

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Plan para impulso a la creación de MiPymes turísticas
en Puerto Hondo

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Karla Marisol Albán López

Málory Dayana Espinoza Freire

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, segundo a nuestras familias y amigos más especiales, por ser nuestro apoyo durante todo este arduo camino; gracias por sus consejos, su ayuda y su paciencia.

Este nuevo logro es en parte gracias a todas las personas que estuvieron con nosotras; hemos logrado concluir con éxito este trabajo que en principio parecía interminable.

Pero sobre todo dedicar este trabajo al abuelito de mi compañera Málory Espinoza, ya que él hubiera estado completamente feliz al ver cumplir esta meta de su nieta, ahora se encuentra en un lugar mejor, sin dejar de apoyarla y estar para siempre en su corazón.

AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos a Dios, por permitirme cumplir una meta en mi vida. A mis padres, por apoyarme y brindarme seguridad en cada paso que doy. A mi familia, que me ha ayudado durante mi etapa estudiantil. A mi Angelito, que siempre me acompañó, sé que estas celebrando conmigo este logro porque también es el tuyo.

A mi compañera y amiga incondicional, que con paciencia me ha apoyado en estos cuatro años de universidad, gracias Karla, sé que vienen cosas maravillosas para ti.

Con amor,
Málory

.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Albán López Karla Marisol y Espinoza Freire Málory Dayana* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOI realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Albán López Karla
Marisol



Espinoza Freire Málory
Dayana

EVALUADORES

Msc. Cinthy Veintimilla Mariño

PROFESOR DE LA MATERIA

Msc. Cinthy Veintimilla Mariño

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El turismo, es considerado como una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, esto es debido a que es un generador de divisas para el país en el que se desarrolla la actividad. En Ecuador, el turismo es considerado una actividad estratégica, dada que aporta tanto al PIB, como a generar un porcentaje de empleo. Con el objetivo de reactivar la economía de Puerto Hondo, se decide establecer un plan de inversión para MiPymes turísticas con el fin de que posibles inversores puedan invertir a futuro en el destino. Durante el proyecto se aplicó una metodología cuantitativa y cualitativa, asimismo se realizó encuestas para conocer la oferta y demanda actual del destino. Una vez aplicada la metodología, se pudo realizar el plan de inversiones, dando como resultado la creación de tres posibles MiPymes turísticas rentables para el destino. Finalmente se concluyó, que el destino puede ser aprovechado para la creación de las MiPymes turísticas, además, que Puerto Hondo es un destino con una vasta biodiversidad de fauna y flora, sin embargo, carece de una correcta promoción por parte de las autoridades pertinentes.

Palabras Clave: MiPymes, Puerto Hondo, Plan de inversión, turismo

ABSTRACT

Tourism is considered one of the most important economic activities in the world, this is because it is a generator of foreign exchange for the country in which the activity takes place. In Ecuador, tourism is considered a strategic activity, given that it contributes both to GDP, and to generate a percentage of employment. With the aim of reviving the economy of Puerto Hondo, it is decided to establish an investment plan for tourism micro-enterprises so that potential investors can invest in the future in the destination. During the project, the quantitative and qualitative methodology was applied, as well as surveys to know the current supply and demand of the destination. Once the methodology was applied it was possible to carry out the investment plan, resulting in the creation of 3 potential profitable tourism micro-enterprises for the destination. Finally, it was concluded that the destination can be used for the creation of tourism micro-enterprises, in addition, Puerto Hondo is a destination with a sufficient biodiversity of fauna and flora, however, it lacks a proper promotion by the relevant authorities.

Keywords: Mypimes, Puerto Hondo, Investment Plan, Tourism.

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	5
RESUMEN.....	6
<i>ABSTRACT</i>	7
ÍNDICE GENERAL	8
ABREVIATURAS.....	10
ÍNDICE DE Figuras	11
ÍNDICE DE TABLAS.....	12
ÍNDICE DE Gráficos	15
ÍNDICE DE PLANOS.....	16
CAPÍTULO 1.....	17
1. Introducción	17
1.1 Descripción del problema	18
1.2 Justificación del problema	19
1.3 Objetivos	20
1.3.1 Objetivo General.....	20
1.3.2 Objetivos Específicos.....	20
1.4 Marco teórico.....	20
1.4.1 Turismo.....	20
1.4.2 Áreas protegidas.....	30
1.4.3 Empresa	33
CAPÍTULO 2.....	38
2. Metodología	38
2.1 Diagnóstico del destino	38
2.1.1 Investigación secundaria	39
2.1.2 Investigación primaria	39
2.2 Estudio de Mercado.....	42

2.2.1	Investigación primaria	42
2.3	Identificación de brechas u oportunidades en el mercado.....	44
2.3.1	Análisis de información	44
2.4	Diseño de plan de inversiones	45
2.4.1	Tipo de investigación	45
CAPÍTULO 3.....		46
3.	Resultados Y ANÁLISIS	46
3.1	Diagnóstico situacional actual	46
3.1.1	Análisis del cálculo de la capacidad de carga del destino	53
3.2	Análisis de encuestas.....	63
3.2.1	Perfil de visitante y oferta turística	79
3.3	Plan de inversiones	82
3.3.1	Inversión inicial del proyecto.....	82
3.3.2	Costos Fijos y Variables	92
3.3.3	Depreciación.....	94
3.3.4	Amortización	95
3.3.5	Ingresos.....	96
3.3.6	Estado de pérdidas y Ganancias	97
3.3.7	Flujo de efectivo.....	99
3.3.8	Rentabilidad del proyecto	101
3.4	Plano de Mipymes.....	103
CAPÍTULO 4.....		105
4.	Conclusiones Y RECOMENDACIONES.....	105
Conclusiones.....		105
Recomendaciones.....		106
BIBLIOGRAFÍA.....		107
ANEXOS.....		115

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
OMT	Organización Mundial de Turismo
PIB	Producto Interno Bruto
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
SRI	Servicio de Rentas Internas
SECTUR	Secretaría de Turismo de México
CCF	Capacidad de Carga Física
CCR	Capacidad de Carga Real
CCE	Capacidad de Carga Efectiva
CM	Capacidad de Manejo

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación del turismo.....	23
Figura 2. Clasificación del turismo.....	23
Figura 3. Clasificación del turismo según el viaje.....	24
Figura 4. Clasificación de las áreas protegidas.....	32
Figura 5. Clasificación de las áreas naturales protegidas en el Ecuador.....	32
Figura 6. Modelo de las Deficiencias.....	44
Figura 7. Ubicación y extensión de la “Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado”.....	46
Figura 8. Paradero gastronómico entrada Puerto Hondo.....	47
Figura 9. Ubicación en Puerto Hondo de puestos censados.....	48
Figura 10. Terreno vacío.....	48
Figura 11. Área del terreno vacío en Puerto Hondo.....	49
Figura 12. Planta de Tratamiento de Aguas.....	49
Figura 13. Matriz de Vocación Turística.....	53
Figura 14. Variables para factores de corrección.....	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Enfoques de la planificación turística.....	28
Tabla 2. Datos para calcular el tamaño muestral	43
Tabla 3. Puestos de actividades en Puerto Hondo.....	47
Tabla 4. Ponderación Variable AT.....	52
Tabla 5. Ponderación Variable C.....	52
Tabla 6. Factores de corrección	57
Tabla 7. Condiciones de manejo	58
Tabla 8. Resultados Condiciones de Manejo	59
Tabla 9. Factores de corrección	60
Tabla 10. Condiciones de manejo	61
Tabla 11. Resultados Condiciones de Manejo	63
Tabla 12. Número de integrantes que componen la familia.....	75
Tabla 13. Servicios y actividades a ofertar	81
Tabla 14. Tabla de inversión total inicial Recorridos en Bote.....	83
Tabla 15. Maquinarias y equipos.....	83
Tabla 16. Gastos de Constitución.....	84
Tabla 17. Gastos sueldos.....	84
Tabla 18. Desembolsos Varios.....	84
Tabla 19. Capital de Trabajo	84
Tabla 20. Aportación IESS	85
Tabla 21. Beneficios Sociales.....	85
Tabla 22. Gastos Extras	85
Tabla 23. Servicios Básicos.....	85
Tabla 24. Inversión total inicial	86
Tabla 25. Equipo y maquinarias	86
Tabla 26. Gastos de Constitución.....	87
Tabla 27. Desembolsos varios	87
Tabla 28. Gastos Sueldos	87
Tabla 29. Gastos servicios básicos	87
Tabla 30. Gastos aportación IESS	88
Tabla 31. Gastos Extras	88
Tabla 32. Gastos beneficios sociales	88

Tabla 33. Capital de trabajo.....	88
Tabla 34. Inversión total inicial	89
Tabla 35. Gastos de Equipo y Maquinaria.....	89
Tabla 36. Gastos de constitución	90
Tabla 37. Gastos Sueldos	90
Tabla 38. Capital de Trabajo	90
Tabla 39. Aportación IESS	90
Tabla 40. Beneficios Sociales.....	90
Tabla 41. Desembolsos Varios.....	91
Tabla 42. Servicios Básicos.....	91
Tabla 43. Gastos extras	91
Tabla 44. Gastos de Publicidad.....	91
Tabla 45. Microempresa de Recorridos en botes	92
Tabla 46. Microempresa de alquiler de kayaks	93
Tabla 47. Microempresa de pesca deportiva.....	93
Tabla 48. Costos Variables: Microempresa de recorridos en bote	94
Tabla 49. Costos Variables: Microempresa de Alquiler de Kayaks	94
Tabla 50. Costos variables: microempresa de pesca deportiva	94
Tabla 51. Depreciación de equipos para microempresa de recorridos en botes	95
Tabla 52. Depreciación de equipos para microempresa de alquiler de kayaks	95
Tabla 53. Depreciación de equipo de microempresa de pesca deportiva	95
Tabla 54. Amortización intangible.....	96
Tabla 55. Amortización Gastos de Constitución	96
Tabla 56. Proyección de ingresos de recorridos en botes	97
Tabla 57. Proyección de ingresos de alquiler de kayaks	97
Tabla 58. Proyección de ingresos de pesca deportiva	97
Tabla 59. Estado de Pérdidas y Ganancias	98
Tabla 60. Estado de Pérdidas y Ganancias	99
Tabla 61. Estado de Pérdidas y Ganancias	99
Tabla 62. Flujo de Caja	100
Tabla 63. Flujo de caja	101
Tabla 64. Flujo de Caja	101
Tabla 65. VAN de las MIPYMES	102
Tabla 66. TIR de las MIPYMES.....	102

