exclusivamente para los cantones de Valencia y Quevedo.

Como se detalló anteriormente las encuestas se realizaron en áreas con masiva afluencia. Los horarios escogidos para encuestar fueron previos a una supervisión de los lugares claves, en la cual destacó el horario de la mañana y tarde en zonas estratégicas, ya que esto permitió recoger de manera acertada la percepción de los turistas.

Figura 2.13

PREGUNTA 1: EDAD

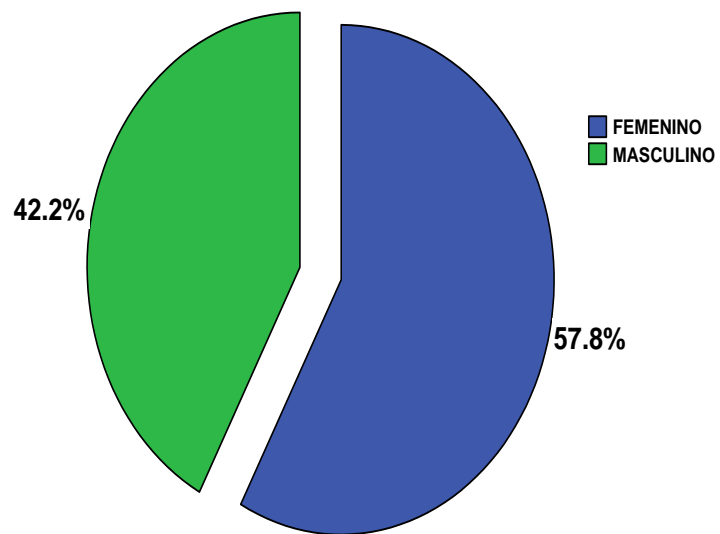


Fuente: Elaborado por los Autores

En los cantones Valencia y Quevedo las edades de los encuestas oscilan en un 22.7% los de 18-25 años de edad, 19.8% los de 26-35, 20.8% los de 36-45 y un 36.7% los de 46 años en adelante, de lo cual este segmento es el mercado meta.

Figura 2.14

PREGUNTA 2: GÉNERO

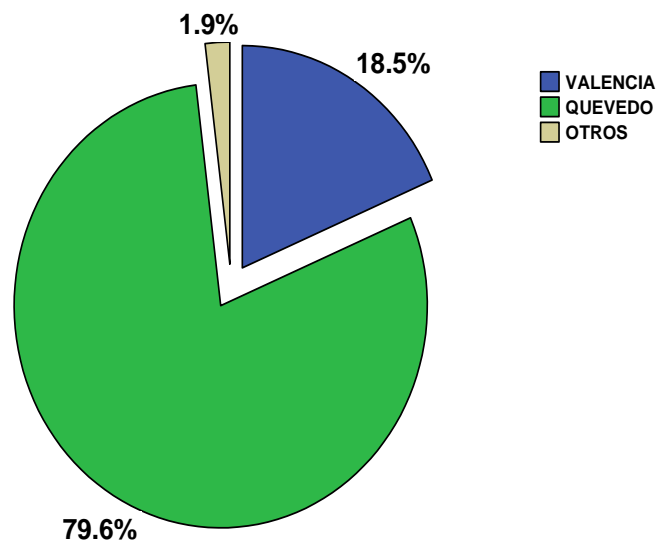


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 2, se pudo conocer el género de los encuestados, con un 57.8% Mujeres y un 42.2% de hombres

Figura 2.15

PREGUNTA 3: CANTÓN DONDE VIVE

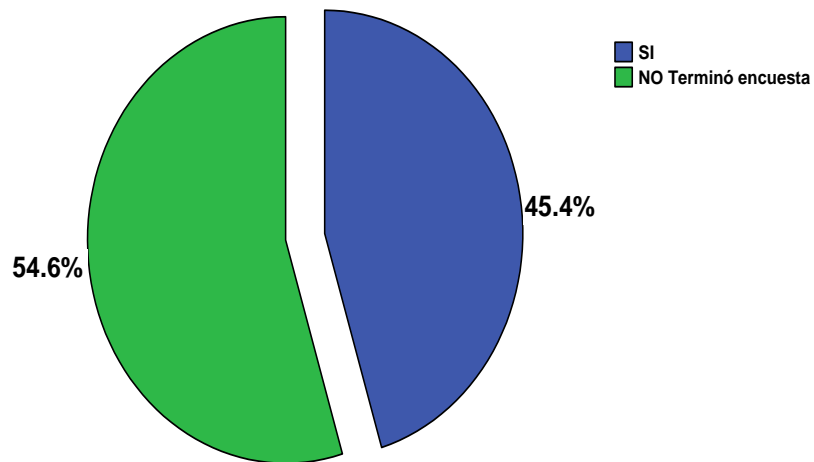


Fuente: Elaborado por los Autores

Con la pregunta 3, se pudo obtener el cantón de origen de cada encuestado, así se tiene que el 18.5% de la muestra son de Valencia, el 79.6% de Quevedo y el 1.9% son personas que están de visita en uno de los 2 cantones de estudio.

Figura 2.16

PREGUNTA 4: HA VISITADO LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BUENA FÉ

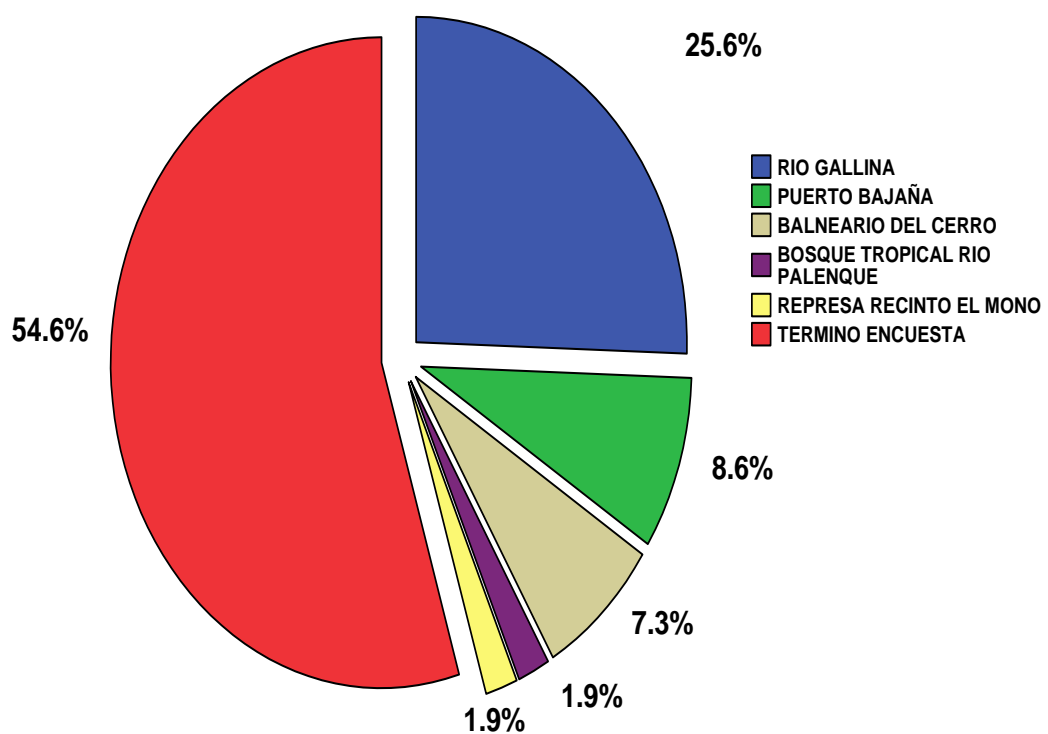


Fuente: Elaborado por los Autores

En esta pregunta 4, es la más importante ya que es donde se puede apreciar el porcentaje de la muestra para el estudio con un 45.4% los que han visitado lugares turísticos del cantón Buena Fe, frente a un 54.6% los que no han visitado.

Figura 2.17

PREGUNTA 5: DE LOS LUGARES CONSIDERADOS COMO "PUNTOS TURISTICOS" DEL CANTON BUENA FE, CUALES USTED CONOCE

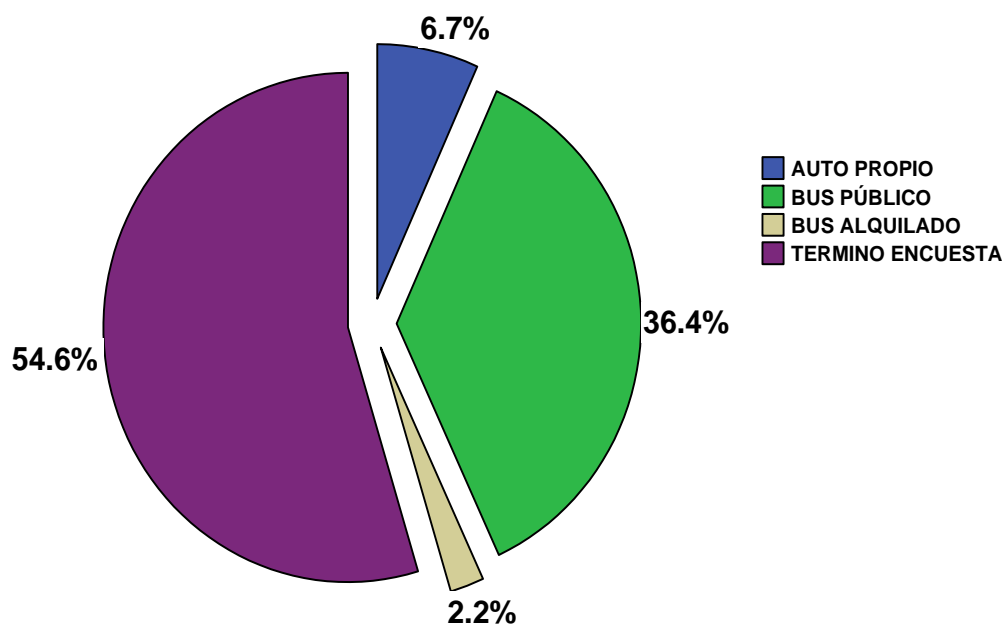


Fuente: Elaborado por los Autores

Se puede apreciar en los resultados de la pregunta 5 la preferencia de los lugares turísticos, con un 25.6% en Rio Gallina, 8.6% Puerto Bajaña, 7.3% Balneario del Cerro, 1.9% Bosque Tropical Rio Palenque, 1.9% Represa Recinto del Mono.

Figura 2.18

PREGUNTA 6 :CUANDO USTED VISITA LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BUENA FÉ, EN QUE TRANSPORTE VIAJA

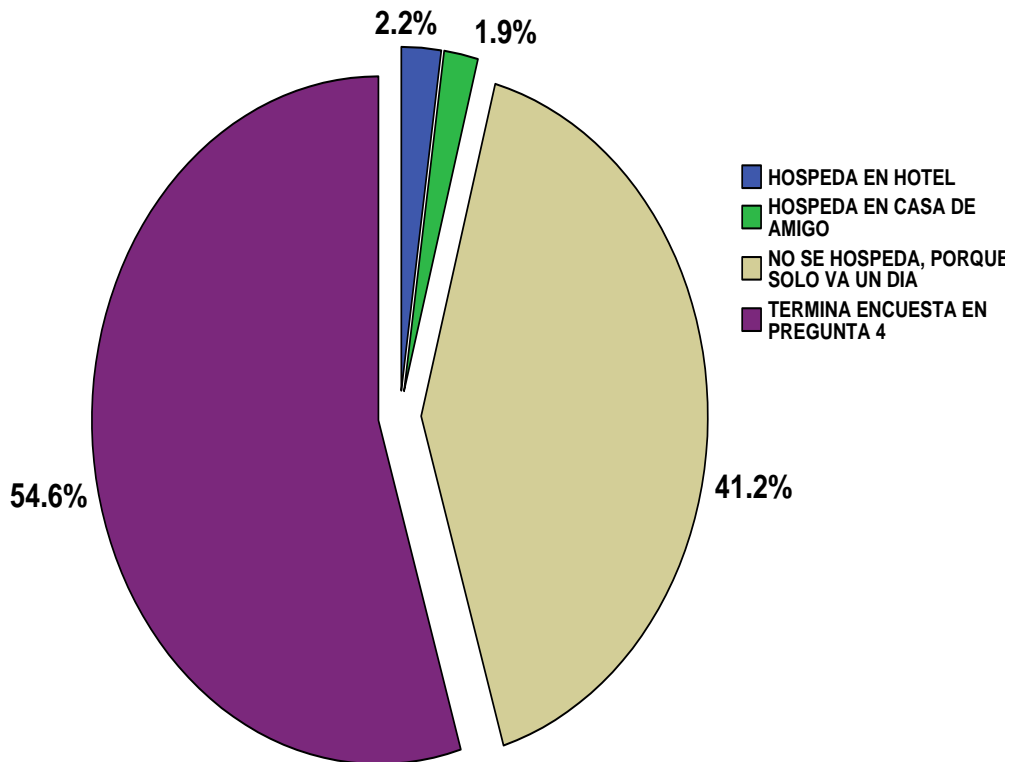


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 6, el 6.7% de la muestra contestó que viaja a los lugares turísticos de Buena Fe en auto propio, el 36.4% viaja en Bus Público y el 2.2% en Bus Alquilado.

Figura 2.19

PREGUNTA 7: CUANDO HACE TURISMO EN EL CANTÓN BUENA FÉ, USTED SE

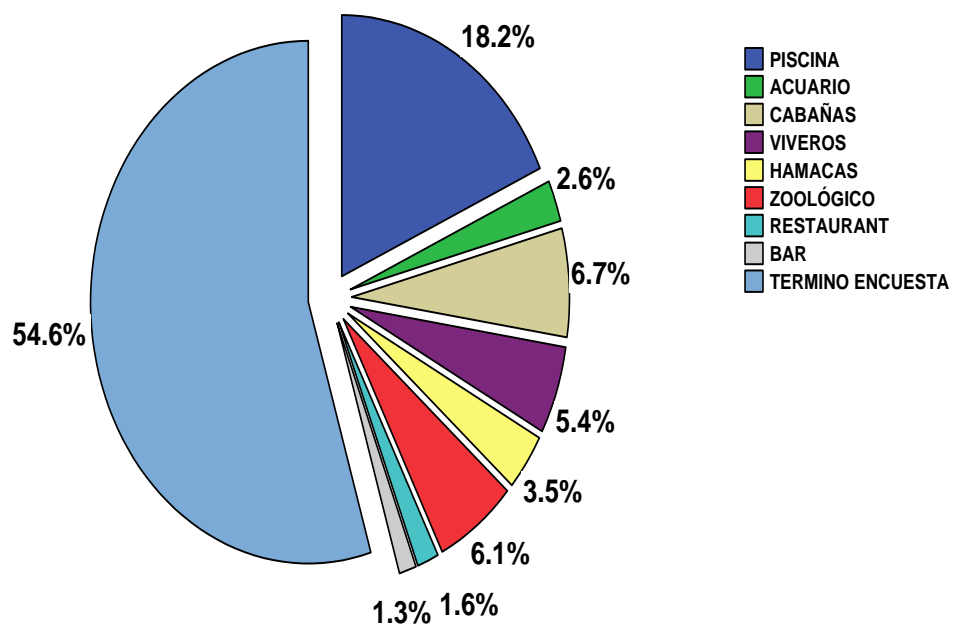


Fuente: Elaborado por los Autores

En la pregunta 7, se puede apreciar los resultados de cuando las personas hacen turismo donde se hospedan, con 2.2% dicen que se hospedan en hotel, el 1.9% se hospedan en casa de algún amigo y el 41.2% dicen que no se hospedan en ningún lugar ya que viajan de regreso el mismo día.

Figura 2.20

PREGUNTA 8: QUÉ LE GUSTARÍA QUE TENGAN LOS LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BUENA FÉ, PARA QUE SEAN MAS ATRACTIVOS

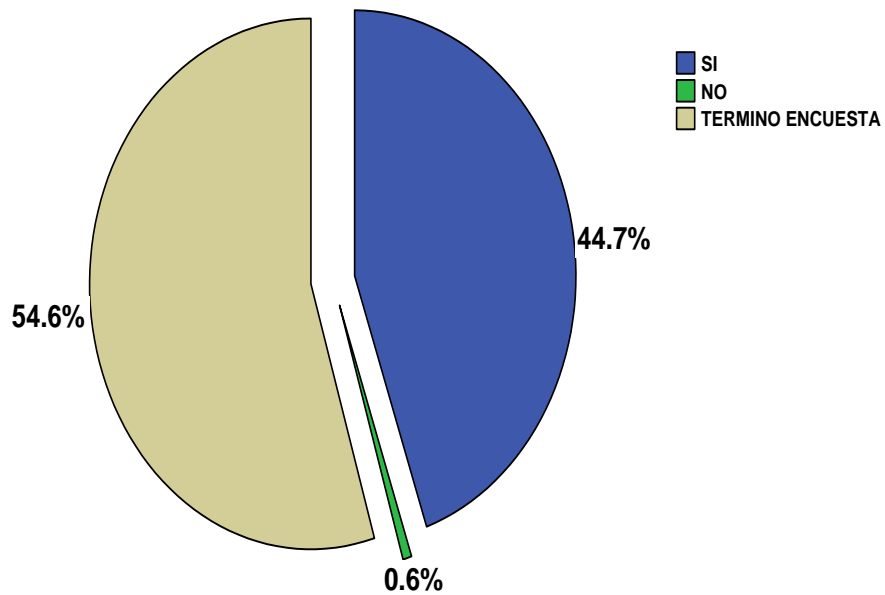


Fuente: Elaborado por los Autores

Esta pregunta es considerada primordial, ya que permite medir las características que necesitan los lugares turísticos del cantón Buena Fe para que sean más atractivos, el 18.2% de los encuestados dicen que deberían tener piscina, 2.6% dicen acuarios, el 6.7% dicen cabañas, 5.4% dicen viveros, el 3.5% dicen hamacas, el 6.1% dicen zoológico, el 1.6% dicen restaurant y el 1.3% dicen bar.

Figura 2.21

PREGUNTA 9: LE AGRADARÍA QUE EXISTAN BUSES QUE LO LLEVE DESDE SU CANTÓN A LOS LUGARES TURÍSTICOS DE BUENA FÉ

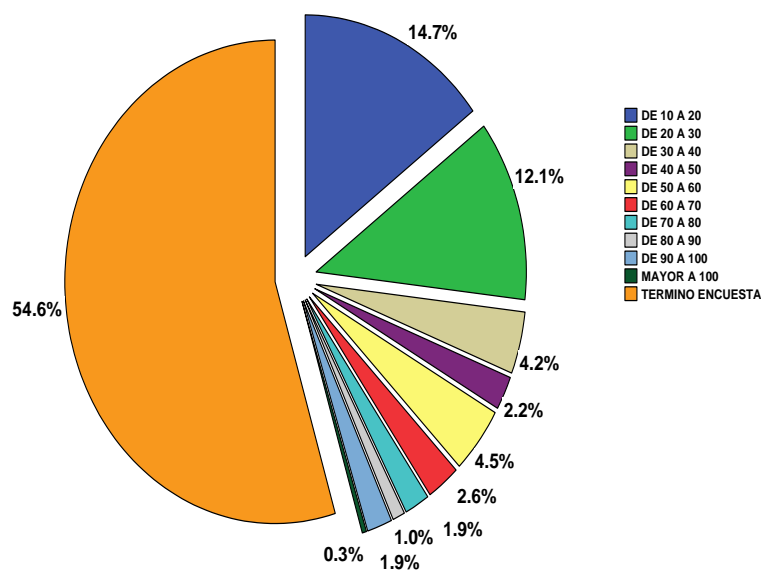


Fuente: Elaborado por los Autores

Una de las propuestas para mejorar el turismo en el cantón Buena Fe, es que se implementen buses que lleven a los turistas desde sus cantones hacia los lugares turísticos del Buena Fe de la cual el 44.7% de los encuestados dijeron que si, contra un 0,6% dijeron no.

Figura 2.22

PREGUNTA 10: CUANDO USTED VISITA UN LUGAR POR RAZÓN DE TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS. ¿CUÁL ES SU CONSUMO PROMEDIO EN DÓLARES?



Fuente: Elaborado por los Autores

El consumo promedio de los turistas, en esta pregunta dijeron el 14.7% que el consumo está entre los 10-20 dólares, el 12.1% dicen que están entre los 20-30 dólares, el 4.2% están entre los 30-40 dólares, el 2.2% están entre los 40-50 dólares, 4.5% entre los 50-60 dólares, 2.6% entre los 60-70 dólares, 1.9% entre los 70-80 dólares, 1% entre los 80-90 dólares, 1.9% entre los 90-100 dólares, y el 0.3% dicen mayor a 100.

2.6.1.1.2 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO EN LOS CANTONES VALENCIA Y QUEVEDO

- ✓ El 36,7% de los encuestados son de edad madura puesto que se encuentran en la categoría de 46 años en adelante.
- ✓ El 57,8% corresponde al Género Femenino.
- ✓ EL 45,9% de los encuestados han visitado lugares turísticos del cantón frente a un 54,6% que no lo han hecho, lo que hace ver una realidad grave de la percepción del turismo del cantón Buena Fe en otros cantones.
- ✓ El sitio turístico más conocido en estos cantones es el Río Gallina, así lo perciben el 25,6% de los encuestados.
- ✓ El 41,20% de los encuestados prefieren hospedarse un sólo día cuando realizan turismo dentro de la provincia de Los Ríos.
- ✓ El 18,2% de los encuestados opinan que estos sitios turísticos deben poseer como principal atractivo piscina.
- ✓ En cuanto al transporte en el cual se trasladan hacia los diferentes lugares turísticos el 36,4% de los encuestados lo hacen con mayor frecuencia en buses públicos.
- ✓ El 44,7% de los encuestados les agradaría que existieran buses desde su cantón hacia los sitios turísticos del cantón Buena Fe.
- ✓ La mayoría de encuestados en promedio consumen de \$10 a \$20USD cuando visitan lugares turísticos en la provincia de Los Ríos.

2.6.1.1.3 CONCLUSIONES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

En el Cantón Buena Fe el 89,7% de los encuestados han visitado lugares turísticos de dicho cantón, frente a un ratio negativo, el cual se obtuvo entre los cantones Valencia y Quevedo el cual arrojó que el 54,6% NO han visitado algún sitio turístico del cantón en mención frente a un 45,4% que SI lo han hecho. Ante esta situación lo recomendable es realizar publicidad de estos sitios hacia los demás cantones, para promover el desarrollo del turismo que se pretende alcanzar mediante las propuestas a través de estrategias publicitarias.

El sitio turístico más conocido en el cantón Buena Fe es Puerto Bajaña así lo perciben el 35,6% de los encuestados, mientras que en Quevedo y Valencia es el Río Gallina con un 25,6%, por lo que es factible desarrollar propuestas para mejorar estos sitios que como se observa son los más conocidos y sobre los que se enfocará una adecuada campaña de comunicación y publicidad en pro del desarrollo turístico.

Entre lo que se desea que se implemente y lo que se quiere mejorar como parte del atractivo turístico se encuentran adecuar piscinas en los sitios turísticos con un 18,2% y mejorar la infraestructura como medida de agrado para los turistas con 40,2% de encuestados que perciben y afirman que estos cambios, tendrían efectos positivos en el turismo.

CAPITULO III: PLAN DE MARKETING

3.1. ANTECEDENTES

Debido a que existe una problemática en el estudio puesto que se desea promover el turismo en la provincia de Los Ríos, ya que se determinó que no existe el conocimiento de los lugares turísticos que posee el cantón Buena Fe por parte de turistas de otros cantones, esto origina una oportunidad de desarrollo para este sector ya que el mercado turístico del cantón no ha sido explotado pese a tener potencial. A su vez convertirse en un beneficio para los habitantes del cantón, quienes si conocen de la fortaleza turística que posee el mismo.

Para enfrentar esta situación es necesaria la realización de propuestas de publicidad y comunicación, así como estrategias de promoción de todos los lugares que ofrecen ambientes agradables en cuanto a naturaleza se refiere, y para lograr esta mejora turística del cantón en pro del desarrollo de este sector,

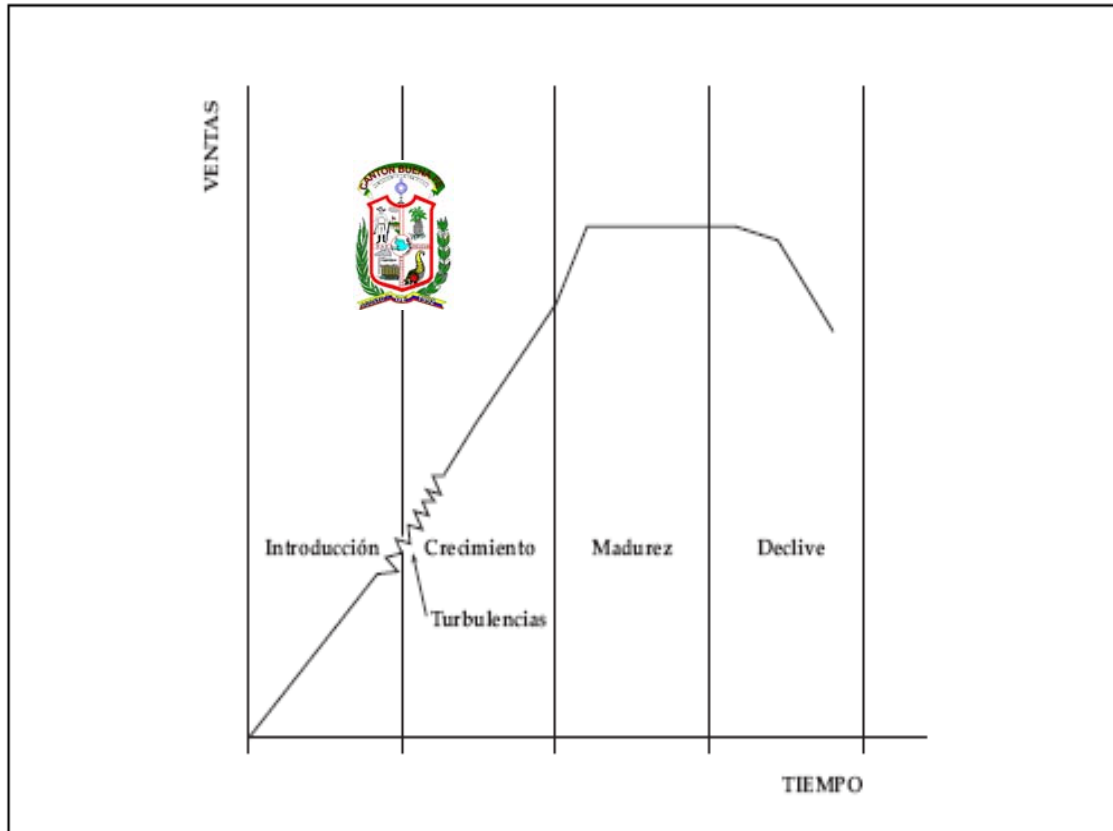
una de las principales estrategias, para alcanzar este objetivo se basará en la implementación del Agroturismo como medida para promover el mismo.