Tabla 67. Punto de equilibrio por microempresa turística.....103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Etapas de análisis de la metodología.....	38
Gráfico 2. Género	64
Gráfico 3. Rango de edades.....	64
Gráfico 4. Lugar de residencia.....	65
Gráfico 5. Nivel de Educación	65
Gráfico 6. Conformación de grupo de viaje	66
Gráfico 7. Preferencia de visita a un sitio turístico.....	66
Gráfico 8. ¿Conoce el Balneario de Puerto Hondo?.....	67
Gráfico 9. ¿Cómo se enteró de Puerto Hondo?	67
Gráfico 10. ¿Ha visitado alguna vez el Balneario de Puerto Hondo?	68
Gráfico 11. Ciudad de residencia	69
Gráfico 12. Conformación de grupo de viaje	69
Gráfico 13. Con quienes visita Puerto Hondo.....	70
Gráfico 14. Preferencia de entorno turístico	70
Gráfico 15. Preferencia de actividades a realizar	71
Gráfico 16. ¿Cómo conoció Puerto Hondo?	71
Gráfico 17. Frecuencia de visita de Puerto Hondo	72
Gráfico 18. Gasto promedio en la visita.....	72
Gráfico 19. Experiencia del visitante	73
Gráfico 20. Visitaría de nuevo el sitio	73
Gráfico 21. ¿Le gustaría visitar Puerto Hondo?.....	74
Gráfico 22. ¿Con quién visitaría Puerto Hondo?	75
Gráfico 23. Preferencia de actividades de los turistas.....	76
Gráfico 24. Rango de gasto promedio por turista	76
Gráfico 25. Servicios esperados a recibir por el turista	77
Gráfico 26. Frecuencia de visita anual	77
Gráfico 27. Medio de transporte	78
Gráfico 28. Motivos de visita a Puerto Hondo.....	78
Gráfico 29. Segmentos de mercado	79
Gráfico 30. Perfil de visitante 1	80
Gráfico 31. Perfil del visitante 2	81

ÍNDICE DE PLANOS

Plano 1. Ubicación de mipymes	104
-------------------------------------	-----

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, el turismo es considerado una actividad económica estratégica, debido a su aporte al producto interno bruto (PIB), que según el reporte emitido por el Ministerio de Turismo (2020), tomando en cuenta la emergencia sanitaria del Covid-19, representó el 1.2% del PIB en el 2020, mientras que en el 2019 representó el 2.2%.

El desarrollo del turismo requiere de un atractivo adecuado, el cual debe ser aprovechado correctamente para alcanzar su potencial turístico; para ello es necesario conocer el perfil de turista que visita el sitio, al igual la oferta que posee, sea estos monumentos, gastronomía, etc. (Meiriño, Brea, Vila & López, 2016)

El desarrollo del turismo requiere de un atractivo adecuado, genera aspectos positivos que se reflejan en la economía del destino, el aumento de empleo y la dinamización de la economía (Fleischer, 2013); sin embargo, sin una adecuada planificación puede llevar a la pérdida de cultura e identidad de la población (McCartney & Osti, 2007).

El *Recinto Puerto Hondo* está ubicado en el km 17,5 Vía a la Costa, en la provincia del Guayas. Este recinto era conocido como Hacienda Palo Bamba en la época de 1972 y se encontraba bajo el mando del Sr. Castro, quien era dueño de los manglares vírgenes que se encuentran en la zona, mismos que se convirtieron en “Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado”, la cual abarca una extensión de 10.635 hectáreas. El agua dulce de la zona proviene de la cuenca del río –Chongón; por otro lado, el agua salada entra por los esteros Mongón, Plano Seco y el Salado (Ministerio de Ambiente, 2015).

El desarrollo de acciones turísticas dentro del área permitirá la creación de MiPymes turísticas que beneficiarán a los integrantes del recinto, al igual que impulsará el turismo en la zona.

1.1 Descripción del problema

El turismo es una actividad que atrae a miles de personas a nivel mundial. En el 2015 se registró que, un total de 1.200 millones de turistas viajaron en todo el mundo en un solo año (OMT, 2016). De acuerdo con la OMT (2016), 1 de cada 11 empleos a nivel mundial provienen del turismo, al igual que el 7% de las exportaciones y el 10% del PIB de los países; lo cual se traduce en una contribución al crecimiento económico y desarrollo de muchas sociedades en el país o región.

El turismo es un generador de ingresos, empleos y divisas en toda la región de América latina y el Caribe. Representó en el 2019 el 42% y 10% de las exportaciones del Caribe y América Latina, respectivamente (CEPAL, 2020). Con respecto al turismo como economía, la cual incluye al turismo como tal y a todos los sectores que dependen de él, representó un 10% del total del PIB en América Latina y un 26% del PIB en el Caribe. Asimismo, en cuanto al empleo represento un 35% en el Caribe y un 10% en América latina (CEPAL, 2020).

En Ecuador, el turismo es una de las actividades económicas más importantes del país, siendo considerada como la tercera fuente de ingresos, no petrolera, luego del banano y el camarón (Ministerio de Turismo, 2019).

Puerto Hondo es considerada una zona rural, la cual se encuentra ubicada a 17 km de la ciudad de Guayaquil, junto al Bosque Protector Manglares de Puerto Hondo; posee una extensión de 2000 hectáreas. Además, cuenta con una destacada diversidad biológica, proporcionándole un valor agregado a la zona, por lo cual, según artesanos y comerciantes del lugar, el turismo es considerado como una actividad económica importante en el área. De acuerdo a un documento publicado por Andrea Andrade (2014), Puerto Hondo carece de una inversión pública y privada adecuada, esto puede ser observado en el aspecto de que, a pesar de tener un ambiente que propicie el desarrollo de actividades turísticas nadie ha decidido implementar algún tipo de negocio relacionado al turismo. Por lo cual, al no existir más fuentes de trabajo en el

destino, las personas optan por ir a zonas urbanas con más desarrollo y de esta manera obtener una plaza laboral y generar un ingreso económico que les permita mejorar su calidad de vida.

Otro aspecto a recalcar es la escasa información existente sobre Puerto Hondo, en la que se pueda promocionar o potencializar los atractivos que ofrece, esto hace que pase desapercibido para las turistas nacionales e internacionales.

Con respecto a la falta de planificación y promoción turística en el destino, el presente trabajo tiene la finalidad de proponer la creación de MiPymes turística para la activación económica de Puerto Hondo.

1.2 Justificación del problema

La presente investigación se enfocará en investigar mediante un análisis de la demanda turística de Puerto Hondo, la creación de MiPymes con el fin de establecer nuevas plazas de trabajo que ayuden al desarrollo turístico del sector, que debido a la situación actual del Covid-19 se ha ralentizado. Mediante el análisis de la demanda, al igual que las atracciones y servicios que ofrece la zona rural, podremos establecer las mejoras que se requieren para impulsarlo como atractivo turístico. Además, es importante la creación de MiPymes turísticas, ya que según los objetivos del desarrollo sostenible (ODS) el turismo correctamente planificado aporta con la creación de trabajos decentes y el crecimiento económico sostenible (OMT, 2016). Asimismo, hay que tener en cuenta que hasta el momento no existe un adecuado aprovechamiento del destino Puerto Hondo que permita dinamizar la económica de la zona.

Por otro lado, la creación de MiPymes turísticas es una medida que permitirá que los habitantes de Puerto Hondo tengan plazas de trabajo e ingresos económicos sin necesidad de migrar a otro sitio como lo hacen actualmente.

Desde el punto de vista práctico de la investigación, la creación de MiPymes turísticas contribuirá a la correcta promoción de las características naturales y culturales del destino y su planificación, a la vez que permite impulsar iniciativas emprendedoras que generen un crecimiento económico.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Establecer un plan de inversión para la creación de MiPymes turísticas en Puerto Hondo a través del análisis de los atractivos, servicios y de la demanda en el sitio para la activación económica del destino.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar los atractivos y servicios existentes en Puerto Hondo para la determinación de la potencialidad de los mismos.
2. Analizar la demanda de Puerto Hondo para conocer el flujo turístico que presenta actualmente.
3. Determinar los factores que influyen en la creación del plan de MiPymes para que se lleve a cabo una buena planificación turística.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Turismo

Debido a la dificultad de las relaciones entre los diversos elementos que componen al concepto de turismo, este puede ser estudiado desde diferentes perspectivas y disciplinas. En la actualidad, aún existe un debate abierto para obtener un concepto de turismo unificado y claro, que sea reflejado en una definición global. Teniendo esto en cuenta, una definición que ha sido adoptada y es la más usada en la industria del turismo es la dada por la OMT, misma que define al turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios u otros” (OMT, 1995, p.1)

El turismo como tal es una actividad que implica que el turista realice un desplazamiento desde un punto de origen “A” hacia un punto de llegada “B”, el cual se puede originar por diversas razones sean estas por descanso, diversión o solo por conocer diversos lugares y culturas.

En el Ecuador, el turismo tiene de un gran potencial para el desarrollo de actividades relacionadas al turismo y al turismo sostenible, esto se debe gracias a la basta diversidad que posee el país. Según el Ministerio de Turismo (2012), en Ecuador

los sitios naturales se encuentran en el primer lugar, debido a que los turistas están en busca de nuevas alternativas para hacer turismo y observar la naturaleza.

Más personas están buscando un tipo de turismo que es diferente del turismo de masas y de ocio tradicional. Los turistas buscan espacios naturales, modelos innovadores e incluso propuestas exclusivas y personalizadas que implican estados emocionales como parte de una tendencia de demanda creciente. En cuestión, el tipo de turismo que se busca está más cerca del turismo sostenible. Ejemplos de ello son el ecoturismo, el turismo rural, el agroturismo, el geoturismo, el turismo de vida silvestre, el turismo cultural, el turismo histórico y el turismo vinícola. (Vázquez, Martín & Blanco, 2021, p.1)

En el Ecuador se establecieron políticas para el turismo, las cuales buscaban consolidar a los actores del sector público, comunitario y privado, para la generación de empleo, para mejorar la calidad de vida de los habitantes y proponer nuevas ideas para el sector turístico (Ministerio de Turismo, 2012). Asimismo, se trata de potenciar el entorno cultural y natural turístico, el cual es muy importante para la actividad turística.

1.4.1.1 Ocio y tiempo libre

La palabra ocio según el Diccionario de la Real Academia Española es definida como “un tiempo de cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad” asimismo es considerada como, “el tiempo libre que posee una persona”, además se lo define como la “diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas”. La palabra ocio proviene del griego “skhole”, por lo cual era considerado especialmente como positivo en Grecia. Según De Grazia (1966), el ocio en aquellos tiempos era considerado como “el tiempo disponible de una persona o la ausencia de la misma por estar ocupado, lo cual permitía la apreciación filosófica, el desarrollo del arte y talentos mayores”. Mientras que Gray (1971) menciona que es una actividad la cual implica una búsqueda de la verdad y el auto entendimiento, siendo un acto de entendimiento estético, sociológico, religioso o filosófico. Por el contrario, Requixa (1977), indica que el ocio fue visto desde una perspectiva negativa en la época moderna, surgido por “la influencia del protestantismo, al observar al ocio como un vicio y a la educación como una herramienta

moralizante para el trabajo”. Por otro lado, De Grazia (1962), define al ocio como un “estado de la mente”, alejándose de la definición de ocio, relacionado al tiempo libre.