3.2. CICLO DE VIDA

El sector turístico tanto del Ecuador y por ende de la provincia de Los Ríos, cada vez se expande, las personas están conscientes que existen lugares turísticos muy confortables que satisfacen sus necesidades y deseos por descubrir cada rincón del país, por esta razón el turismo en el cantón Buena Fe se encuentra situado dentro del ciclo de vida del producto como un turismo en la fase de introducción y crecimiento.

Al estar el turismo del cantón Buena Fe en dichas etapas del ciclo de vida se deberá enfrentar a desembolsos de dinero y a la reducción de los costes debido a la realización de economías de escala, adicionalmente los volúmenes de asistencia a lugares turísticos del cantón aumentan significativamente por esta razón se empezará a percibir beneficios y por ende a desarrollarse el turismo.

Figura 3.1



Fuente: Elaborado por los Autores

3.3. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

3.3.1. OBJETIVOS FINANCIEROS

- ✓ Obtener ingresos del turismo a través de su desarrollo tal que se generen fuentes de empleos y a su vez crecimiento económico del cantón.

- ✓ Recuperar la inversión que genere la implementación de las propuestas turísticas en el largo plazo.

3.3.2 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- ✓ Posicionar en la mente de los turistas de la provincia de Los Ríos al cantón Buena Fe como destino turístico.
- ✓ Lograr una alta participación del sector turístico respecto a los cantones que representan de una u otra forma fuerte competencia en este sector.
- ✓ Alcanzar un crecimiento del 6.8% anual en cuanto a turismo se refiere, puesto que esta es la tasa que creció en el último trimestre del 2008 el sector turístico en el Ecuador frente a un 3% de crecimiento mundial, según fuente del Ministerio de Turismo.

3.4 ANALISIS ESTRATEGICO

3.4.1 MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP

La matriz BCG como se la conoce comúnmente , es una herramienta que le permite a la empresa catalogar a su producto como estrella, interrogación, vaca lechera o perro, lo cual dependerá de la participación relativa de mercado (eje x) frente a la tasa de crecimiento de la industria (eje y).

Estrella: Asociado al éxito del producto.

Interrogación: Mercado con líder, mucho efectivo para invertir, se enfrenta al decisión de si ¿continúan en el negocio o no?, de allí su nombre.

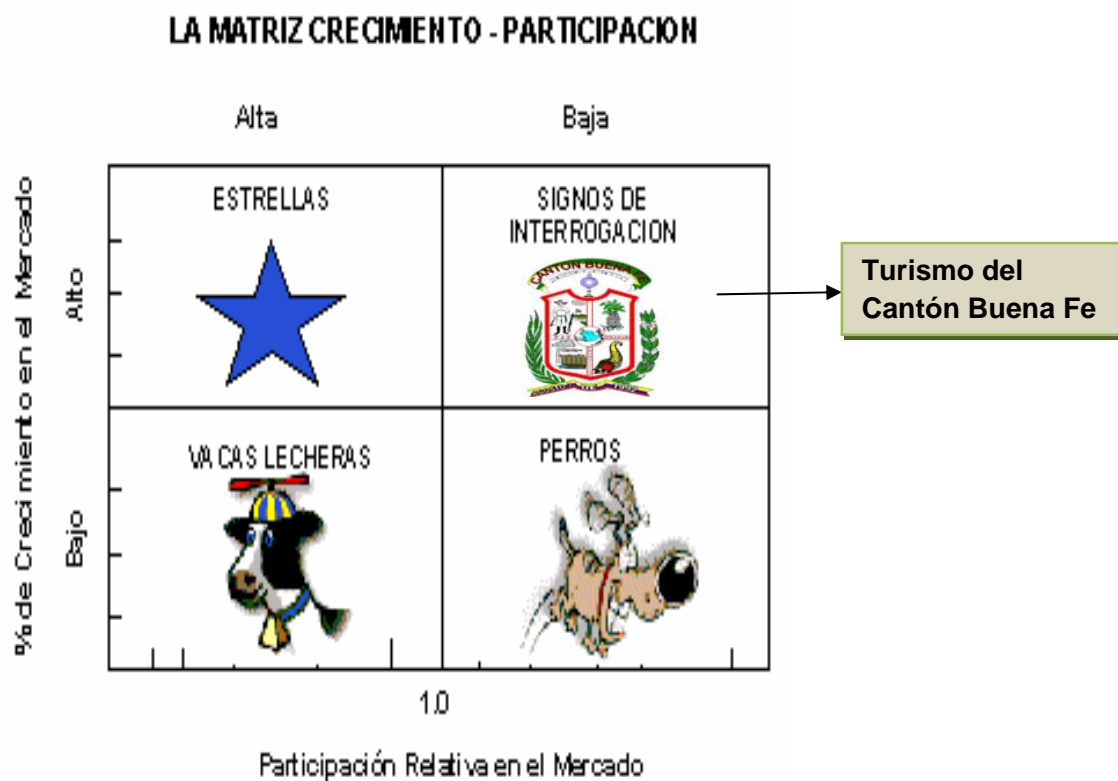
Vaca de dinero: Produce mucho efectivo, es líder del mercado, economías de escala y márgenes de utilidad amplios.

Perros: Genera bajas utilidades y pérdidas.

En el Caso del Turismo como tal, debido a que sólo existe conocimiento de los sitios turísticos en el cantón Buena Fe por parte de sus habitante, mientras que en los demás cantones (muestra) existe total desconocimiento de los mismos, lo que ubica al turismo de este cantón con una participación baja frente una alta tasa de crecimiento del turismo en el Ecuador.

Como se muestra a continuación, y en base a lo expuesto anteriormente se cataloga al turismo del cantón Buena Fe como un producto interrogación.

Figura 3.2



Fuente: Elaborado por los Autores

Dado que el crecimiento de la industria turística en el Ecuador es del 6.8% anual de acuerdo a información del último trimestre del 2008 proporcionada por el Ministerio de Turismo, esta tasa se considera alta ya que a nivel Mundial el crecimiento del sector turístico es del 3% según la OMT.

3.4.2 MATRIZ OPORTUNIDADES PRODUCTO-MERCADO (ANSOFF)

Figura 3.3

Estrategia de crecimiento intensivo

	Productos Actuales	Productos Nuevos
Mercados Actuales	Penetración de Mercado 	Desarrollo de Producto
Mercados Nuevos	Desarrollo de mercado	Desarrollo de Producto

Fuente: Elaborado por los Autores

De acuerdo con la información proporcionada, el turismo del cantón Buena Fe se ubica en un mercado actual del sector turístico y está considerado como producto actual (turismo), por lo tanto se encuentra en penetración de mercado.

3.4.3 MODELO DE IMPLICACIÓN DE FCB

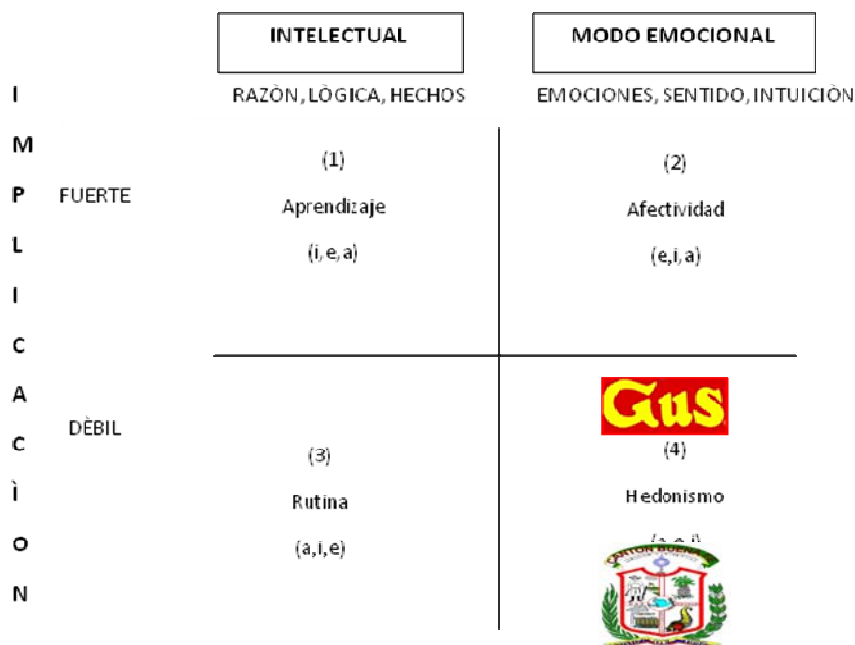
Modelo de Implicación FCB: Foote, Cone y Belding desarrollaron un modelo donde la implicación se ve afectada por la forma en que se aprehende la realidad: intelectual, lógica, racional o cerebralmente, o bien de forma emotiva, afectiva o sensorial.

Figura 3.4

		<u>APREHENSIÓN</u>	
<u>IMPLICACIÓN</u>		INTELLECTUAL, RACIONAL: basado en la lógica y los hechos	EMOCIONAL, SENSORIAL: basado en la intuición y las impresiones
FUERTE		“ Aprendizaje ”: Aprender, desear, hacer	“ Afectividad ”: Desear, aprender y hacer
DÉBIL		“ Rutina ”: Hacer, aprender, desear	“ Hedonista ”: Hacer, sentir, aprender

Fuente: Elaborado por los Autores

Figura 3.5



i: Información
e: Evaluación
a: Acción

Fuente: Elaborado por los Autores

En la Matriz de Modelo de Implicación de FCB considera al turismo del cantón Buena Fe en la categoría Hedonismo (Placer) puesto que para las personas tiene una implicación débil mas no fuerte ya que no se convierte en una prioridad inmediata o muy importante, sino más bien lo escogen por satisfacer una necesidad de viaje que se da por instantes, momentos, y cortos periodos de tiempo por eso lo catalogamos como un producto de Hedonismo y/o placer en el Modo emocional ya que si deciden viajar al cantón, lo escogen porque es tradición viajar, es decir surge la emoción de sentir, de vivir nuevas experiencias por eso se lo ubica en este cuadrante dado que sigue los patrones asociados al mismo como son la emoción, sentido e intuición.

3.4.4 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Para el estudio en cuestión, acorde con la investigación del entorno del turismo, la percepción de los turistas, y en general por las situaciones generadas por el mercado que se pretende desarrollar, para el sector turístico, el análisis FODA se considera de la siguiente manera:

FORTALEZAS:

- ✓ El cantón Buena Fe posee tantos destinos turísticos que poseen una vasta belleza otorgada por la propia naturaleza, entre estos destinos se encuentran las cascadas que son admiradas por propios y extraños así como los ríos y bosques protectores, razón que permite augurar sin temor a equivocación un futuro turístico exitoso en los próximos 10 años, lo que se logrará con la debida implementación de las propuestas enfocadas a promover y desarrollar el turismo en el cantón.
- ✓ La Ubicación Geográfica del cantón constituye una fortaleza debido a que es eminentemente agrícola, con clima tropical, el mismo que favorece al desarrollo agrícola y a la producción de las frutas originarias de la zona como son piña, papaya, naranja, entre otros, además de la diversa vegetación con la que cuenta.

DEBILIDADES:

- ✓ Debido a que este sector no se le ha dado la importancia requerida por los Gobiernos Municipales, sino hasta ahora, lo que ha generado que no se lo fomente debidamente y exista poca publicidad de los atractivos que el mismo posee, lo que desencadena en total desconocimiento de estos sitios por parte de otros cantones que se encuentran cerca.
- ✓ Baja participación del turismo local de la provincia de Los Ríos con respecto al crecimiento del sector turístico en el Ecuador.

OPORTUNIDADES

- ✓ Dado que la tasa de crecimiento anual del turismo está en aumento según el Ministerio de Turismo, la misma que en la actualidad está en el 6,8%, lo que se constituye de una forma clara en una gran oportunidad de desarrollo del turismo del cantón y la provincia.
- ✓ La biodiversidad del cantón Buena Fe, que es una de las más ricas naturalmente hablando que la provincia posee.