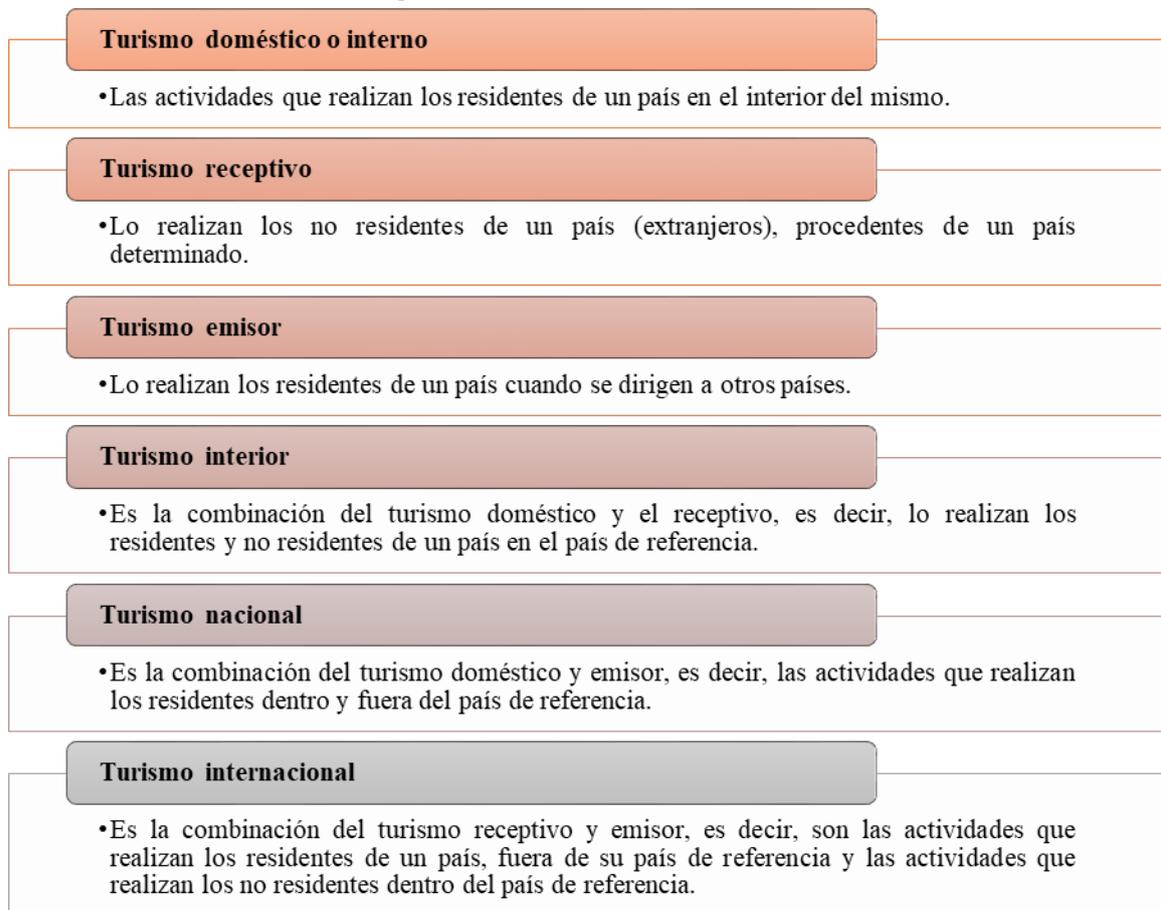
Ahora bien, Elizalde (2010), menciona que el concepto de tiempo libre no es sinónimo a recreación, ni ocio; más bien el tiempo libre es el tiempo en el cual la persona está fuera del trabajo, por ende, se creería que la persona podría disfrutar esos momentos de forma libre, pero en realidad este tiempo fuera del trabajo no es un equivalente a un momento totalmente disponible para la recreación u ocio. Sin embargo, Dumazedier (1973) define al tiempo libre, desde una perspectiva del ocio con una clara oposición al trabajo, en la cual el tiempo libre es un tiempo sin obligaciones, ya sea de trabajo, profesional, social, familiar, político, entre otras actividades que puedan sentirse como obligación y no hechas de forma voluntaria por la persona.

Por otro lado, según Parker (1971) distingue 3 tipos de tiempo, el tiempo de existencia, el de subsistencia y el discrecional o tiempo libre; mientras que Brightbill (1960) menciona que el ocio es un momento más allá de lo que se requiera para existir, para las cosas que se deben hacer, para las cosas biológicas (comer, dormir, etc.) y la subsistencia son las cosas que debemos hacer para ganarnos la vida ya sea en el trabajo o en la escuela o para pagar algo que debemos hacer si no podemos realizarlo nosotros. El ocio como tal es el tiempo discrecional, el cual se utiliza según nuestro propio juicio o decisiones.

1.4.1.2 Clasificación del turismo

El turismo es una actividad, que realiza “una persona que viaja a un lugar distinto a su entorno habitual” (OMT,1994) ya sea con fines de ocio, negocios o por motivo personal (OMT,2008). Por lo cual, el turismo puede clasificarse de diversas maneras. La OMT (1994), clasifica al turismo en función del lugar de origen y de destino, de esta clasificación se pueden distinguir 3 tipos principales, de las cuales se pueden dar 3 combinaciones tal como se observa en el siguiente gráfico:

Figura 1. Clasificación del turismo



Fuente 1. OMT, 1994

Acerenza (2001), clasifica al turismo en función de dos aspectos: en función del lugar de residencia y el ámbito del desplazamiento del visitante, tomando en cuenta las tres primeras formas de turismo (doméstico, receptor y emisor).

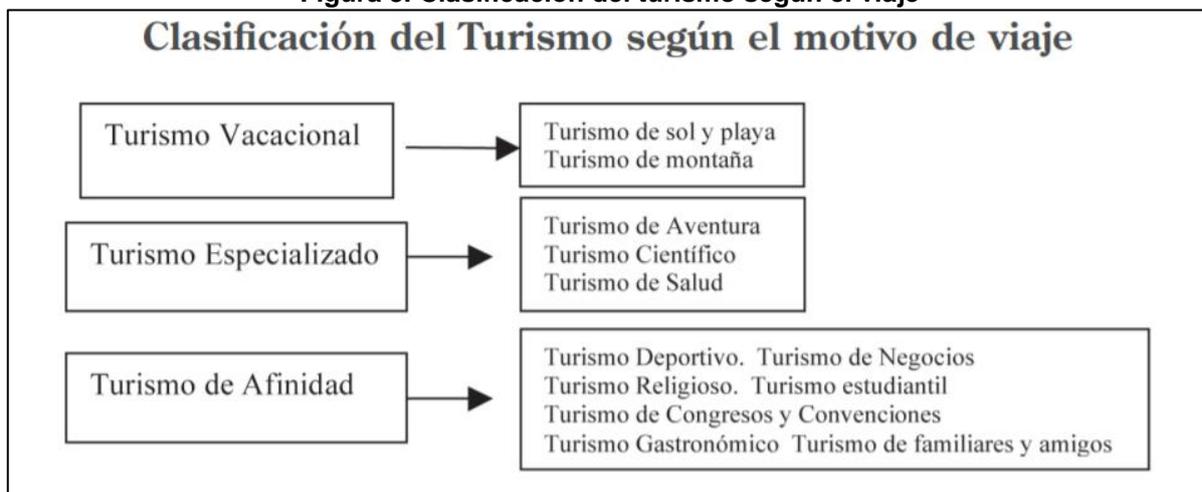
Figura 2. Clasificación del turismo

Clasificación del Turismo según el Sitio Visitado y Origen del Turista			
	Origen del Turista		
Sitio visitado	Nacional	Extranjero	
Dentro del país	Interno	Receptor	Interior
Fuera del país	Emisor		
	Turismo Nacional		
	Origen del Turista		
Sitio visitado	Nacional	Extranjero	
Dentro del país	Interno	Receptor	Internacional
Fuera del país	Emisor		

Fuente 2. Acerenza, 2001

Otra forma de clasificar al turismo es de acuerdo a su motivo de viaje. De acuerdo a Acerenza (2001), este se puede categorizar en turismo nacional, turismo especializado y turismo de afinidad; en los que a su vez se pueden encontrar diferentes tipos de turismo.

Figura 3. Clasificación del turismo según el viaje



Fuente 3. Acerenza, 2001

1.4.1.3 Turismo Vivencial

Otra de las modalidades del turismo es el turismo vivencial la cual se encuentra relacionada a otros conceptos del turismo como: el turismo comunitario, turismo rural, turismo cultural, entre otros (Moya, 2006); su enfoque es dirigido a la vivencia de la inmersión cultural del turista en una comunidad, es decir, que el turista tenga una experiencia y relación humana más profunda. Este tipo de turismo no se mide desde lo económico, sino en la inversión de tiempo, capacitaciones in situ y la alta responsabilidad social que conlleva. (Bonilla Moya, 2018)

1.4.1.4 Turismo Sostenible

La OMT (2017), define al turismo sostenible como el “turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Asimismo, el turismo sostenible, “también necesita mantener altos niveles de satisfacción del turista, garantizar una experiencia significativa para los turistas, sensibilizándolos sobre temas de sostenibilidad, a la vez que promueve prácticas de turismo sostenible entre ellos” (Qué es el turismo sustentable: definición y tipos, 2021).

Este tipo de turismo trabaja de la mano con la Agencia 2030, la cual está compuesta por 17 metas que buscan minimizar los daños en el mundo.

Por otra parte, el concepto que brinda el Ministerio de Turismo es que el Turismo Sostenible es la repercusión en temas ambientales, sociales y económicos, que busca la satisfacción de los visitantes, industria, comunidad y el entorno (Viteri, 2017).

1.4.1.5 Importancia del turismo en el desarrollo económico y socio-cultural

El turismo es una de las actividades más dinámicas e importantes en todo el mundo, ya sea por su aporte a la generación de empleos, por su aporte a la generación de divisas o por su contribución al desarrollo de diversas regiones. De acuerdo a informes de la OMT (2019), el número de viajes turísticos en 2019 superó los 1,4 millones, lo que supone un aumento del 3% en comparación con el año anterior. Para tener una idea de la relevancia del turismo en la economía a nivel mundial, la contribución total del turismo al PIB en 2019 fue del 10,4% (Vázquez, Martín & Blanco, 2021). Según la OMT (1994), para las economías menos desarrolladas la influencia del turismo es mayor, esto se debe a que los países menos desarrollados por lo general poseen niveles de renta bajo, mayores índices de desempleo, un bajo nivel de desarrollo industrial, una baja demanda en los bienes de consumo, entre otras. Por lo cual, los ingresos provenientes de los gastos turísticos y de inversiones extranjeras tienen un mayor efecto en los países más desarrollados, esto se debe a que poseen economías más diversas que generan un mayor aporte en divisas que permitan impulsar el desarrollo económico. (Sarmiento, 2011).

Fernández (2002), menciona que el turismo es una actividad beneficiosa para la economía, ya que toca aspectos como el desarrollo sectorial, desarrollo intersectorial, equilibrio en la balanza de pagos, aporta en el PIB, aporta en la creación de empleos, dinamiza la actividad industrial y aporta en la distribución de la renta.

En otro aspecto, el turismo según Fuentes (2012), es un medio que permite un intercambio social, debido a que demuestra que la sociedad se está capacitando y desarrollando más actividades, para adaptar sus medios habituales y valorar de manera positiva su propio entorno. Por otro lado, en lo que se refiere a cultura, este es otro campo

de acción del turismo, debido a que el termino de cultura determina uno de los aspectos que atrae a los turistas hacia un destino turístico, ya sea por su geografía, historia, costumbres, folklore, tradiciones, creencias, entre otras (Fuentes, 2012).