AMENAZAS

- ✓ Posible expansión del Turismo de los otros cantones debido a las estrategias publicitarias que están implementando y al aporte al sector que estos mantienen, ejemplo de esto es el cantón Valencia que se ha desarrollado ampliamente en este sector, ya que así lo perciben los habitantes del cantón, por lo que no ven necesario hacer turismo a cantones cercanos puesto que poseen centros de entretenimiento

familiar, paisajes vastos entre más atractivos. Por esta razón este factor se convierte en una amenaza para desarrollar el turismo en el cantón Buena Fe, para promoverlos hacia los demás cantones de la provincia de Los Ríos.

- ✓ La alta dependencia del acceso terrestre debido a que los caminos para llegar a estos sitios están en mal estado, por lo que no están habilitados por completo.
- ✓ Incertidumbre económica debido a la actual crisis financiera mundial e incertidumbre política ya que el país se enfrenta a un año electoral.

3.5 MERCADO META

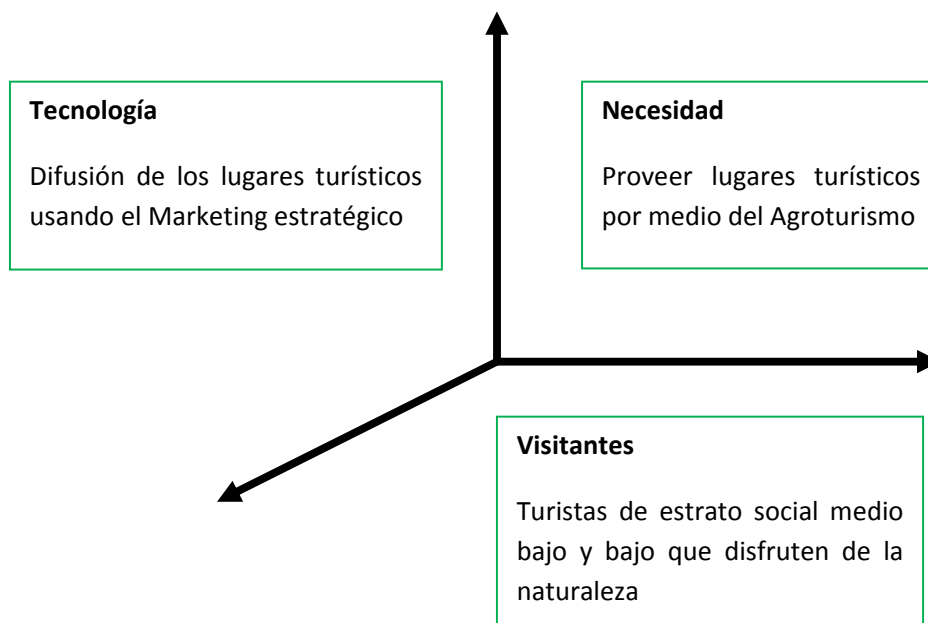
3.5.1 MACRO-SEGMENTACIÓN

El análisis para el desarrollo del turismo en el cantón Buena Fe contempla para los turistas la necesidad básica del producto que incluya ventajas tales como: generar confianza en los puntos turísticos y proyectar lealtad para visitar, ya que el turista busca lugares que destaquen la biodiversidad, consiguiendo así exceder en la satisfacción de las necesidades de los turistas de la provincia de Los Ríos.

Para satisfacer a los turistas se busca promover lugares turísticos de alta comodidad, calidad, seguridad y con una excelente atención a los clientes (turistas) usando estrategias de comunicación para que con el paso del tiempo los lugares turísticos se vayan posicionando en la mente de los turistas como

primer sitio de visita. De acuerdo a los resultados analizados anteriormente podemos decir que al segmento de mercado que más asiste actualmente es el segmento de personas adultas que corresponde a un nivel socioeconómico medio bajo y bajo.

Figura 3.6



Fuente: Elaborado por los Autores

3.5.2 MICRO-SEGMENTACIÓN

Este análisis se fundamenta en la investigación de mercado de la cual se puede identificar los grupos de turistas que apoyan al desarrollo del cantón Buena Fe, a través de variables como:

- ✓ Nivel socioeconómico: Estrato medio bajo.
- ✓ Sexo: Masculino y Femenino.

- ✓ Edad: Personas mayores de 26 años de edad.
- ✓ Interés: Personas que le agrada la naturaleza

3.6. POSICIONAMIENTO

3.6.1 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

Las estrategias de posicionamiento se han creado con el fin de diseñar la oferta y la imagen de la empresa de modo tal que ocupen un lugar distintivo en la mente del mercado meta.

Dichas estrategias se elaboran bajo ciertos parámetros o criterios que permiten diferenciar a la compañía de sus competidores, estos son los siguientes.

Criterios para diferenciar:

- Importancia
- Distintiva
- Superior
- Exclusiva
- Costeable
- Rentable

La decisión del destino turístico es un resultado de elección entre alternativas, y de comparación entre concurrentes. Por ello, el posicionamiento, como técnica que mide cómo un cantón, país, región, ó continente se percibe en relación con la competencia, es una de las mejores expresiones de la situación global. Para su formulación se considera la estrategia y los contenidos de la comunicación de cada país, región, y continente.

En cuanto al turismo, existen algunos factores básicos de posicionamiento como son patrimonio natural y patrimonio cultural que hacen referencia a los recursos existentes, los estímulos es decir, a aquellas actividades de carácter vivencial potenciadas por la promoción, la música, la fiesta, etc. y finalmente el factor diversidad que recoge la combinación de los factores anteriores y muy especialmente los patrimoniales.

De acuerdo a lo expuesto, el turismo del cantón Buena Fe se caracteriza por la Bio-diversidad Natural por lo tanto la estrategia de posicionamiento se basará en el Agroturismo, lo que permitirá alcanzar la distinción y preferencia de los turistas hacia el cantón con respecto a los otros cantones poseedores de recursos naturales.

3.7 MARKETING MIX

3.7.1 PRODUCTO

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo de una necesidad; por ejemplo: Bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas.

El turismo está caracterizado por los diversos destinos turísticos más representativos del Cantón, los que son de fundamental importancia para el desarrollo que se pretende alcanzar en este sector, promoviendo un turismo sustentable, poseedor de belleza natural en su máxima expresión, es así que se logrará promover el mismo a través del Agroturismo, el mismo que permitirá cautivar a los turistas con paisajes cultivados de manera tal que vivan una experiencia encantadora al visitar o hacer turismo en el cantón.

Sin embargo, el análisis del producto actual como es el turismo del Cantón Buena Fe muestra la existencia de pequeños complejos de interés para el turismo interno y los cantones vecinos. Por ello la consideración de sus atractivos para otros mercados es menor ya que, junto a factores positivos de belleza natural, se han detectado déficits de estructuración del producto. Asimismo el estudio de mercado realizado a los turistas actuales ha mostrado una presencia marginal en las expectativas, si bien es importante destacar que se aprecia su existencia.

Figura 3.7 Río Bajaña



Fuente: Elaborado por los Autores

Figura 3.8 Cascada 4 Eros



Fuente: Elaborado por los Autores

Figura 3.9 Cascada Arco Iris del Congoma



Fuente: Elaborado por los Autores

Figura 3.10 Bosque Tropical Rio Palenque



Fuente: Elaborado por los Autores

3.7.2 PRECIO

Dado que el turismo es apoyado y promovido por el Municipio del Cantón Buena Fe, no se cobrará precio por entrada a estos sitios turísticos, puesto que esta entidad asume los gastos de mantenimiento, estructuración y adecuación de los mismos. Sin embargo lo que se tiene muy claro, ya que fue un resultado del estudio de opinión, es que los turistas no están dispuestos a consumir más allá de \$20, ya que su consumo promedio por día de visita cuando realizan actividad turística en la provincia se ubicó entre \$10 a \$20 dólares.

3.7.3 PLAZA

En este ámbito se determina como Plaza al cantón y a los sitios turísticos como tal ya que constituyen los sitios donde el turista apreciará y gozará de un turismo de calidad, con atención amable por parte de los habitantes, de administradores de los destinos, sitios de descanso, armonía natural etc. Es decir serán los puntos claves para atraer a turistas como medida para fomentar el turismo.

Para esto como se mencionó en incisos anteriores a través del Agroturismo es como se pretende captar la mayor cantidad de turistas posibles provenientes no sólo de dicho cantón sino de cantones aledaños. El Agroturismo estará presente en la entrada del cantón, en sus afueras, alrededores y en los lugares que representan potencial turístico.

Es así que los turistas se convertirán en portavoces de este turismo que busca cautivar, envolver y porqué no captar a consumidores de otros cantones y de la provincia como tal, para así en aproximadamente 10 años convertir al cantón Buena Fe como uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador.

Figura 3.11 Entrada del Cantón Buena Fe



Fuente: Elaborado por los Autores

3.7.4 PROMOCIÓN

La promoción como tal permite alcanzar objetivos planteados por la empresa, los mismos que pueden ser financieros, políticos, de mercadotecnia, ambientales, entre otros.

Para llevar a efecto la promoción debida se cuenta con varias herramientas indispensables al momento de desarrollar, ó elaborar una promoción, la misma que se determinará y se enfocará acorde a lo que se pretenda conseguir o al mercado al que se piensa dirigir. Las herramientas a tomarse en consideración son las siguientes:

- ✓ Publicidad
- ✓ Promoción de ventas
- ✓ Relaciones Públicas
- ✓ Ventas Personales
- ✓ Marketing Directo (correo directo, telemarketing, e-Marketing)
- ✓ Merchandising (optimización visual del producto en el punto de venta)

Por ello se han seleccionado como prioritarios en esta actuación promocional a corto plazo pero con el fin de lograr un turismo sostenible en el largo plazo a los sitios con mayor potencial turístico como es Puerto Bajiña, Río Gallina, Bosque tropical Río Palenque, entre otros, ya que poseen características que son del gusto de propios y extraños, donde la naturaleza verde se junta con los Ríos vírgenes, todo está belleza natural ya existente pero poco promocionada.

Dicha promoción se basará también como se mencionó anteriormente en fomentar e implementar el Agroturismo, con el apoyo de la comunidad y del Municipio; porque un cantón poseedor de paisajes cultivados, coloridos, y bien cuidados siempre será acogedor para cualquier turista.

A continuación, se muestra una imagen como ejemplo para implementar Agroturismo en el Cantón Buena Fe.

Figura 3.12



Fuente: Fotografía E. Otto (Costa Rica)

Figura 3.13



Fuente: Fotografía A. v. Lossau (China)

3.7.4.1 PUBLICIDAD

La publicidad para promover el turismo en el cantón se basará en enfocarse en hacer énfasis en los destinos turísticos que el cantón posee, sus bondades, encanto natural, etc., la misma que tendrá como objetivo principal transmitir a los turistas que el cantón los espera con sus puertas abiertas al turismo, a través de publicidad. Dentro de este ámbito se detalla la ubicación de 2 vallas ubicadas en las 2 entradas principales al cantón, la una se ubica en la entrada Norte en la vía a Santo Domingo de los Tsáchilas y la otra en la vía perimetral al Sureste en la vía Quevedo, puntos considerados como estratégicos, así como el diseño de banners y trípticos que serán distribuidos en ferias turísticas de las diferentes provincias. También para que la campaña de promoción sea más efectiva se hará publicidad por medios de comunicación tales como son:

Televisión

- ✓ Rey Quevedo
- ✓ Buena Visión (Buena Fe)

Radio

- ✓ Radio Maravilla (Buena Fe)
- ✓ Radio Audiorama (Quevedo)

Medios impresos

- ✓ Diario La Hora (Quevedo)
- ✓ La Prensa de Los Ríos (Quevedo)
- ✓ Revista El Buenafesino
- ✓ Diario El Clarín (Babahoyo)

Para esto se ha determinado un slogan que será parte de una campaña para promover y por ende desarrollar el turismo en el cantón, la misma que se denominará de la siguiente manera:

“Buena Fe, cantón de encantos para tí”

A continuación se muestra el diseño de publicidades con el que se realizará la campaña de promoción turística.

Figura 3.14 Valla promocional de la entrada a Buena Fe por el Sur - Este



Fuente: Elaborado por los Autores

Figura 3.15 Valla promocional de la entrada a Buena Fe por el Norte



Fuente: Elaborado por los Autores

Figura 3.16 Afiche promocional de Buena Fe



Fuente: Elaborado por los Autores

3.7.4.2 PROMOCIÓN EN VENTAS

El objetivo de este estudio es que los futuros visitantes (turistas) tengan en mente como destino turístico los sitios naturales del cantón Buena Fe, para alcanzar dicho objetivo se establecerán Stands en fechas de fiestas cívicas y turísticas del cantón, adicionalmente se pondrán stands en las distintas ferias turísticas de todas las provincias del Ecuador que se los considerará puntos de venta en este caso del turismo, donde se demuestre como el cantón está preparado para recibir a los turistas, esta demostración se hará por medios de fotos, trípticos, mapas y video promocional que se lo difundirá por distintos medios de comunicación de la provincia de Los Ríos para mostrar la vasta biodiversidad que Buena Fe tiene para todos, además sin dejar aún lado la gastronomía y los platos típicos que ofrece el cantón y que son un punto favorable dentro de la promoción turística , ya que estos aspectos también marcan la diferenciación en relación a los demás cantones, y en muchos casos es lo que ha hecho que una región, provincia o cantón sean reconocidos y visitados.

Para que el cantón turísticamente hablando sea el número uno en la mente de los turistas, en los stands ya mencionados se repartirá camisetas y gorras con el logotipo y slogan del cantón.

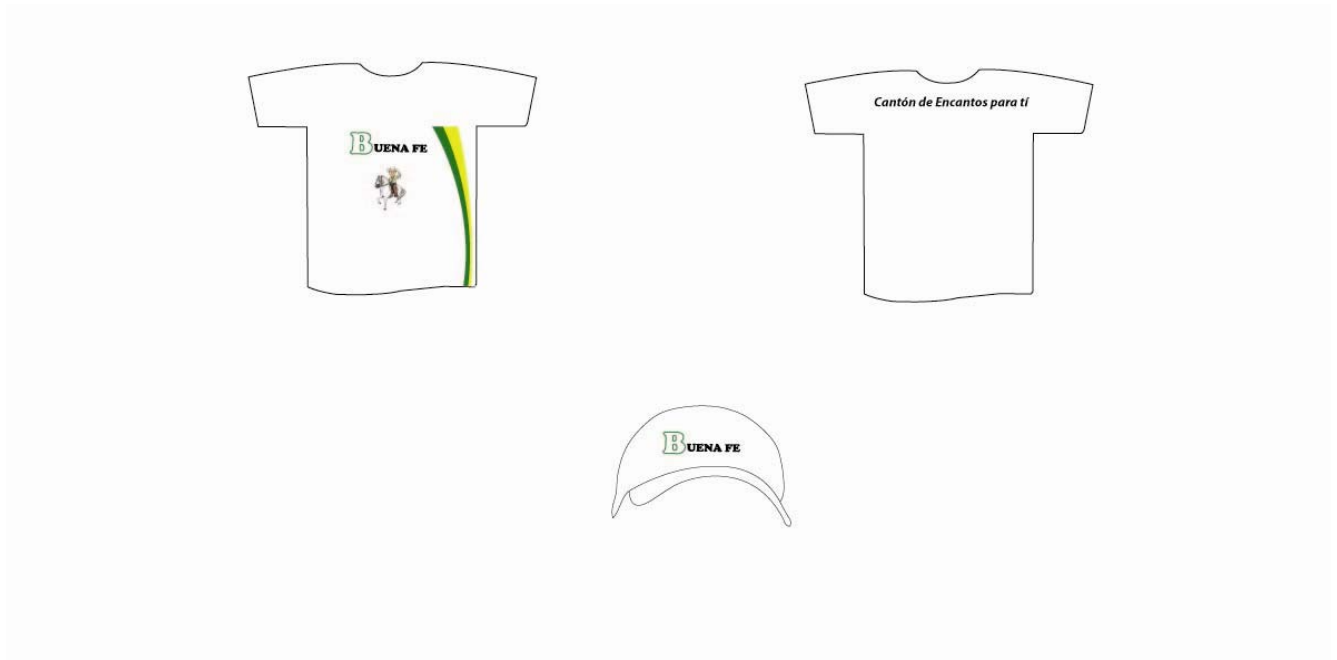
A continuación los trípticos, camisetas y gorras, instrumentos diseñados para la promoción turística del cantón:

Figura 3.17 Tríptico promocional de Buena Fe



Fuente: Elaborado por los Autores

Figura 3.18 Camisas y Gorras promocionales de Buena Fe



Fuente: Elaborado por los Autores

Gracias a esta estrategia se pretende lograr un aumento progresivo de visitas al cantón, lo cual significa un mayor aumento considerable de ingresos y beneficios no sólo para el sector turístico sino también para el sector comercial.

3.7.4.3 MERCHANDISING

El merchandising es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento, esto quiere decir que, siempre que haya venta al detalle, con objeto de obtener ciertos beneficios, existe "merchandising".

Por esta razón se ubicarán afiches y trípticos en Cámaras y Direcciones provinciales de turismo de las diferentes provincias y ciudades, en especial se ubicarán vallas en puntos estratégicos a la entrada del Cantón para que residentes de otros cantones quienes se constituyen en futuros turistas perciban como es Buena Fe turístico.

En dichas herramientas que permitirán promover al cantón mediante sus características, a través de los recursos naturales existentes y biodiversidad, las mismas que se destacarán en el material que se distribuya, además se sacar provecho de las imágenes de los sitios turísticos, destacando los más frecuentados e importantes, así como los más sorprendentes que quizás por falta de promoción no se reconocen como tal. Por eso de esta forma se tratará de lograr la optimización visual del turismo a través de estos medios, así como en los stands que se establezcan en ferias libres, ferias nacionales, y ferias provinciales.

CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1 ANTECEDENTES ECONÓMICOS

Dado que el Agroturismo, será la medida a implementarse para promover el turismo del cantón Buena Fe en la provincia de Los Ríos, la misma que se dará a conocer mediante campañas y estrategias de publicidad para alcanzar los objetivos planteados anteriormente y en los cuales se fundamenta este estudio.

La ubicación geográfica del cantón es destacada y privilegiada al encontrarse cerca a provincias de la Sierra y Costa tales como: Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi, Bolívar Pichincha, Manabí, y Guayas. Además su clima tropical favorece a la producción de frutas tropicales como son naranja, piña, mandarinas, mangos, toronjas, etc. y de variedades de plantas tradicionales. Estos son los elementos que engloba el Agroturismo a través de la creación de paisajes cultivados, de tal manera que se cuenta con los recursos existentes y propios de la región, los mismos que favorecen al

desarrollo de esta nueva tendencia turística que es aprovechada económicamente para promover dicho progreso en este sector.

Las zonas escogidas para la implementación del Agroturismo como medida de desarrollo turístico son las áreas rurales, tales como la entrada del cantón (vía perimetral), las hectáreas que sean propiedad del Municipio del Cantón, así como los alrededores de fincas, ranchos y haciendas, desarrollo que se logrará con la participación activa de la comunidad. En el Cantón Buena Fé existen en la actualidad 116 Haciendas lo que es un factor positivo para el desarrollo agroturístico, y la extensión del sector rural es de 557 Km², por lo que se cuentan con estas ventajas que permitirán potenciar el Agroturismo en el cantón.

A lo largo del capítulo se abordará básicamente, los costos que demandará la implementación del Agroturismo así como la adecuación del Departamento de Turismo, el cual tendrá a su haber la planificación e implementación así como la debida promoción turística del cantón como destino de encantos naturales y biodiversidad que se ofrecerá a turistas de otros cantones y a los habitantes del mismo.

4.2 INGENIERIA DE LA PRODUCCIÓN

4.2.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Dado que el estudio en cuestión se trata de promoción turística para el cantón en mención, no se incurrirá en detallar ningún proceso de producción pues al no tratarse de un producto de comercialización no es necesario abordar este punto.

4.2.2 MATERIA PRIMA REQUERIDA

Como se mencionó en el inciso anterior, dado que no se incurre en el proceso o elaboración de algún producto, por ende no se requiere de materia prima para llevar a efecto la propuesta de implementación de Agroturismo, el cual se basa en la elaboración de paisajes cultivados ya sea de frutas tropicales ó plantas silvestres y tradicionales.

Sin embargo es importante destacar que para el desarrollo de Agroturismo se requieren contar con fincas ó Haciendas y vasta extensión rural, es así que en el cantón Buena Fe existen en la actualidad 116 Haciendas lo que es un factor positivo para el desarrollo Agroturístico, la extensión del sector rural es de 557 Km², por lo que se cuentan con estas ventajas que permitirán potenciar el Agroturismo en el cantón.

A continuación se plantean las condiciones necesarias condiciones necesarias para que el (agro)turismo pueda desarrollarse, y para esto deben cumplirse varias condiciones. Entre ellas se cuentan:

- Un paisaje mayormente natural o un paisaje cultural de pequeños espacios, ricamente estructurado. Grandes superficies de monocultivos ofrecen pocos atractivos.
- Además de la belleza del paisaje deben existir otras atracciones: culturales, históricas o de historia natural.
- Buenas conexiones de acceso, ya que incluso regiones atractivas casi no pueden aprovecharse turísticamente si no están conectadas con centros fáciles de alcanzar.
- Debe existir una cierta infraestructura, p. ej. posibilidades de transporte, alojamiento, restaurantes, etc.
- Estabilidad política, ya que de lo contrario no es posible comercializar incluso importantes atracciones turísticas.
- Aceptación entre la población, la población debe estar de acuerdo con los fines turísticos.

4.2.3 INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS

El eje del estudio en mención se fundamenta en desarrollar el turismo en el cantón a través del Agroturismo y al explotar los sitios turísticos que se constituyen en una fortaleza para este sector debido a las bondades naturales que ofrecen, para lo cual se requiere de inversión para mejorar aspectos tales como infraestructura de estos destinos, así como para implementar piscinas en

los mismos que son los aspectos que demandan en mayor porcentaje los habitantes y turistas de otros cantones respectivamente según el estudio de opinión realizado en el cantón Buena Fe y en los cantones Valencia y Quevedo.

Cabe destacar que la inversión requerida para adecuación e implementación será determinada por la empresa privada que lleve a cabo la realización de estas obras en acuerdo con el Municipio del Cantón Buena Fe que se constituye en el promotor del proyecto en cuestión.

Hay que resaltar que para llevar un mayor control del turismo en el cantón Buena Fe se proseguirá a la construcción y adecuación del Departamento de Turismo en el Municipio del mismo, ya que se cuenta con espacio cuyas dimensiones son 2.50 m de largo por 2.50 m de ancho, según fuentes del Departamento de Obras públicas del Municipio, a demás de esta misma fuente se conoce que el costo por metro cuadrado es de \$ 500, por lo cual se tendría un área total de 6,25 m².

A continuación se detalla, el coste total en que se incurriría para la construcción del departamento el mismo que será construido por el Departamento de Obras Públicas previa inversión del Municipio.

Cuadro 4.1 Obra Física

	Unidad/Medida	Cantidad	Coste/Unidad m2	Coste Total\$
Departamento de Turismo	m2	6,25	\$ 500	\$ 3.125

Fuente: Elaborado por los Autores

4.2.4 INVERSIONES EN EQUIPAMIENTO

En este caso constituyen las herramientas necesarias de apoyo operacional, para llevar a cabo proyectos o propuestas turísticas con el aval del Gobierno Municipal a través de su respectivo Departamento de Turismo, el cuál se implementará como medida de desarrollo y promoción turística para fomentar así el progreso del cantón y la Provincia.

El Municipio del Cantón Buena Fe cuenta con el espacio Físico para adecuar el Departamento de Turismo que se mencionó en el inciso anterior, el mismo que es clave para lograr el desarrollo turístico, y que tendrá a su cargo la planeación, adecuación, mantenimiento, e implementación de propuestas que beneficien a este sector que es sinónimo de desarrollo para cualquier cantón, ciudad, región ó país.

La construcción del Departamento de Turismo lo llevará a cabo el Municipio de Buena Fe con la participación de su Departamento de Obras Públicas, por lo que no tendrá que recurrir a ninguna empresa privada, dicho gasto se encuentra acorde al presupuesto con el que cuente el mismo para la realización de esta obra.

A continuación se detallan los equipos, materiales y útiles de oficina que serán adquiridos para adecuar el Departamento y para el funcionamiento correcto del mismo:

Cuadro 4.2 Equipamiento

Equipos y Mat. oficina	Cantidad	Coste/ Unidad (\$)	Coste Total(\$)	Vida Útil
Computadora	3	\$ 720	\$ 2.160	5
Escritorio	3	\$ 240	\$ 720	5
Sillas	6	\$ 100	\$ 600	5
Impresora	1	\$ 55	\$ 55	5
Teléfono	1	\$ 80	\$ 80	5
A/C	1	\$ 520	\$ 520	5

Fuente: Elaborado por los Autores

Cuadro 4.3 Valor de Desecho Contable

VALOR DE DESECHO CONTABLE						
Activo	Valor de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual	Años Depreciándose	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Computadoras	\$ 2.160	5	\$ 432	5	\$ 2.160	\$ -
Escritorios	\$ 720	5	\$ 144	5	\$ 720	\$ -
Sillas	\$ 600	5	\$ 120	5	\$ 600	\$ -
Impresora	\$ 55	5	\$ 11	5	\$ 55	\$ -
Telefono	\$ 80	5	\$ 16	5	\$ 80	\$ -
A/C	\$ 520	5	\$ 104	5	\$ 520	\$ -
	DEPRECIACIÓN ANUAL		\$ 827,00	VALOR DE DESECHO		\$ -

Fuente: Elaborado por los Autores

El método para el cálculo del valor de desecho es el método contable, el cual se obtuvo a partir de los cálculos pertinentes y consiste sumar los valores en libros residuales de los activos fijos, cuyo resultado es un valor de 0 dado que se considera que el mismo está desgastado, puesto que es la diferencia entre el valor total del activo menos su depreciación acumulada, con lo que se obtuvo el valor en libro correspondiente a cada activo fijo.

Como se observa en el cuadro anterior, se van a adquirir materiales de oficina que serán de uso primordial para el Departamento de Turismo, es así que a continuación se detallan características de los mismos:

- ✓ La Computadora es de marca HP tiene procesador AMD Turion 64x2, de 120 GB, 1024 MB memoria 667MHz DDR2, DVD-RW con Lightscribe Grabadora y reproductora de CDs y DVDs, Graba etiquetas en Láser,

además del sistema operativo Windows Vista Home Premium, el monitor es de 17" pantalla LCD.