1.4.1.6 Turismo y crecimiento económico

Según el Banco de Interamericano de Desarrollo (2015), el turismo representa el 14% del PIB en el Caribe, así mismo, genera el 11% de empleos. Según Lamboggia (2014) el turismo “ha mantenido un crecimiento promedio en su economía durante la década de los noventa de 2.4%, en la década del 2000 este se incrementó a 4.2%, de acuerdo con las cifras del Banco Central del Ecuador”. Debido a las circunstancias de la pandemia del Covid-19, el servicio de alojamiento decreció en 11.6% en el 2019 (Banco Central del Ecuador, 2021).

1.4.1.7 Planificación Turística

La planificación puede ser usada como una herramienta de ponderación, la cual nos permite determinar el sentido y orientación de nuestras acciones. Para Molina (2001), la planificación “es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones...”, según este autor, la planificación es un proceso que se sustenta en la búsqueda de ideas y ordenamiento de las mismas, más la adquisición de información y conocimiento necesario para mejorar el espacio o estilo de vida de una persona. De acuerdo con Hall (2002), la planificación debe ser la encargada de proporcionar toda la información necesaria y pertinente para la correcta toma de decisiones; informada y democrática.

La planificación turística de manera general se la define como “un proceso racional y ordenado, que permite alcanzar el crecimiento y desarrollo turístico de un sitio” (Molina, 1986). Para Lopes (2002), la planificación turística es considerada como un “proceso que analiza la actividad turística de un determinado espacio geográfico, diagnosticando su desarrollo y fijando un modelo de actuación mediante el establecimiento de metas, objetivos, estrategias y directrices...”. Hernández (2002), menciona que en el caso del turismo se “requiere diferentes niveles, ámbitos, productos y destinos de planificación. Todos éstos deben llegar a integrarse en un proceso coherente como condición

sinequanon, para lograr una conducción correcta de la actividad ...". Por otro lado, la OMT (2004), menciona que la planificación turística debe realizarse en diferentes escalas o jerarquías, es decir, internacionales, nacionales, locales y del sitio, las mismas que serán esenciales para poder lograr con éxito, el desarrollo, gestión y el correcto manejo de las actividades.

Para Ricaurte (2007), el proceso de la planificación turística da como resultado documentos, los cuales pueden ser: a) planes nacionales, regionales o locales; b) programas de desarrollo turístico y c) proyectos turísticos.

Existen diversos modelos sistémicos que proponen varios autores que destacan en el manejo de la planificación en turismo como: Leiper (en Cooper, 1997), Molina (1986), Santana (1997), Ricaurte (2001), Ascanio (en Schluter, 2000) y Gunn (2002), etc. Otro modelo propuesto de planificación es el de la OMT (1999), en este modelo queda plasmado el modelo de Gunn, el cual consiste en percibir el sistema turístico desde los componentes de la oferta y de la demanda. Ahora bien, según Getz (en Ivans, 2003) se pueden identificar cuatro enfoques de planificación turística de manera global: el enfoque tradicional, el económico, el físico-espacial y el comunitario. Hall (1995) añade un enfoque más a las cuatro perspectivas anteriores: la sostenibilidad como una guía para el desarrollo turístico de los destinos. Mientras que, Osorio (2006) para el caso de Latinoamérica, menciona que la planificación turística se da desde el punto de vista de los enfoques tradicional, espacial, económico y estratégico. Los autores anteriormente mencionados coinciden que los enfoques no son exclusivos, ni secuenciales, de tal forma que pueden ser más o menos vigentes y pueden combinarse entre sí de acuerdo al objetivo por el cual se realiza la planificación.

Ricaurte (2009), realizó un resumen de los siete enfoques de la planificación turística, en el cual se pueden identificar los supuestos básicos, métodos de investigación, modelos y herramientas de cada uno de ellos. Los mismo que se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Enfoques de la planificación turística

ENFOQUES	SUPUESTOS	PROBLEMAS DE PLANIFICACIÓN	MÉTODOS
TRADICIONAL	<ul style="list-style-type: none"> El turismo es bueno El turismo debe ser desarrollado Los recursos culturales y naturales deben ser explotados La industria turística debe liderar el crecimiento y desarrollo del turismo El desarrollo se mide en términos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Cuántos turistas se puede atraer y acomodar Vencer los obstáculos Convencer a la comunidad receptora de tratar bien a los turistas Hasta dónde puede crecer la oferta de servicios y actividades 	<ul style="list-style-type: none"> Promoción Propaganda Relaciones Públicas Indicadores de crecimiento turístico como número de camas y número de habitaciones
DESARROLLISTA	<ul style="list-style-type: none"> El turismo es una actividad económica y una manifestación del ocio y del tiempo libre El turismo puede contribuir al desarrollo nacional y local 	<ul style="list-style-type: none"> Hacer que el turismo se convierta en un instrumento de desarrollo. Satisfacer las necesidades de ocio y del tiempo libre 	<ul style="list-style-type: none"> Definición de marcos conceptuales claros Modelos integrales de planificación orientados al destino. Indicadores de desarrollo
ECONÓMICA	<ul style="list-style-type: none"> El turismo es una actividad exportadora El planificador es un experto El desarrollo se mide en términos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> Maximizar los ingresos y multiplicar el empleo Influenciar la elección del consumidor Definir productos turísticos a ofertarse Asignar valores económicos para la conservación Captación de turismo internacional con alta capacidad de gasto 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de oferta-demanda Análisis costo-beneficio Incentivos para la inversión Segmentación de mercado Indicadores de crecimiento económicos como PIB, Balanza de Pagos, empleo directo e indirecto
FÍSICA / ESPACIAL	<ul style="list-style-type: none"> El turismo es una actividad que consume espacio y recursos El turismo es un fenómeno espacial que implica el acondicionamiento de los destinos El desarrollo se mide en términos ambientales 	<ul style="list-style-type: none"> Dar un uso adecuado al espacio y a los recursos naturales y culturales disponibles Manejar y gestionar las visitas y los flujos de turistas Evitar la concentración y dispersión de visitantes Definir actividades turísticas de acuerdo a las condiciones del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de impacto ambiental Cálculo de la capacidad de carga Sistemas de información geográfica Ordenamiento territorial Indicadores ambientales
COMUNITARIA	<ul style="list-style-type: none"> El desarrollo del turismo debe controlarse localmente El planificador es un facilitador Empoderamiento y gestión local de la actividad El desarrollo se mide en términos socioculturales 	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar la actividad localmente Entender las actitudes y expectativas locales hacia el turismo Minimizar impactos sociales negativos del turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo comunitario Educación y concienciación local acerca de la actividad Estudios de impacto social y cambio cultural
SOSTENIBLE	<ul style="list-style-type: none"> El turismo abarca y está influenciado por aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos La planificación del turismo debe integrarse a otros procesos de planificación Protección del patrimonio cultural y natural de los destinos Equitatividad dentro y entre las generaciones Planificación con enfoque holístico y entendida como un proceso en desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprender el funcionamiento del sistema turístico Coordinación entre el sector público y privado Establecimiento de objetivos claros de desarrollo Planificar la actividad para satisfacer las necesidades locales y las necesidades de la demanda y el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Modelos sistémicos de planificación Integración de análisis económicos, sociales y ambientales Concienciación de la comunidad receptora y del turista Definición de políticas de desarrollo
ESTRATÉGICA	<ul style="list-style-type: none"> El turismo funciona bajo influencia constante de condiciones externas Enfoque prospectivo, dinámico y creativo de planificación Definición de la política turística como un La planificación es capaz de adaptarse ante contextos cambiantes e inciertos 	<ul style="list-style-type: none"> Conciliar la oferta de los destinos con las necesidades de la demanda Comprender el entorno en el que el turismo se desenvuelve Establecer estrategias y adaptar los medios existentes a los objetivos trazados Solucionar las debilidades del destino Definir posibles escenarios futuros 	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de oferta-demanda Análisis de la competencia y del mercado Potenciación de la competitividad de los Destinos Análisis FODA

Fuente 4. Ricaurte, 2009

1.4.1.8 Ordenamiento territorial

El ordenamiento territorial hace referencia a una política que tiene como objetivo compartimentar el uso de una región al tiempo que establece pautas para una ordenación correcta, equilibrada y racional del área, misma que debe permitir el desarrollo de las actividades humanas en un territorio determinado (Fuentes, 2015).

La secretaria técnica Planifica Ecuador (2019) define al ordenamiento territorial como “Un proceso que permite organizar las actividades y recursos en el territorio de acuerdo a las estrategias de desarrollo socioeconómico, en armonía con las particularidades geográficas y culturales. El ordenamiento territorial es obligatorio para todos los niveles de gobierno”.

1.4.1.9 Oferta y Demanda turística

La actividad turística se da porque existen 2 mercados, el emisor y el receptor. El mercado receptor son los sitios o destinos visitados por los turistas, mientras que el mercado emisor, se trata de las personas que viajan hacia un destino para realizar turismo. En dichos mercados se produce una oferta y una demanda, en la cual se da una relación de intercambio (SECTUR, 2004).

1.4.1.9.1 Demanda Turística

Sancho (2019), define la demanda turística como los “turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias”. Por su parte, Boullón (2006) menciona que la demanda se evalúa contando el número de visitas y gastos que los turistas generen en el destino que visitan, asimismo mediante la distribución de datos de los diferentes tipos de servicios o productos que se ofrecen en el destino.

Para Ricaurte (2009), una función principal de la demanda es la utilización de espacios, atracciones turísticas y servicios turísticos y no turísticos, los cuales generan un ingreso económico en el sitio. Además, recalca que quienes conforman la demanda son los visitantes y en relación a lo mencionado por la OMT, pueden ser visitantes internos o internacionales.

Montaner (1996) menciona que, la demanda turística es una agrupación de individuos que en un tiempo de descanso/vacacional, se desplazan desde su lugar de origen hacia un destino específico, cuya motivación principal son los servicios turísticos ofrecidos en distintos lugares con el objetivo de obtener conocimientos sobre nuevas culturas, descansar, conocer nuevos lugares recreativos y de esparcimiento.

Ahora bien, para los autores González, Castejón, Pérez, Martínez, Gómez & Mochón (2009) la demanda turística es “la cantidad de turismo que las personas están adquiriendo o comprando en diferentes precios, el mismo que es uno de los factores esenciales al momento de satisfacer sus necesidades turísticas en diversos lugares”.

1.4.1.9.2 Oferta Turística

Sancho (2019), define a la oferta turística como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. Por otro lado, Moreno (2011), identifica a la oferta turística como todos los servicios y bienes a disposición del turista a cambio de un valor monetario, en un periodo de tiempo dado, tales condiciones son las que determinan su característica de transitoriedad o en otras palabras la imposibilidad de que sean almacenados. Mientras que para Mediano (2004), la oferta es “...el conjunto de bienes y servicios que se pueden comprar por un precio determinado, para su disfrute en un lugar y tiempo concretos y que constituye una experiencia de viaje completa”.