- ✓ El Escritorio es de madera prensada, amplio con espacio para un computador.
- ✓ Las Sillas de oficina y adecuadas para fácil manejo ya que son deslizables.
- ✓ La impresora es marca HP Deskjet D1400 con cartuchos de tinta negra y color.
- ✓ El teléfono es de marca Panasonic, y el A/C es un General Electric.

4.2.5 CALENDARIO DE INVERSIONES EN EQUIPOS

En el siguiente cuadro se indica la inversión que será necesaria en el caso de que se reemplacen los activos fijos una vez que culmine su vida útil y los mismos se encuentren desgastados

Cuadro 4.4 Calendario de Inversiones en Equipos

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Computadoras					\$ 2.160					\$ 2.160
Escritorios					\$ 720					\$ 720
Sillas					\$ 600					\$ 600
Impresora					\$ 55					\$ 55
Teléfono					\$ 80					\$ 80
A/C					\$ 520					\$ 520
Total					\$ 4.135					\$ 4.135

Fuente: Elaborado por los Autores

4.2.6 CALENDARIO DE INGRESOS POR VENTA DE EQUIPOS DE REPLAZO

Dado que se tiene un valor de desecho de 0 como se mostró anteriormente, se esperaría que una vez que los activos fijos este totalmente desgastados sean remplazados, pero a pesar de haber obtenido dicho valor de salvamento a través del método contable, se pretenderá obtener ingresos o beneficios por las ventas de los mismos. Es así que como se detalla a continuación se obtendrá una ganancia al final de la vida útil de los activos en cuestión, la cual se basa en un valor de desecho comercial el cual está dado por la percepción del mercado en cuanto a la disponibilidad de pago por un activo totalmente desgastado.

Cuadro 4.5 Calendario de Venta de Equipos de Reemplazo

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Computadoras					\$ 120					\$ 120
Escritorios					\$ 30					\$ 30
Sillas					\$ 10					\$ 10
Impresora					\$ 15					\$ 15
Teléfono					\$ 10					\$ 10
A/C					\$ 80					\$ 80
Total					\$ 265					\$ 265

Fuente: Elaborado por los Autores

4.2.7 BALANCE DE PERSONAL

Incluye el número de personas que van a laborar en el Departamento de Turismo, así como la remuneración, la misma que se estima en base al salario así como los recargos por prestaciones sociales que se deben añadir . Las prestaciones pueden ser las que establece la ley, así como las que pueda otorgar individualmente cada empresa a sus trabajadores.

Cuadro 4.6 Balance de Personal

Cargo	No. Puestos	Remuneración Anual	
		Unitario	Total
Jefe de Departamento	1	\$ 800	\$ 9.600
Asistente	1	\$ 500	\$ 6.000
Secretarias	1	\$ 435	\$ 5.220
TOTAL (\$)			\$ 20.820

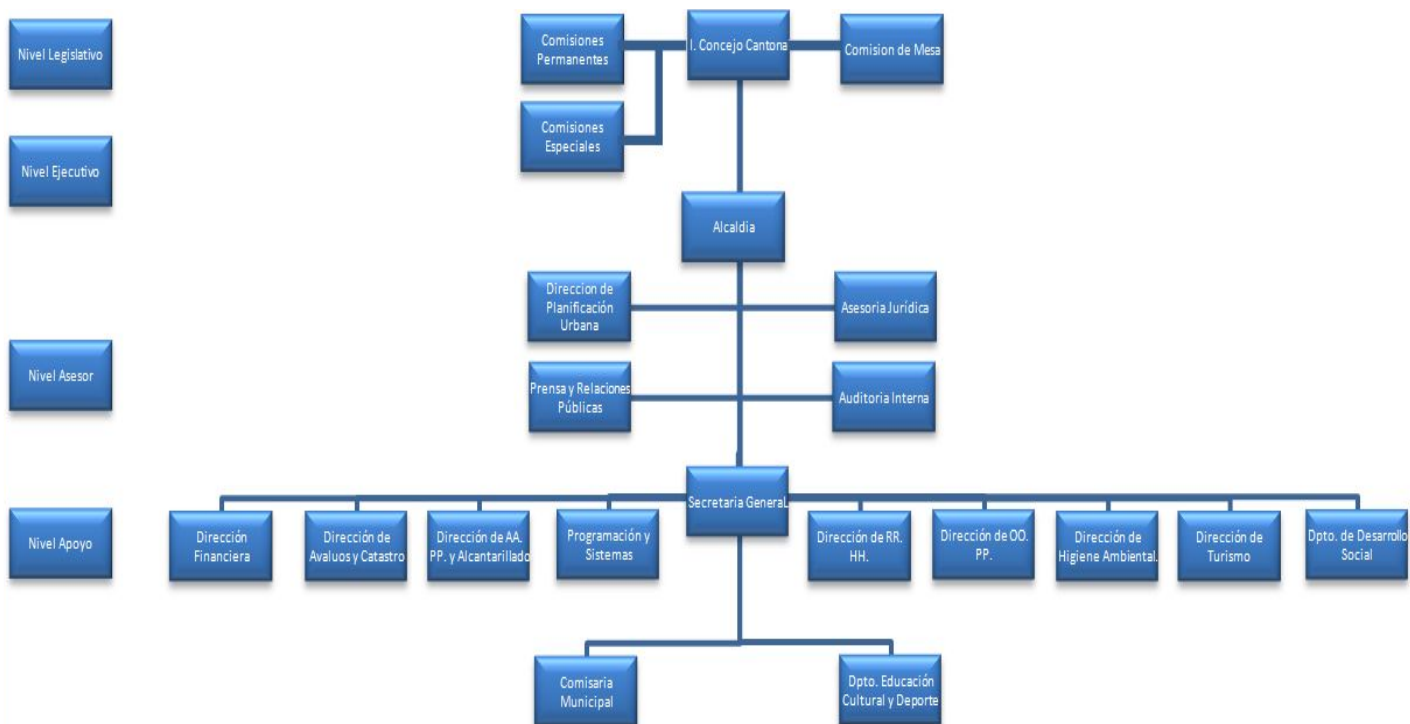
Fuente: Elaborado por los Autores

El número de empleados sugeridos para el Departamento de Turismo son 3, el primero que tomará la función de Jefe del Dpto., el segundo será un asistente y finalmente un tercero que será una secretaria. En este caso la remuneración anual por cada empleado se considerará como rubro de gasto por concepto de sueldos y salarios al momento de realizar el respectivo Balance de costos y gastos. El Jefe del Departamento tendrá a su cargo la planeación estratégica para fomentar el turismo en el cantón. El Asistente es el que colaborará directamente con el Jefe del Departamento y a su vez será vocera de las políticas que se implanten en el mismo. La Secretaria(o) será la/el que lleve el registro de las operaciones implantadas en el departamento

4.2.7.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.2.7.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Figura 4.1 Organigrama



Fuente: Elaborado por los Autores

La organización administrativa de la Ilustre Municipalidad del Cantón Buena Fe de acuerdo a la importancia de su misión institucional, la cual responde a la presente estructura administrativa que permite optimizar el cumplimiento de sus funciones con eficiencia, eficacia y efectividad

La estructura orgánica y funcional de la Municipalidad del Cantón Buena Fe, contempla los siguientes niveles técnicos administrativos:

- ✓ Directivo
- ✓ Ejecutivo
- ✓ Asesor
- ✓ Apoyo Administrativo
- ✓ Operativo

El departamento de Turismo a implementarse está situado en el Nivel de Apoyo Administrativo del Organigrama del Municipio, el cual posibilita el cumplimiento de las actividades de la Ilustre Municipalidad de Buena Fe, proporcionando recursos humanos, materiales y financieros necesarios para el cumplimiento de la misión, así como el desarrollo de las acciones y programas de trabajo establecidos, el cual cumplirá las funciones de evaluador, controlador y regulador del turismo del cantón, así el desarrollo del mismo será de una forma más eficiente, a través de la adecuada promoción turística para fomentar así el desarrollo sustentable del turismo.

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1 ANTECEDENTES

El estudio financiero, constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente la estructura financiera expresada por el balance general proyectado.

Esta es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la elaboración del proyecto y evaluar los antecedentes que determinen su rentabilidad.

Dado que el proyecto en cuestión se trata de promoción turística, y en vista de que se ha determinado la inversión en equipamiento del Dpto. de Turismo como propuesta de desarrollo, así como la implementación del agroturismo para promocionar el mismo, lo que se pretende alcanzar a través del presente estudio es estimar la demanda de visitantes una vez puesta en marcha la promoción turística del Cantón

5.2 INVERSIÓN INICIAL

En la inversión inicial se ubica el flujo de recursos que intervienen en la construcción de obras físicas e implementos que intervienen en la adecuación del departamento de Turismo, como la compra de equipos de oficina y herramientas que ayudan a la ejecución de proyecto.

Cuadro 5.1 Inversión Inicial

	Cantidad	Coste Total \$
Construcción del Dpto. de Turismo	1	\$ 3.125
Computadoras	3	\$ 2.160
Escritorios	3	\$ 720
Sillas	6	\$ 600
Impresora	1	\$ 55
Teléfono	1	\$ 80
A/C	1	\$ 520
	Total	\$ 7.260

Fuente: Elaborado por los Autores

Cabe recalcar que los activos fijos descritos anteriormente, fueron expuestos con anterioridad en el estudio técnico del proyecto, los mismos que se adquieren para ser parte de la adecuación del Departamento de Turismo y los que servirán para el desempeño eficiente de este nuevo Departamento en el Municipio del Cantón Buena Fe.

5.3 COSTOS DE PRODUCCION

Dado que el proyecto es estrictamente de promoción turística para el cantón Buena Fe en la Provincia de Los Ríos, no existirá ningún proceso de producción pues al no tratarse de un producto de comercialización no es necesario abordar este punto; por ende no habrá costos de producción.

5.4 GASTOS

En este rubro importante para el flujo de caja, se consideran a los gastos de publicidad, gastos de administración, gastos de servicios básicos y gastos de capacitación.

Para esta clase de estudio, en este caso de promoción turística, es necesario e importante describir los Gastos de Publicidad ya que sin estos no tendría valor la propuesta turística. La campaña de promoción turística que se implantará a nivel provincial consistirá en la difusión de los lugares turísticos por medios escritos, medios televisivos y medios radiales, dichos medios de

comunicación son regionales, es decir abarcan la Provincia de Los Ríos como tal. Así también se levantarán 2 vallas ubicadas en las 2 entradas principales al cantón, la una se ubica en la entrada Norte en la vía a Santo Domingo de los Tsáchilas y la otra en la vía perimetral al Sureste en la vía Quevedo, es importante acotar que dado que no existe cobertura de las empresas de vallas publicitarias para alquiler, el Municipio del Cantón Buena Fe invertirá en la adquisición de 2 vallas las mismas que serán fabricadas y vendidas por IMPACTO VALLAS, dicho costo de fabricación y venta es de 9,500USD, el de impresión del diseño en lona es de 1200USD, y finalmente el costo de instalación eléctrica con sus respectivos reflectores es de 2200USD, es decir el Municipio se convertirá en propietario de las mismas por lo cual el gasto en publicidad en el primer año será muy alto ya que se incluye el costo de la compra de la valla como se detalla en ANEXO 5.4.1, mientras que en los siguientes 9 años se gastará en la renovación que consiste en instalación e impresión en lona con los cambios que se realicen, la misma que se recomienda hacerla 4 veces por año, este gasto asciende a 1200USD. En el ANEXO 5.4.1.1 se encuentra detallado la descripción del medio de comunicación a utilizarse y el costo respectivo acorde a las necesidades de difusión y promoción del turismo en cada año.

Por otra parte los Gastos de Administración consisten en el pago de salario del Jefe del Departamento, Asistente y Secretaria/o del mismo, quienes tendrán la responsabilidad de llevar el control del proyecto cuando ya esté en ejecución y el óptimo manejo de recursos destinados para esta área. El Jefe del Departamento tendrá a su cargo la planeación estratégica para fomentar el turismo en el cantón. El Asistente es el que colaborará directamente con el Jefe del Departamento y a su vez será vocera de las políticas que se implanten en el

mismo. La Secretaria(o) será la/el que lleve el registro de las operaciones implantadas en el departamento. Véase en ANEXO 5.4.2 el detalle de los cargos y remuneraciones.

Finalmente, se contratará a personal especializado con el fin de capacitar a las personas del área rural cada 3 meses, es decir 4 veces al año brindarán asesoría y capacitación a los habitantes del sector rural que es donde se explota con mayor impacto el turismo, los mismos que recibirán una remuneración por cada capacitación, se puede observar en el ANEXO 5.4.3 el monto asignado por tal concepto, la capacitación brindada otorgará plenos conocimientos de cómo se deben realizar y cuidar los paisajes cultivados, para así mantener y desarrollar el Agroturismo en estas áreas, que constituyen el mayor potencial para llevar a cabo o crear Agrorutas basadas en Agroturismo, como por ejemplo se podría crear la ruta de las flores, la ruta del cacao, la ruta del banano, etc.