Para la OMT (2008), se entiende por oferta turística a “la provisión directa a los visitantes de los bienes y servicios que constituyen el gasto turístico”, es decir, todos aquellos bienes o servicios adquiridos directamente por los visitantes en el destino. Sin embargo, para Cooper (1993), la oferta turística es una fusión de atracciones e instalaciones de apoyo que poseen diversos elementos en común y, para que la fusión tenga éxito, los componentes de dicha fusión deben ser de igual calidad.

1.4.2 Áreas protegidas

En el informe anual de 1998 emitido por la UICN (Unión Mundial para la Naturaleza), establece que “un área protegida es la superficie de tierra y/o mar

especialmente consagrada a la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica, así como de los recursos naturales y los recursos culturales asociados, y manejada a través de medios jurídicos u otros medios eficaces”.

Por otra parte, Dudley en el 2008 define como área protegida a los “espacios geográficos claramente definidos, reconocidos y gestionados, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza y de sus servicios ecosistémicos y sus valores culturales asociados.”

En el Ecuador, según el *Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica* menciona que “el 20% del territorio representa a áreas protegidas (...), distribuidas en todo el territorio continental e insular, las cuales albergan una importante riqueza biológica y paisajista que permite el desarrollo del turismo, importancia ecológica que da reconocimiento a nivel internacional, de igual manera, cuenta con servicios ecosistémicos de los cuales se benefician tanto las poblaciones urbanas como rurales” (Ministerio de Ambiente, 2013). Estas áreas se encuentran bajo vigilancia del SNAP, Sistema Nacional de Áreas Protegidas, quien es el encargado de 56 reservas naturales del Ecuador.

1.4.2.1 Clasificación de las áreas protegidas

En el estudio de Dudley (2008) indica que “la UICN considera que las categorías o clasificación de las áreas protegidas constituyen un importante estándar global para la planificación, establecimiento y gestión de áreas protegidas”, por ende, las clasifica en 7 tipos que se muestran en la siguiente figura:

Figura 4. Clasificación de las áreas protegidas



Fuente 5. Elaboración propia a partir de UICN, 2021

Por otra parte, el Ministerio de Ambiente (2013), en el Manual para la Gestión Operativa de las Áreas Protegidas de Ecuador, clasifica las áreas naturales protegidas del Ecuador en 8 tipos, tal como se puede observar en la siguiente figura:

Figura 5. Clasificación de las áreas naturales protegidas en el Ecuador



Fuente 6. Ministerio de Ambiente, 2013

1.4.3 Empresa

Las empresas son consideradas para muchos importantes, esto se debe a que, por razones de productividad, razones financieras y de relaciones contractuales generan intereses múltiples, por lo cual existen varios conceptos de diferentes autores sobre lo que es una empresa.

Para Sarmiento (2003), una empresa es una entidad, la cual se establece en un determinado lugar, con el fin de desempeñar actividades que se encuentren relacionadas con la comercialización de bienes o servicios y a su vez con la producción, para satisfacer las necesidades de los clientes.

Por otro lado, los autores Ramírez & Ramírez (2016), definen a la empresa como “la unidad económica autónoma organizada para combinar un conjunto de factores de producción con vista a la producción de bienes o prestación de servicios para el mercado”.

Mientras que, autores como Estallo & De la Fuente (2013), ven a la empresa como un conjunto de medios materiales y humanos, de los cuales se dispone para conseguir un objetivo planteado, de acuerdo a las diferentes relaciones y dependencias que componen a la misma en un determinado esquema.

Teniendo en cuenta los conceptos anteriores se puede definir como empresa a la actividad económica, en la cual se busca un beneficio o utilidad, mediante la prestación de servicio o entrega de bienes de calidad para satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes, con el fin de contribuir al desarrollo económico sea este familiar o social.

1.4.3.1 Clasificación de las empresas

Las empresas pueden clasificarse de diversas formas, ya sea por su tamaño, su actividad, según su ámbito geográfico, su formación jurídica, su subsector productivo, su grado de integración, entre otras.

Para Caude (1965), las empresas según su tamaño se dividen en: Micro, pequeña, mediana y grande. Mientras que Munch (2009), las divide solo en tres tipos: pequeña, mediana y empresa grande.

En cuanto a las empresas de acuerdo a su actividad Caude (1965) las divide en sector primario (agricultura, ganadería, pesca, etc.), sector secundario (industria extractiva, industria de transformación, etc.) y sector terciario (comercio, restaurantes, transporte, comunicación, servicios profesionales, etc.). Otra forma de clasificar a las empresas es de acuerdo a su ámbito geográfico y se dividen en: local, regional, nacional, multinacional y transnacional (Morueco, 2014). Las empresas que se clasifican de acuerdo a su forma jurídica se dividen en: persona natural o empresario individual, sociedad anónima, compañía limitada y cooperativa (Delgado & Davila, 2014).

Ahora bien, las empresas que se clasifican de acuerdo a su grado de integración se dividen en cuatro tipos y son: individuales, cadenas, grupos empresariales y asociados (Delgado & Davila, 2014).

1.4.3.2 Microempresas

López (2004), menciona que una microempresa, es aquella empresa en la que el propietario posee absoluta libertad y es manejada de manera autónoma y no tiene una participación significativa en la rama en la que opera. Mientras que, el SRI, es decir, el Servicio de Rentas Internas del Ecuador, define a la microempresa como:

Al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo con su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes: Comercio al por mayor y al por menor; Agricultura, silvicultura y pesca; Industrias de transporte, manufactureras, de construcción, de almacenamiento y comunicaciones; Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas; Servicios comunales, sociales y personales. (SRI, 2017)

Según Flores (2018), una microempresa se encuentra conformado mínimo por una persona y máximo por diez y por lo general estas empresas suelen ser administradas

por los mismos dueños. Mientras que el INEC (2015), indica que las microempresas son aquellas cuyas ventas anuales no superan los \$100000,00, asimismo, concuerda con Flores en que no superan las 10 personas que conforman la entidad.

Para Ortiz (2020), una microempresa es una empresa pequeña, de no más de 10 personas, concordando con la definición de Flores (2018); en la cual, al unir todos recursos disponibles de la empresa, funcionan de una manera adecuada para la elaboración sea de productos o servicios para el cliente.

1.4.3.3 Economía Popular y Solidaria

Según Pérez de Mendiguren, Etxezarreta & Gurudi (2009), el concepto de socioeconomía “nació en el capitalismo y apareció por primera vez en Europa en el siglo XIX, y escritores como John Stuart y Leon Waltras utilizaron el término para referirse a las organizaciones que nacían como respuesta a los problemas sociales que generaba la sociedad capitalista”. Además, cabe mencionar que dicho concepto incluye como factor esencial e importante en la actividad económica a la justicia social. Para autores como Coragio (2007), la economía social es:

Una propuesta transicional de prácticas económicas de acción transformadora [...], en dirección a otra economía, a otro sistema económico, organizado por el principio de la acumulación de capital. Incluye las cooperativas, fundaciones, cooperativas de ahorro y crédito, mutualidades, organizaciones no gubernamentales, el sector voluntario, las organizaciones benéficas y las empresas sociales. (p. 32)

Monzón (citado en Pérez de Mendiguren et al, 2008), indica que la economía social está conformada por:

Sociedades ajenas al sector público, los cuales practican un régimen especial de propiedad y distribución de beneficios económicos, con métodos de trabajo y gestión democráticos e igualdad de derechos y obligaciones de los accionistas, utilizando los excedentes anuales para el crecimiento de la organización y mejora de los servicios ofrecidos a los socios y a la sociedad. (Monzón, 2003)

De acuerdo con los autores, el concepto de economía social es un grupo de personas las cuales pertenecen a una organización social, cuyo objetivo principal es la

obtención de beneficios colectivos, mas no de forma individual; de manera participativa y democrática.

Por otro lado, el concepto de economía solidaria nace Latinoamérica a inicios de los años ochenta con autores como José Luis Coraggio y Luis Razzeto. Para Razzeto (2006) la economía solidaria es una búsqueda tanto teórica como práctica de nuevos modos de hacer economía, que se basen en la solidaridad y en el trabajo. Sin embargo, para otros autores la economía solidaria es:

Aquella que está basada en valores humanos y principios de solidaridad, que propugnan el reconocimiento de la otra persona como fundamento de la acción humana y eje de la renovación de la política, la economía y la sociedad (...), incluye al conjunto de actividades y organizaciones de carácter comunitario, asociativo, cooperativo, mutualista y demás formas colectivas, creadas para responder a las necesidades de empleo y de bienestar de los pueblos, así como a movimientos ciudadanos orientados a democratizar y transformar la economía. (Coraggio, 2008, p.3)

Es importante mencionar que para Pérez de Mendiguren (2009), la economía solidaria trata de formar relaciones de financiación, producción consumo y distribución que tengan su base en la justicia, reciprocidad, cooperación y la mutua ayuda entre las personas, es decir, que por encima de cualquier forma capitalista se encuentra el ser humano y el mercado es considerado como un instrumento que permite satisfacer las necesidades.

En varios países Latinoamericanos, se usa el termino de economía popular y solidaria (EPS) para referirse a la economía solidaria o economía social. Según Bertucci y Marinho (citados en Guerra, 2010), el termino nace en Caritas de Brasil, como una iniciativa popular para la generación de trabajo e ingresos, en base a la asociación de trabajadores, la cooperación y la autogestión. Por otro lado, Ochoa (2011) menciona que la EPS “no es una economía individual o individualista sino una economía colectiva, asociativa, una economía hecha por y para grupos humanos. La organización colectiva es, quizá, la condición más grande e importante”. Es importante recalcar que, para autores como Saltos, Mayorga & Ruso (2016), la economía popular y solidaria es:

El conjunto de recursos, capacidades y actividades de las instituciones que reglan la apropiación y disposición de los recursos en la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo, realizadas por los trabajadores, sus unidades domésticas (familiares y comunales), y las organizaciones específicas que se dan por extensión para lograr tales fines (emprendimientos unipersonales y familiares, redes de ayuda mutua, juntas con fines de gestión económica, cooperativas y asociaciones diversas) organizan los procesos naturales y las capacidades humanas con el objetivo de reproducir la vida y fuerza de trabajo en las mejores condiciones posibles. (p.58)

Por otro lado, en Ecuador la economía popular y solidaria es establecida en la Constitución de la República del Ecuador, art. 183 como “un sistema que tiende a tener a una relación dinámica y equilibrada en la sociedad, el estado y el mercado. De igual manera, su principal objetivo es asegurar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten un buen vivir de la sociedad” (Asamblea Nacional, 2008). Asimismo, se entiende a la económica popular y solidaria como:

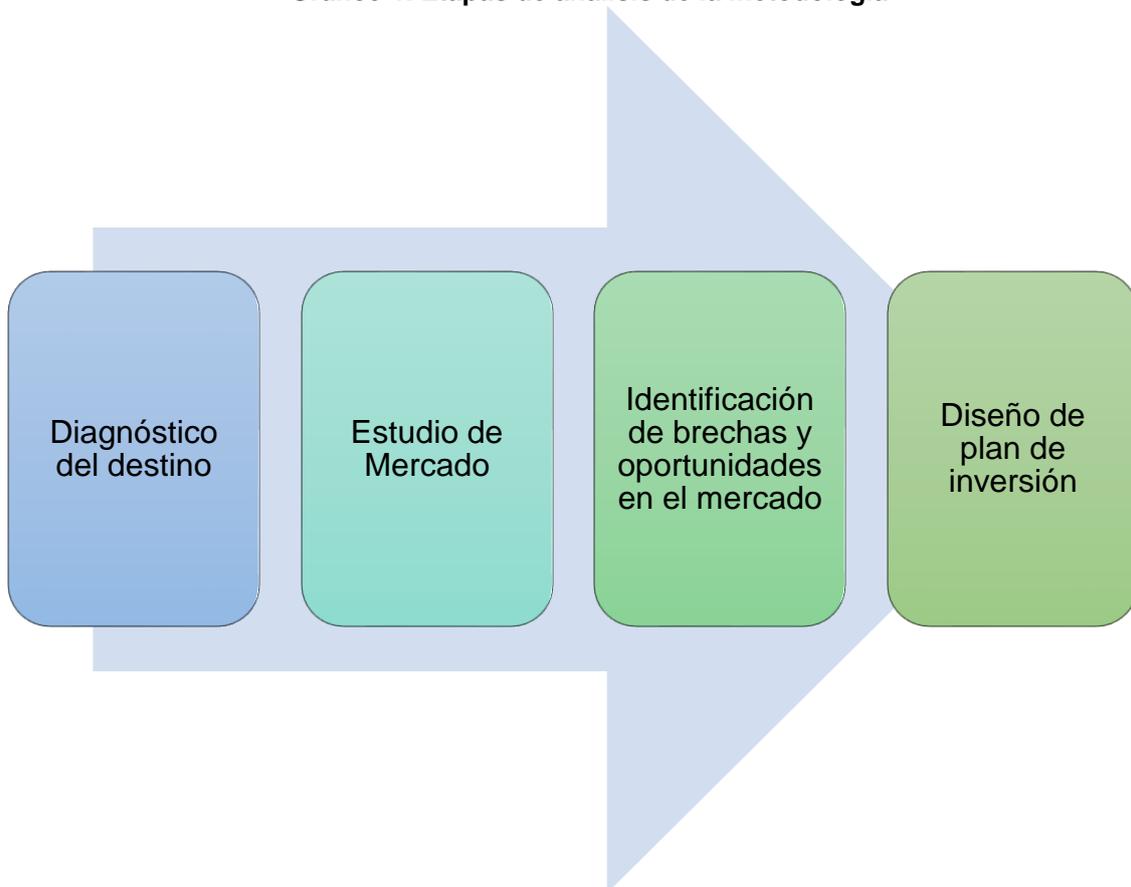
La forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Presidencia de la República, 2011, p. 3)

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

La metodología del proyecto, se la decidió realizar mediante cuatro fases o etapas, en las cuales se analizó la información existente sobre Puerto Hondo y se definió las herramientas a usar para el análisis de la oferta y la demanda del destino. Por último, en base a los resultados del análisis de la demanda y la oferta diseñar el plan de inversión.

Gráfico 1. Etapas de análisis de la metodología



Fuente 7. Elaboración propia, 2021

2.1 Diagnóstico del destino

Objetivo del Diagnostico

Conocer las características del destino (atractivos turísticos), de la oferta y demanda actual del mismo.

2.1.1 Investigación secundaria

2.1.1.1 Censo Nacional de Población y Vivienda

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es el ente regulador que se encarga de realizar el Censo de Población y Vivienda el cual lo define como el “recuento de la población y las viviendas para generar información estadística confiable tomando en cuenta el crecimiento y distribución de la población y sus características económicas, demográficas y sociales con el fin de poder ser utilizadas para la elaboración de planes de desarrollo público y privado” (Censos, 2010).

De acuerdo, a los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), Puerto Hondo cuenta con una población de 1 235,00 habitantes.

2.1.1.2 Actividades turísticas

Puerto Hondo cuenta que dos recursos turísticos conocidos que son El Paradero Turístico y el Parque Acuático y Balneario. Así mismo, sus principales atractivos son el estero y los manglares, en los cuales se pueden realizar diversas actividades turísticas como: recorrido a bordo de canoas, el cual permite observar la flora y fauna del manglar: observación de diversificación de aves y crustáceos, kayak, uso de piscinas, entre otras (Miño & Cajas, 2020).

2.1.2 Investigación primaria

2.1.2.1 Censo Nacional Económico

El Censo Nacional Económico es el recuento de cada unidad económica que conforma el sector productivo teniendo en cuenta el registro de sus principales características (Censos, 2004).

Para la parte de Alojamiento y Servicios de comida, la provincia del Guayas cuenta con 11.549 establecimientos registrados; así mismo, para el área de Arte, Entretenimiento y Recreación se encuentran registrados 1.322 establecimientos (Censos, 2010).

Tomando en consideración lo antes mencionado, se estipula realizar un censo económico para obtener los datos exactos (cantidad, tipo, modelo) de los negocios

formales e informales que operan en Puerto Hondo en relación con la actividad turística, tales como alojamiento, agencias de viaje, servicios de alimentación, entre otros, con la finalidad de poder distribuir de forma oportuna las oportunidades de empleo, de igual manera, conocer los negocios faltantes a implementar en el plan de MiPymes.

2.1.2.2 *Inventario de Atractivos turísticos*

Según el Manual de Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos emitido por el Ministerio de Turismo (2018), “el inventario de atractivos turísticos es el resultado del registro valorado de todos los atractivos turísticos que constituyen parte del patrimonio turístico nacional”, el cual toma en consideración en consideración aspectos naturales, culturales y oportunidades de desarrollo del destino.

Debido a la ambigüedad de los datos y con el fin de poder definir y clasificar los atractivos y recursos turísticos que tiene Puerto Hondo y planificar un correcto aprovechamiento de los mismos realizaremos las fichas de atractivos turístico en las cuales se evaluará una serie de componentes como: datos y especificaciones generales, la ubicación del atractivo o recurso, características del atractivo, la planta turística, el registro de visitantes y la afluencia, entre otros factores.

De igual manera, obtendremos mediante la ficha de calificación y ponderación la vocación turística que tiene Puerto Hondo, en estas fichas se evalúan los factores de:

- Recursos turísticos
- Infraestructura
- Equipamiento e instalaciones turísticas.

2.1.2.3 *Capacidad de carga*

Se establece como capacidad de carga a la herramienta que permite determinar el número máximo de turistas que pueden acudir a un sitio, previniendo el deterioro del mismo.

Para determinar la capacidad de carga turística de Puerto Hondo, se realizará el cálculo utilizando la metodología impuesta por Cifuentes (1992):

Capacidad de carga física (CCF). – “número de visitantes que pueden permanecer en un espacio al mismo tiempo” (Cifuentes, 1992).

Para determinar la capacidad de carga física se empleará la siguiente fórmula:

$$CCF = Vte./a2 \times S \times CR$$

Donde:

Vte/a = visitante por área.

S = superficie disponible

CR = El CR o Coeficiente de rotación se determina mediante el número de veces en que el sitio puede ser visitado a diario, es decir, es el tiempo de apertura del servicio dividido para el tiempo promedio de visita al mismo.

Capacidad de carga real (CCR) – “número de visitantes que un espacio puede tener considerando variables físicas, sociales, ambientales, como brillo solar, disturbio de fauna, inundaciones, accesibilidad, marea, etc.” (Cifuentes, 1992).

$$CCR = CCF (1 - RA_1)(1 - RA_2)(1 - RA_n)$$

$$CCR = CCF \times FC_1 \times FC_2 \times FC_n$$

Donde:

RA= Relación de área no aprovechable (MLx (magnitud limitante de la variable) / MTx (Magnitud total de la variable))

FC= Factor de corrección.

$$FC=(1-RA)$$

Capacidad de carga efectiva o permisible (CCE). – “número máximo de visitas que pueden acceder al sitio” (Cifuentes, 1992).

$$CCE = \frac{\#VTES}{\text{Condición de manejo}} [\#unidades de la condición de manejo] \times CR$$

Donde:

Condiciones de manejo hace referencia a la capacidad de buses, estacionamiento, restaurantes, capacidad de alojamiento, número de guías, servicios higiénicos/vestidores.

Capacidad de manejo (CM). – “porcentaje de la CCR que podemos ofrecer el servicio” (Cifuentes, 1992).

$$CM = CCE/CCR \times 100$$

2.2 Estudio de Mercado

2.2.1 Investigación primaria

Para la etapa de estudio de mercado se aplicó la investigación primaria con un enfoque cualitativo con el fin de conocer cuál es el perfil del turista que visita Puerto Hondo, cuáles son sus necesidades y que es lo que desea. Para Soberón & Acosta (2009), la información que se obtiene de la investigación primaria son datos que provienen directamente de la población o de una muestra, se obtiene información original que no ha sido publicada aún, ni interpretada.

Tipo de investigación

Investigación descriptiva

Mediante la aplicación de la investigación descriptiva se buscó analizar el perfil de los visitantes que recibe el destino Puerto Hondo, con el fin de conocer sus preferencias, expectativas y sus deseos al momento de visitar el sitio turístico, en base a las actividades y facilidades que se ofertan en el mismo.

Población y Muestra

Características de la población

Para la presente investigación, la población de interés se encuentra enfocada a los habitantes y turistas que visitan Puerto Hondo. Asimismo, se tomó en consideración a gobiernos seccionales como el Ministerio de Ambiente y dirigentes del sector (dirigente de Puerto Hondo).

Delimitación de la población

La encuesta se aplicó a los turistas que visitan Puerto Hondo, mientras que las entrevistas se aplicaron a actores claves para la investigación como el dirigente de Puerto Hondo y a gobiernos seccionales como el Ministerio de Ambiente.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se la determinó como un número N de personas. Para el cálculo del tamaño de la muestra N aleatoria, se aplicó la siguiente fórmula:

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

Donde

n: tamaño de la muestra

N: universo de la muestra

Z: constante correctiva de error

p: probabilidad de que ocurra

e: margen de error

Tabla 2. Datos para calcular el tamaño muestral

N	20000
Z	1,96
p	0,85
e	0,07

Fuente 8. Elaboración propia, 2021

$$n = \frac{20000 * 1,96^2 * 0,85 * (1 - 0,85)}{0,07^2 * (20000 - 1) + 1,96^2 * 0,85 * (1 - 0,85)} = 99$$

Obteniendo como resultado un tamaño de la muestra de 99 encuestas.

Técnicas y herramientas

Entrevista. – Esta técnica se la empleo con el fin de obtener información que contribuya a identificar quien es el turista que visita Puerto Hondo y porque lo hace, de acuerdo con los moradores del sitio. Además, de identificar todas las actividades permitidas en el destino de acuerdo a las autoridades ambientales, dado que el sitio turístico se encuentra en un área protegida. El tipo de entrevista que se empleó en la investigación es una entrevista semiestructura. En la entrevista semiestructurada, “el investigador dispone de una serie de temas que debe trabajar a lo largo de la entrevista, pero puede decidir libremente sobre el orden de presentación de los diversos temas y el modo de formular la pregunta” (Alesina, L., Batthyány, K., & Cabrera, M.,2011). La entrevista estuvo dirigida al dirigente de Puerto Hondo y a un representante del Ministerio de Ambiente.