5.5 DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos tomados en consideración en el estudio, véase ANEXO 5.5.1, reflejan la pérdida de valor de cada uno de ellos, ya que estos se utilizan y una vez cumplido su periodo de uso o manejo se desgastan en el tiempo. En el estudio se utiliza el método de depreciación en línea recta que es el más sencillo y más utilizado por las empresas y consiste en dividir el valor del activo entre la vida útil del mismo, para utilizar este método primero determinemos la vida útil de los diferentes activos. Después de haber calculado lo anterior, se obtiene la depreciación acumulada y el valor en libros, que viene dado por la resta del costo inicial del activo fijo menos la depreciación acumulada. En el

ANEXO 5.5.1.1 se presenta la tabla de depreciación de los Activos Fijos adquiridos para la adecuación del Departamento de Turismo.

5.6 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de Trabajo para el proyecto en mención, al tratarse de una entidad estatal, en este caso el Municipio del Cantón Buena Fe, se obtiene utilizando el Método Contable, ya que se cuenta con datos históricos , y esta información es la que se requiere para estimar el capital de Trabajo con el que se empieza la ejecución del proyecto dado que se considera parte de la inicial con signo (-) hasta cumplir el horizonte de planeación de 10 años donde se lo incluye en el último periodo (Año 10) pero con signo (+).

Como se mencionó en el inciso anterior el capital de Trabajo se obtuvo a través del Método Contable partiendo de datos históricos de los últimos 5 años (periodo 2004-2008), el cual consiste en la diferencia entre el Activo Circulante y pasivo Circulante, es así que la fórmula diseñada para dicha estimación es como se muestra:

$$\text{Capital de Trabajo Contable} = \text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Circulante}$$

En el ANEXO 5.6.1 se detalla con exactitud el Capital de Trabajo Contable correspondiente a los últimos 5 años comprendidos en el periodo 2004 – 2008 considerados como datos históricos, para el cálculo del capital de Trabajo

contable para el proyecto, el mismo que se obtuvo a partir del promedio de las cifras por cada año considerado dato histórico.

5.7 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El proyecto de Desarrollo Turístico para el Cantón Buena Fe, será financiado en un 100% por el Municipio del Cantón, por lo que no se requerirá de préstamo de ninguna Institución Financiera, es decir no habrá endeudamiento por parte del gobierno seccional. Puesto que al tratarse de un proyecto estatal tiene la ventaja de recibir el apoyo gubernamental a través de recursos que se asignan anualmente para proyectos de esta índole en cuanto a la industria del turismo se refiere. Es importante destacar que el Estado no cobra tasa alguna de interés por financiar proyectos según fuente del Muy Ilustre Municipio del Cantón Buena Fe.

5.8 PROYECCION DE INGRESOS

La Estimación de los ingresos para el horizonte de planeación de 10 años, se determinó partiendo del supuesto de que los turistas de otros cantones visitan por lo menos 1 vez al año el cantón Buena Fe y esto representa el 45,4% del total de la PEA de La Provincia de Los Ríos (Población Económicamente Activa) Véase ANEXO 5.8.1, se consideró como PEA a todos los cantones excepto Buena Fe que no se considera dentro de la estimación ya que es un ingreso que circula dentro del mismo cantón, con dicha información se obtuvo la Demanda Potencial en el Primer Año y sobre la cual se aplica el criterio de Porter que se basa en asumir que dicha demanda tendrá una % participación del 5% en el primer año, con un crecimiento anual del 5% en los próximos 9

años, determinando así la demanda efectiva de cada año, como se muestra en el ANEXO 5.8.2 .

Una vez obtenida la demanda efectiva del Primer Año se procede a encontrar el ingreso de dicho año, el cual se determina al multiplicar dicha demanda por el número de visitas en el año, y a su vez multiplicar por el consumo promedio, lo que arrojará como resultado el ingreso del Año 1 , y el ingreso del Año 2 será igual al ingreso del Año 1 multiplicado por $(1 + \text{tasa crecimiento promedio del turismo de los últimos 5 años})$, y así sucesivamente se determinarán los ingresos de los años restantes, como se muestra en el ANEXO 5.8.3.

5.9 FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja muestra si un proyecto tendrá ingresos suficientes para su ejecución y si los márgenes de utilidad serán en la cantidad requerida para pagar deudas, financiar expansiones futuras y dividendos a los socios, si estos existieren. Este análisis arrojará datos sobre la seguridad de recuperación de la inversión que el proyecto de factibilidad tiene y será la base para negociar financiamiento y atraer inversionistas.

El Flujo de Caja o efectivo del proyecto en mención permite determinar la utilidad o ingresos operacionales una vez que se incluyen los gastos de Administración, así como Gastos de Depreciación, Gastos de Publicidad y Gastos de Capacitación, así como el efecto en los Flujos anuales futuros al

incluir la Inversión Inicial, el Capital de Trabajo así como el valor de desecho de los activos, los mismos que se determinarán al restar de la Utilidad estos rubros antes mencionados , pero sumando el beneficio obtenido por los activos fijos desgastados al final de su vida útil cuando corresponda , el gasto de depreciación cada año, el capital de trabajo y el valor de desecho contable el cual es igual a "0" que se incluyen al final del horizonte de planeación. Véase en detalle en el ANEXO 5.9.1.

5.10 DETERMINACIÓN DE LA TMAR

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico. la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable, se forma de dos componentes que son:

$$\text{TMAR} = \text{inflación} + \text{premio al riesgo} (1 + f) (1 + i) - 1 = i + f + if$$

donde f = inflación

La inflación se puede eliminar de la evaluación económica si se dan resultados numéricos similares, por tanto, lo que realmente importa es la determinación del premio (o prima) de riesgo.

Cuando la inversión se efectúa en una empresa privada, la determinación se simplifica, pues la TMAR para evaluar cualquier tipo de inversión dentro de la empresa, será la misma y además ya debe estar dada por la dirección general o por los propietarios de la empresa. Su valor siempre estará basado en el riesgo que corra la empresa en forma cotidiana en sus actividades productivas y mercantiles. No hay que olvidar que la prima de riesgo es el valor en que el inversionista desea que crezca su inversión por encima de la inflación, es decir, la prima de riesgo indica el crecimiento real del patrimonio de la empresa.

Sin embargo, el verdadero problema empieza cuando se analiza una inversión gubernamental, donde se supone que el gobierno no invierte para hacer crecer el valor de sus inversiones. Sería erróneo pensar que porque es el gobierno quien invierte no importa realizar una evaluación económica, por lo que se pueden tomar así decisiones equivocadas, lo cual, evidentemente es un error.

Por tanto, al determinar la TMAR para inversiones gubernamentales, si bien es cierto que no se debe considerar que siempre habrá pérdidas, tampoco se debe considerar que las inversiones que haga el Estado deberán tener grandes ganancias.

En este caso al tratarse de un Proyecto de Desarrollo Turístico para el Cantón Buena Fe se utilizará una tasa de descuento del 10% (TMAR) que es la tasa asignada para proyectos estatales según disposición Gubernamental, es

decir esta tasa es considerada la TMAR del proyecto. Véase en ANEXO 5.9.1 al final del Flujo Caja.

5.11 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Este método consiste en encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. Tiene como ventaja frente a otras metodologías como la del Valor Presente Neto (VPN) o el Valor Presente Neto Incremental (VPNI) porque en este se elimina el cálculo de la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), esto le da una característica favorable en su utilización por parte de los administradores financieros.

La Tasa Interna de Retorno es aquélla tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. Esta es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones financieras dentro de las organizaciones

Recuérdese que los criterios de aceptación al usar TMAR, VNA, TIR se basan en lo siguiente:

Cuadro 5.2 Criterios Financieros

Técnica	Aceptación	Rechazo
VPN	≥ 0	< 0
TIR	$\geq \text{TMAR}$	$< \text{TMAR}$

Fuente: Elaborado por los Autores

Costo anual uniforme equivalente (CAUE) o valor presente de los costos (VPC). Existen múltiples situaciones, tanto en empresas privadas como en el sector público donde para tomar una decisión económica, los únicos datos disponibles son sólo costos.

En lo que al proyecto turístico se refiere se conoce que la TMAR es del 10%, la misma que no se calculó sino que es la que se utiliza para proyectos estatales, la TIR que se obtuvo es de 16,21% $>$ TMAR (10%) y el VAN es \$ 4.019.985,27 $>$ 0 por lo tanto se concluye que el proyecto es económicamente factible. Véase en ANEXO 5.9.1 al final del Flujo Caja.

5.12 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto individual, la sensibilidad debe hacerse con respecto al parámetro más incierto; por ejemplo, si se tiene una incertidumbre con respecto al precio de venta del artículo que se proyecta fabricar, es importante determinar que tan sensible es la Tasa Interna de Retorno (TIR) o el Valor Presente Neto (VPN) con respecto al precio de venta. Si se tienen dos o más

alternativas, es importante determinar las condiciones en que una alternativa es mejor que otra.

Por lo tanto, del análisis de sensibilidad, se concluye que el precio, en este caso el consumo promedio es la variable que más afecta, es decir es la más sensible para la toma de decisiones financieras en el proyecto en cuestión. Véase en detalle en el Anexo 5.10.1

CONCLUSIONES

- ✓ La demanda turística a nivel nacional va incrementándose, trayendo consigo el desarrollo de esta industria y por ende fomentando ingresos en las provincias y cantones del Ecuador enfocados a promover sus atractivos turísticos a través de la biodiversidad, y recursos naturales únicos con los que cuentan, los que a su vez se constituyen en la fortaleza que les permite impulsar su economía y productividad.

- ✓ Se determinó que el 89,70% de los Habitantes del Cantón Buena Fe conocen las bondades naturales con las que cuentan y han visitado los sitios turísticos del cantón catalogados como atractivos para el mismo, por lo cual se observa un nivel de aceptación bastante alto, en contraste a esto, los cantones aledaños al mismo afirmaron no conocer de estos atractivos en un 54,6% frente a un 45,4% que si tenían conocimiento de los mismos e incluso los han visitado en promedio 1 vez al año, lo que muestra que existe un nivel de aceptación bastante bajo, por lo que es imprescindible la promoción de estos destinos turísticos a través de un plan de promoción emprendido por el Muy Ilustre Municipio del Cantón Buena Fe.

- ✓ Se implementará el Agroturismo como medida para promover el turismo, ya que los habitantes del cantón están dispuestos a participar y colaborar para que se desarrolle esta tendencia, que permite cautivar a los turistas a través de paisajes cultivados, sin duda el agroturismo planeado con cautela puede coadyuvar a la conservación de los recursos genéticos animales y vegetales in situ. Por ello, en los países en desarrollo y

nuevos países industriales deberían realizarse mayores esfuerzos para identificar razas de animales y variedades de plantas interesantes y verificar su potencial para un aprovechamiento agroturístico. Simultáneamente deben registrarse los conocimientos tradicionales sobre los cuidados y el uso de las razas y las variedades. Ello no sólo coadyuva a la sensibilización de la población con respecto al valor de la agrodiversidad, sino que también es imprescindible para conservar esa variedad a largo plazo.

- ✓ Los Lugares Turísticos se darán a conocer a través de publicidad por medios escritos, televisivos, radiales, y vallas, con lo cuál se pretende alcanzar la aceptación en los otros cantones y el conocimiento de las maravillas naturales que posee el cantón Buena Fe, para así promover las visitas no sólo de los habitantes del mismo cantón sino también de los cantones aledaños.
- ✓ El monto de la inversión del proyecto estimada es de \$ 10.871.202.60 la que será implementada en el año 2010. El proyecto arroja saldos positivos desde su primer año de operatividad, tanto en sus utilidades, como en sus flujos de liquidez.
- ✓ La evaluación económica y financiera del proyecto determina un aceptable nivel de factibilidad que se demuestra a través de los siguientes indicadores:

VAN: 4.019.985.27
TIR: 16,22% > TMAR 10%

- ✓ Dado los resultados obtenidos en el estudio, se considera un proyecto de inversión de rentabilidad alta. Los mismos que se mantendrán mediante una adecuada administración eficiente y estrategias de promoción, el proyecto para desarrollar el turismo será exitoso, el decir se alcanzarán los niveles de demanda de visitantes esperados.

- ✓ El impacto social del desarrollo turístico en el cantón Buena Fe será favorable al desarrollo socio-económico de los habitantes del mismo, puesto que no existe un proyecto de esta magnitud en la zona. El desarrollo turístico del cantón marcará el inicio de futuras inversiones de la empresa privada, como la preocupación de brindarles mejor infraestructura de los complejos y demás sitios de recreación familiar en los cuales el disfrute se fundamente en estar en contacto con la naturaleza.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda la puesta en marcha del Proyecto de desarrollo turístico para promover los atractivos del mismo debido al alto grado de aceptación por parte de los habitantes, pero a su vez con la adecuada promoción en los otros cantones se logrará la aceptación deseada de los residentes de los mismos
- ✓ Ejecutar el proyecto, por la rentabilidad estimada en el presente estudio de factibilidades.
- ✓ Ejecutar la Construcción del Departamento de Turismo, como medida de control para que a través de una administración efectiva se implementen las estrategias de promoción que promuevan el eficiente del Turismo en el Cantón.
- ✓ Se implementen áreas de recreación tales como piscinas, canchas deportivas, cabañas etc., en los sitios turísticos, así como mejorar la infraestructura de dichos sitios y la atención a los visitantes por parte de los administradores, empleados o encargados de los lugares turísticos.
- ✓ Con un excelente asesoramiento técnico y de implementaciones de estrategias de mercado por parte del Departamento de Turismo a través del Municipio de Buena Fe logre incrementar la demanda de visitantes de otros cantones.