Encuestas. – Esta técnica se la utiliza con el propósito de identificar si el turista conoce sobre la existencia del destino Puerto Hondo, si conoce las actividades que se ofertan en el sitio, qué actividades esperaría que existiera en el sitio, los atractivos que posee, etc. Además, de conocer cuál es el perfil del turista, es decir, sus ingresos económicos, su grado de educación y de donde proviene; todo esto con el fin de determinar quienes visitan el destino y porque lo hacen. Para la aplicación de la encuesta se utilizó la escala

de Likert, la cual se recomienda usar cuando se aplican preguntas cerradas en una encuesta (Sampieri,2010)

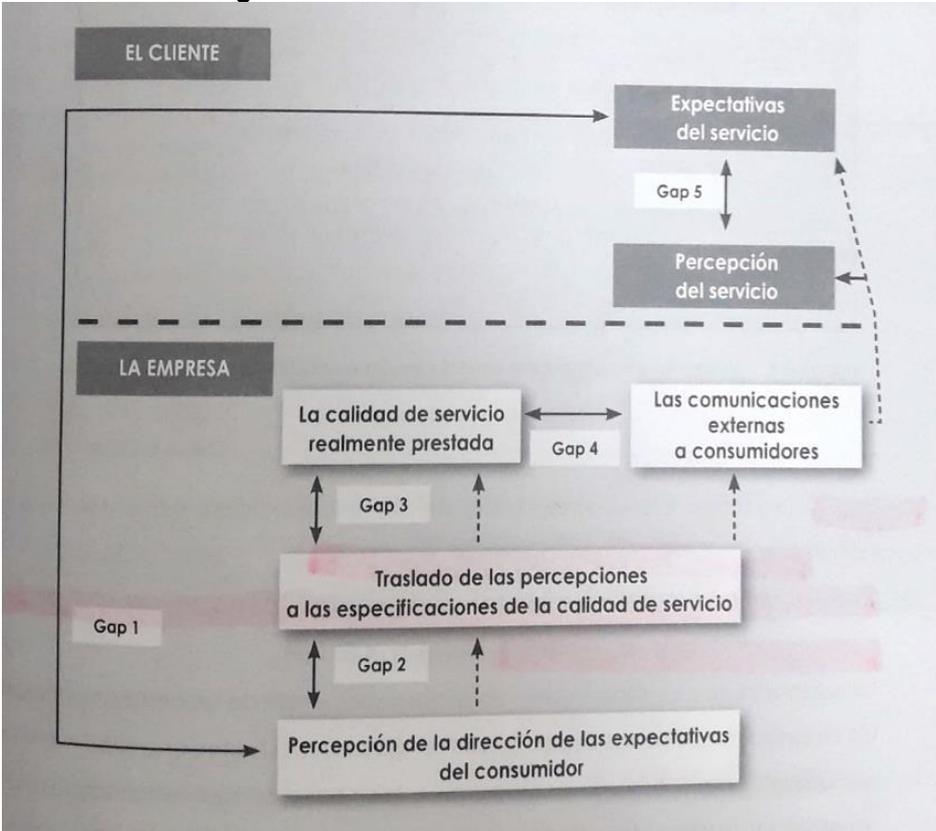
2.3 Identificación de brechas u oportunidades en el mercado

2.3.1 Análisis de información

En esta etapa de la investigación se planea comparar la información obtenida de las etapas anteriores a esta, con el fin de identificar si la demanda en la misma y si sus gustos y necesidades con respecto al destino ha cambiado. Asimismo, identificar cuáles son las oportunidades que posee el destino en el mercado con respecto a su oferta actual.

Se planeó en esta etapa, utilizar el modelo de las deficiencias de Parasuraman, Zeithaml y Berry como guía para identificar las brechas o GAP que posee el destino. El modelo de las deficiencias permite identificar las expectativas y percepciones que tiene el cliente hacia un producto o servicio (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988).

Figura 6. Modelo de las Deficiencias



Fuente 9. Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988

2.4 Diseño de plan de inversiones

2.4.1 Tipo de investigación

Investigación de escritorio

Para Zita (2020), la investigación de escritorio o trabajo de escritorio es un método que puede ser “cuantitativo o cualitativo y se aplica en los casos en que la recolección de datos no es posible, apropiado o ético, por lo que es preferible realizar la investigación revisando y analizando datos obtenidos previamente”. De acuerdo con este concepto, en la etapa de diseño de plan de inversiones, se busca determinar cuál es la inversión que se necesita para el destino Puerto Hondo, cuáles y cuantos serán los empleos que se pueden generar con esta inversión y cuantos podrían ser los beneficiarios de esta inversión.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado y junto con los datos obtenidos en las anteriores etapas se procede a identificar cuáles serían las actividades que se pueden implementar en el destino y son más apreciadas por el turista. Como segundo paso se procede a identificar la infraestructura necesaria para realizar estas actividades y cuanto sería de invertir en ella. Para determinar la inversión, se buscó información existente sobre cuando se invierte en infraestructura en otros sitios que oferten las mismas actividades que Puerto Hondo y se fijó un posible valor de inversión. Seguido a esto se determinó el posible número de empleos que se pueden crear en el destino Puerto Hondo y se fijó un costo que puede pagar el turista por realizar cada una de las actividades.

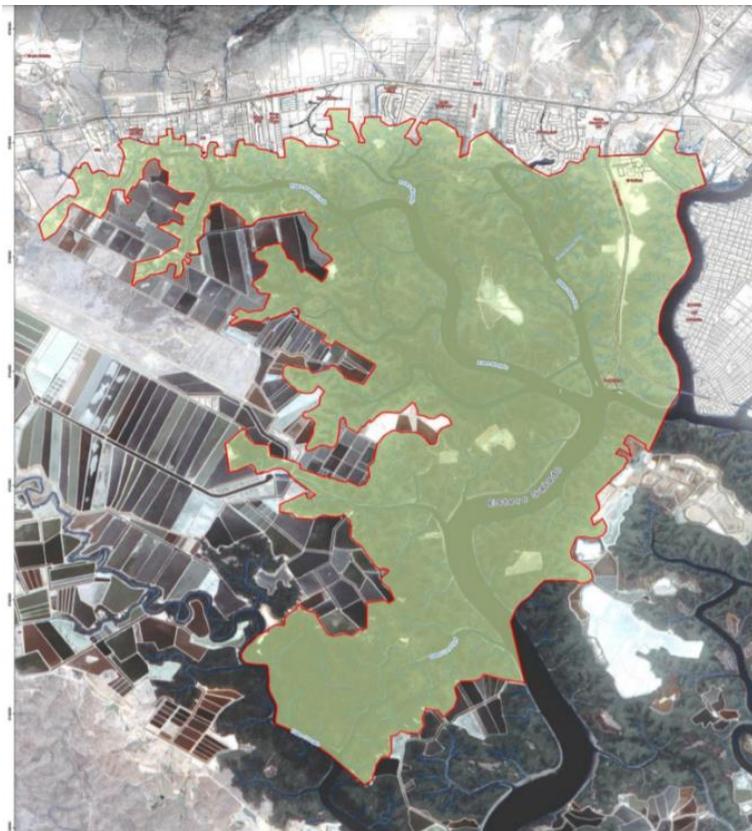
CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

3.1 Diagnóstico situacional actual

Puerto Hondo, se encuentra ubicado dentro de la “Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado” en Guayaquil. En el recinto Puerto Hondo podemos encontrar el Balneario de Puerto Hondo, antes de la pandemia en el sitio se realizaba recorridos en canoas por el estero, alquiler de kayaks, venta de comidas en quioscos internos que se encontraban en el sitio, entre otras actividades; por regulaciones dadas por el Municipio de Guayaquil por la pandemia el Balneario de Puerto Hondo tuvo que ser cerrado y actualmente como consecuencia del tiempo en el que el balneario estuvo cerrado las actividades anteriormente mencionadas no se encuentran funcionando y los turistas solo acuden al sitio a bañarse en el estero. Asimismo, el estero es aprovechado para realizar actividades de pesca por los pobladores del sitio.

Figura 7. Ubicación y extensión de la “Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado”



Fuente 10. Plan de manejo de la “Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado”, s/f

En cuanto a la realización del censo de actividades económicas relacionadas al turismo se pudo obtener los siguientes resultados:

Tabla 3. Puestos de actividades en Puerto Hondo

Tiendas	8
Escuela de Fútbol	1
Restaurantes y/o comedores	16
Centro de salud	1
Farmacias	2
Bares	1
Bazares o papelerías	1
Puestos recreacionales (billar)	1
Escuelas o cursos de educación	1

Fuente 11. Elaboración propia, 2021

De acuerdo con el censo realizado, las actividades o servicios relacionados con el turismo serían los restaurantes, el bar y el billar. Con respecto a los restaurantes ellos ofrecen en su mayoría platos típicos como fritada, seco de pollo, humitas, maduro con queso, caldo de pollo entre otros platos conocidos por la población y visitantes, y su horario de atención varía de acuerdo al establecimiento, en el caso de los puestos de alimentos que se encuentran a la entrada de Puerto Hondo, cuyo horario de atención es de martes a domingo de 7h40 a 16h00, por otro lado, los diferentes restaurantes que se encuentran en la zona atienden en el mismo horario dependiendo del alimento que ofertan.

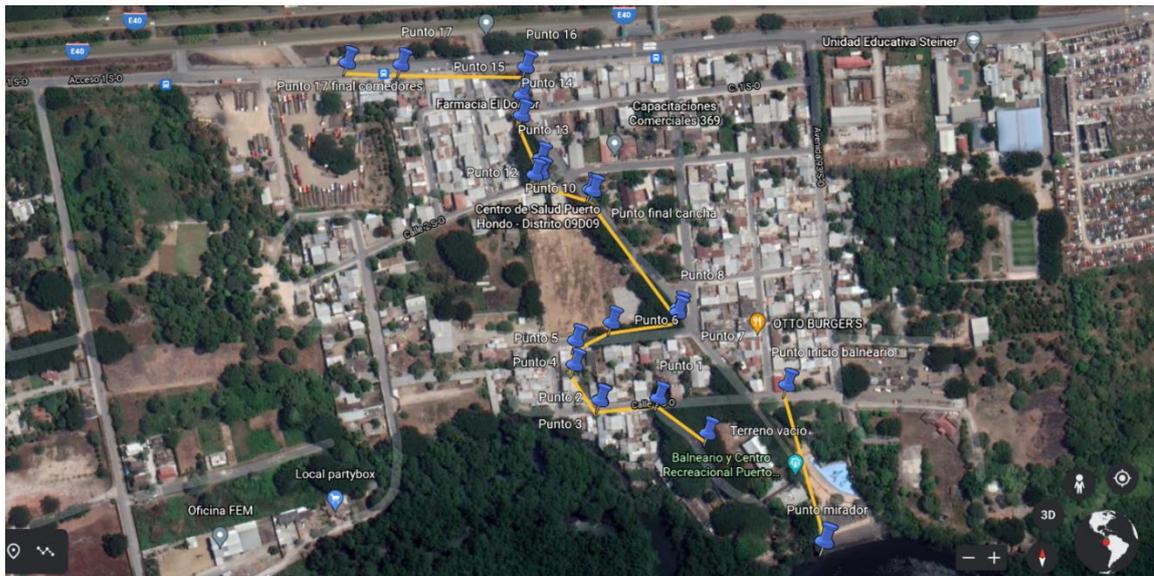
Figura 8. Paradero gastronómico entrada Puerto Hondo.