- ✓ El Equipo de trabajo del Departamento de Turismo en comunión con el Alcalde del Cantón deberán trabajar con honestidad y vocación de servicios, cumpliendo con las exigencias de la industria del turismo, esto a fin de cuidar el flujo de turistas, la imagen del Cantón y por lo tanto su progreso como tal.

- ✓ Se debe tener una visión estratégica, una cultura empresarial orientada a la calidad, y un equipo de trabajadores basado en la creatividad e innovación, con una capacidad de adaptación y reacción a los cambios constante y a los nuevos retos que exige una nueva era de conocimientos y globalización.

- ✓ La actividad turística demanda de sitios con buen ambiente, con buena calidad en atención y servicios, que sirva tanto a turistas extranjeros como nacionales. También se necesita reforzar la educación y entrenamiento turístico para mejorar la calidad de los servicios que ofrece el turismo.

BIBLIOGRAFÍA

1. KOTLER, Philip. *Dirección de Marketing*. Duodécima Edición. Pearson Educación, México, 2006.
2. NARESH, K. Malhotra. *Investigación de Mercado “Un enfoque aplicado”*. Cuarta Edición. Pearson Educación, México, 2004.
3. Muy Ilustre Municipio del Cantón Buena Fe
Departamento de Relaciones Públicas
Departamento de Catastro y Obras Públicas
4. GUERRERO, Gustavo, Ing. M.Sc. *Proyectos de Inversión*, Espol, Guayaquil- Ecuador, 2007
5. www.buenafe.gov.ec
6. www.inec.gov.ec
7. www.turismo.gov.ec
8. www.google.com
9. Revista People & Biodiv

ANEXO 5.4.1

Medio De Difusión	Detalle	Coste \$	Cantidad	Total\$/anual
La Prensa de Los Ríos	1/2 pág	\$ 150	6	\$ 900
Diario La Hora (Quevedo)	1/2 pág	\$ 200	12	\$ 2.400
Diario El Clarín (Babahoyo)	1/2 pág	\$ 150	12	\$ 1.800
Revista El Buenafesino	1/2 pág	\$ 150	12	\$ 1.800
Radio Maravilla (Buena Fe)	Cuña (10 x Día)	\$ 200	10	\$ 2.000
Radio Audiorama (Quevedo)	Cuña (10 x Día)	\$ 200	12	\$ 2.400
Buena Visión (Buena Fe)	Cuña de TV	\$ 300	10	\$ 3.000
Rey Quevedo	Cuña de TV	\$ 300	12	\$ 3.600
	Total	\$ 1.650	86	\$ 17.900
			Afiches(5.000u)	\$ 1.000
			Triptico (10.000u)	\$ 2.500
			Banners (10u)	\$ 150
			Vallas (2u)	\$ 25.800
			Total/anual	\$ 47.350

ANEXO 5.4.1.2

Medio De Difusión	Detalle	Coste \$	Cantidad	Total\$/anual
La Prensa de Los Ríos	1/2 pág	\$ 150	6	\$ 900
Diario La Hora (Quevedo)	1/2 pág	\$ 200	12	\$ 2.400
Diario El Clarín (Babahoyo)	1/2 pág	\$ 150	12	\$ 1.800
Revista El Buenafesino	1/2 pág	\$ 150	12	\$ 1.800
Radio Maravilla (Buena Fe)	Cuña (10 x Día)	\$ 200	10	\$ 2.000
Radio Audiorama (Quevedo)	Cuña (10 x Día)	\$ 200	12	\$ 2.400
Buena Visión (Buena Fe)	Cuña de TV	\$ 300	10	\$ 3.000
Rey Quevedo	Cuña de TV	\$ 300	12	\$ 3.600
	Total	\$ 1.650	86	\$ 17.900
			Afiches(5.000u)	\$ 1.000
			Triptico (10.000u)	\$ 2.500
			Banners (10u)	\$ 150
			Vallas (2u)	\$ 9.600
			Total/anual	\$ 31.150

ANEXO 5.4.2

Cargo	No. Puestos	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	
			Total	
Jefe de Departamento	1	\$ 800	\$	9.600
Asistente	1	\$ 500	\$	6.000
Secretarias	1	\$ 435	\$	5.220
TOTAL (\$)			\$	20.820

ANEXO 5.4.3

	N° Capacitaciones /Año	N° Capacitadores	Remuneración	Remuneración Anual
Guía-Capitador Agroturismo	4	5	\$ 200	\$ 1.000
			Gasto Total Capacitación	\$ 4.000

ANEXO 5.5.1

Equipos y Mat. oficina	Cantidad	Coste/ Unidad (\$)	Coste Total(\$)	Vida Útil
Computadora	3	\$ 720	\$ 2.160	5
Escritorio	3	\$ 240	\$ 720	5
Sillas	6	\$ 100	\$ 600	5
Impresora	1	\$ 55	\$ 55	5
Teléfono	1	\$ 80	\$ 80	5
A/C	1	\$ 520	\$ 520	5

ANEXO 5.5.1.1

Activo	Valor de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual
Computadoras	\$ 2.160	5	\$ 432
Escritorios	\$ 720	5	\$ 144
Sillas	\$ 600	5	\$ 120
Impresora	\$ 55	5	\$ 11
Telefono	\$ 80	5	\$ 16
A/C	\$ 520	5	\$ 104
		Total	\$ 827,00

ANEXO 5.6.1

EL CAPITAL DE TRABAJO DE LOS ULTIMOS 5 ANOS:		
2004	\$	8.899.179,51
2005	\$	9.455.010,93
2006	\$	11.891.985,24
2007	\$	11.694.310,99
2008	\$	12.379.226,32
Total	\$	54.319.712,99
Promedio	\$	10.863.942,60

ANEXO 5.8.1

CANTÓN	PEA RIOS
BABA	12156
BABAHOYO	47330
MOCACHE	11502
MONTALVO	7126
PALENQUE	7012
PUEBLO VIEJO	10128
QUEVEDO	48390
URDANETA	8951
VALENCIA	11943
VENTANAS	24412
VINCES	21241
Total PEA	210191

Promedio PEA	19108,27273
---------------------	--------------------

ANEXO 5.8.3

	NO. INDIVIDUOS	NO. VISITAS AÑO	GASTO Prom/Visita	INGRESO AÑO 1
DEMANDA EFECTIVA DEL AÑO 1	100198,0497	1	\$ 15	\$ 1.502.970,75
% Crecimiento Promedio Turismo (últimos 5 años)	5,66%			
	0,0566			

ANEXO 5.12.1**Crystal Ball Report - Full**

Simulation started on 4/15/2009 at 10:35:41

Simulation stopped on 4/15/2009 at 10:36:05

Run preferences:

Number of trials run	10,000
Extreme speed	
Monte Carlo	
Random seed	
Precision control on	
Confidence level	95.00%

Run statistics:

Total running time (sec)	3.27
Trials/second (average)	3,059
Random numbers per sec	9,177

Crystal Ball data:

Assumptions	3
Correlations	0
Correlated groups	0
Decision variables	0
Forecasts	1

Forecasts

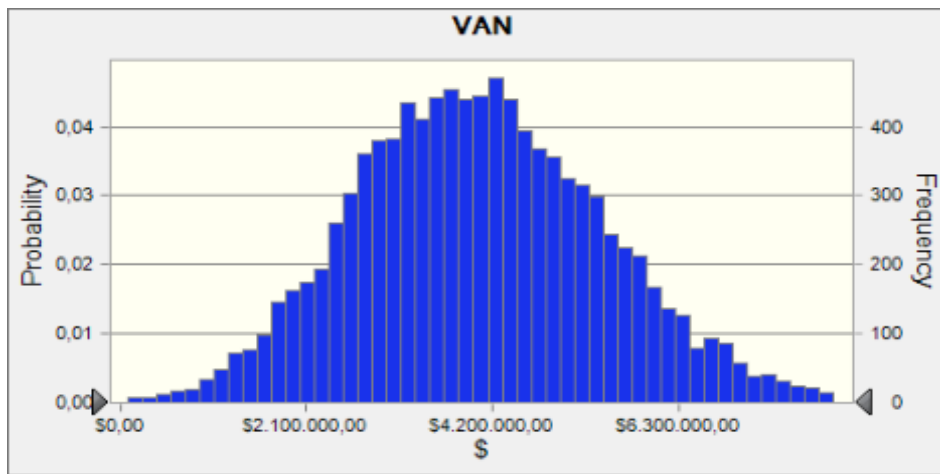
Worksheet: [Estudio Financiero de Buena Fe.xlsx]Flujo de Caja

Forecast: VAN

Cell: C63

Summary:

Entire range is from \$(1.128.073,14) to \$10.561.343,80
 Base case is \$4.019.985,27
 After 10.000 trials, the std. error of the mean is \$14.211,29



Statistics:	Forecast values
Trials	10,000
Mean	\$4,065,050.55
Median	\$4,006,215.59
Mode	---
Standard Deviation	\$1,421,129.32
Variance	#####
Skewness	0.2590
Kurtosis	3.10
Coeff. of Variability	0.3496
Minimum	\$(1,128,073.14)
Maximum	\$10,561,343.80
Range Width	\$11,689,416.94
Mean Std. Error	\$14,211.29

Forecast: VAN (cont'd)**Cell: C63**

Percentiles:	Forecast values
0%	\$(1,128,073.14)
10%	\$2,300,416.85
20%	\$2,849,798.02
30%	\$3,264,972.80
40%	\$3,644,493.66
50%	\$4,006,068.48
60%	\$4,361,780.11
70%	\$4,771,108.77
80%	\$5,255,007.55
90%	\$5,910,907.32
100%	\$10,561,343.80

End of Forecasts

Assumptions

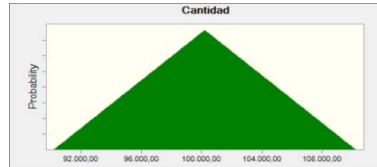
Worksheet: [Estudio Financiero de Buena Fe.xlsx]Hoja1

Assumption: Cantidad

Cell: C4

Triangular distribution with parameters:

5%	93,346.78
50%	100,198.05
95%	107,049.31

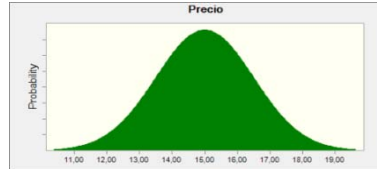


Assumption: Precio

Cell: C3

Normal distribution with parameters:

5%	12.53
95%	17.47

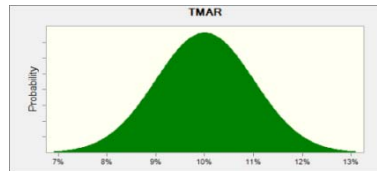


Assumption: TMAR

Cell: C5

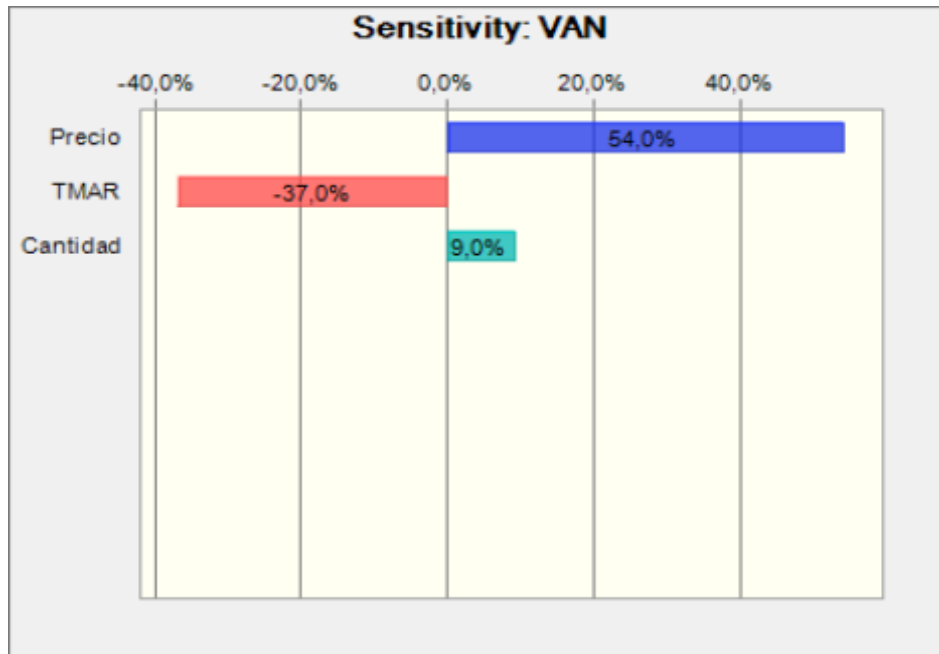
Normal distribution with parameters:

5%	8%
95%	12%



End of Assumptions

Sensitivity Charts



End of Sensitivity Charts