Fuente 12. Elaboración propia, 2021

A continuación, se muestra en el mapa la ubicación de cada puesto censado. Asimismo, se muestra la ubicación de la entrada al Balneario de Puerto Hondo y como punto final se tomó El Mirador.

Figura 9. Ubicación en Puerto Hondo de puestos censados



Fuente 13. Elaboración propia, 2021

Asimismo, durante la visita para realizar el censo se logró evidenciar que existen puestos informales de comida ubicados en las afuera del Balneario de Puerto Hondo. Por otro lado, se identificó un área de terreno vacía en la cual se podría lograr implementar nuevas actividades turísticas, para extender el área del Balneario de Puerto Hondo.

Figura 10. Terreno vacío



Fuente 14. Elaboración propia, 2021

Dicha área podemos identificarla en la siguiente imagen, además, se muestra un aproximado de medición del área realizado con el programa Google Earth.

Figura 11. Área del terreno vacío en Puerto Hondo



Fuente 15. Elaboración propia, 2021

En cuanto a los atractivos que posee el sitio se encontró que sus principales atractivos naturales son el estero y los manglares. En cuanto al estero se pudo observar que el agua se encuentra limpia y sin contaminación permitiendo que los visitantes puedan bañarse tranquilamente. Asimismo, se pudo observar que tienen una planta de tratamiento de agua en Puerto Hondo (Fig. 7)

Figura 12. Planta de Tratamiento de Aguas



Fuente 16. Elaboración propia, 2021

En cuanto al ecosistema de manglares, podemos encontrar 4 especies: el mangle, blanco, el mangle rojo, el mangle negro y el mangle botón (jeli). Asimismo, podemos

encontrar varias especies de árboles como: el algarrobo, arbustos como, leucaena, mate y niguito. Por otro lado, el área alberga gran variedad de fauna y flora entre aves, mamíferos, crustáceos, etc. De acuerdo con el Ministerio de Ambiente y Agua, en el sitio se encuentra cerca de 115 especies de aves registradas como: el pelicano, fragatas, varios tipos de garzas (corona amarilla, martín pescador y reinita amarilla), también se encuentran varios tipos de garcetas (azul, estriada, grande, y nívea) y aves de tipo migratorio como el playero colorado, peregrino y el águila pescadora.

Durante el estudio se aplicó la metodología del MINTUR para el inventario de atractivos turísticos (Anexo A), en el cual se levantó dos fichas con información del sitio, la información levantada en la ficha para la respectiva jerarquización fue de:

- Centro Recreacional Balneario Puerto Hondo (Sitios Naturales), en esta se tomó en cuenta el estero
- Centro Recreacional Balneario Puerto Hondo (Manifestaciones culturales), en esta se tomó al centro recreacional como tal.

La información recolectada en las fichas permitió jerarquizar a los atractivos según el MINTUR en jerarquía 2 (Anexo A), es decir, son atractivos capaces de interesar a visitantes lejanos y que poseen un rasgo distintivo.

Asimismo, al realizar la ficha de vocación turística en Puerto Hondo, misma que se divide en la variable de **“Aptitud Territorial”** y **“Capacidad”**, se logró obtener los siguientes resultados:

Con respecto a la ficha de calificación de Aptitud Territorial, se evaluó en tres factores divididos en Recursos turísticos, Infraestructura y Equipamiento e Instalaciones Turísticas.

Para el factor de Recursos turísticos, se evaluó diversos criterios: el patrimonio material, el patrimonio inmaterial, las festividades y eventos y los sitios naturales. En el primer y segundo criterio, Puerto Hondo obtuvo una valoración de 0, debido a que carece de bienes culturales muebles e inmuebles, así mismo, no evidencia presencia de tradiciones y expresiones orales, rituales, actos festivos, entre otros que complementen la oferta turística en la zona. Con respecto al criterio de Festividades y Eventos, la

calificación fue 1 debido a que los habitantes de Puerto Hondo conocen sobre las celebraciones que se realiza en el sector sin embargo no existe una promoción que las pueda potencializar de forma turística, tanto a nivel nacional como internacional. Finalmente, en el aspecto de Sitios Naturales, la puntuación es de 2 debido a que contempla recursos naturales que son de importancia para el turismo, mismos que se encuentran conservados y son aptos para la visita del turista.

De acuerdo al segundo factor “Infraestructura”, en el primer, segundo y tercer criterio que corresponde a: Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte, Accesibilidad a través de medios de transporte público y Servicios de Comunicaciones, Puerto Hondo cuenta con la puntuación de 1, debido a que cuenta con un sistema integral que facilita la movilidad de diferentes transportes privado y público, sin embargo, requiere de una conexión ya sea por otro medio de transporte o mediante el desplazamiento a pie; y con respecto al servicio de comunicaciones, cuenta con cobertura y conectividad WiFi gratuita de acceso limitado, brindada por la Alcaldía de Guayaquil. Por otra parte, el criterio de Calidad Ambiental del Paisaje Urbano, Puerto Hondo tiene una calificación de dos, misma que indica que las condiciones de calidad del entorno y las características físico-espaciales se encuentran en buenas condiciones sin llegar a una saturación visual. Por el contrario, obtiene una calificación de cero con respecto al criterio de Señalización Urbana, ya que no cuenta con la presencia de señalética que permita que los visitantes se ubiquen en la zona.

Finalmente, en el factor de Equipamiento e Instalaciones Turísticas, Puerto Hondo obtuvo un punto en el criterio de “Servicios de Alimentación” puesto que cuentan con restaurantes y establecimientos típicos y convencionales que brindan sus servicios al público general y al turista. Sin embargo, en los criterios de: señalización turística, servicios de información turística, y, acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles, Puerto Hondo cuenta con cero puntos debido a la carencia de cada uno de los criterios.

De modo que, utilizando la fórmula $\sum f(r) \div 4 + \sum f(i) \div 5 + \sum f(ei) \div 4$ en la ficha de calificación de la variable “Aptitud Territorial”, el puntaje total que obtuvo Puerto Hondo es de 0.03.

Tabla 4. Ponderación Variable AT.

FACTORES Y VARIABLES “APTITUD TERRITORIAL”			
Factores	Valor	Calificación	Amplitud
1. Recursos Turísticos (r)	40%	3%	0,01
2. Infraestructura (i)	30%	5%	0,02
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas (ei)	30%	1%	0,00
Calificación Total			0,03

Fuente 17. Elaboración propia, 2021

Con respecto a la Ficha de Calificación de la variable “Capacidad”, Puerto Hondo cuenta con solo un punto en el criterio de Publicidad y Promoción debido a que se evidenció la presencia del mapa en la zona, lo que permite la ubicación del visitante, sin embargo, tiene errores georreferenciales en diferentes plataformas. Para los demás criterios de: Capacidad de Atención, Grado de Planificación Turística, Afluencia Turística Actual, e Importancia Turística Actual, la calificación es de cero; Puerto Hondo no cuenta con guías o personas que realicen recorridos por la zona, carece de acciones de planificación turística, actualmente motiva corrientes turísticas locales, y no pertenece como destino ofertado por varias operadoras de turismo.

Utilizando la fórmula $f(ca) * 20\% + f(p) * 20\% + f(a) * 20\% + f(pp) * 20\% + f(it) * 20\%$ la calificación total de Puerto Hondo en la variante “Capacidad” es de cero.

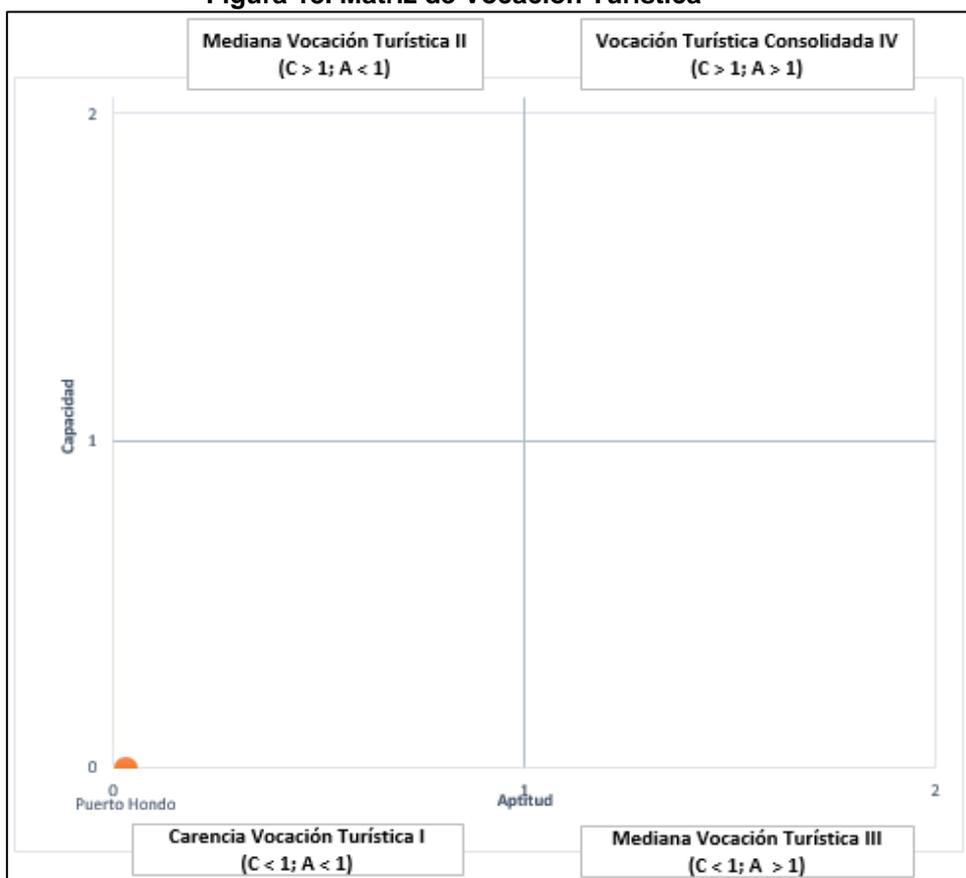
Tabla 5. Ponderación Variable C.

FACTORES Y VARIABLES “CAPACIDAD”			
Factores	Valor	Calificación	Capacidad
1. Capacidad de Atención (ca)	20%	0%	0,00
2. Grado de Planificación (p)	20%	0%	0,00
3. Afluencia Turística Actual (a)	20%	0%	0,00
4. Publicidad y Promoción (pp)	20%	1%	0,00
5. Importancia Turística Actual (it)	20%	0%	0,00
Calificación total			0,00

Fuente 18. Elaboración propia, 2021

Como resultado, teniendo en cuenta la calificación total de ambas fichas, Puerto Hondo carece por el momento de vocación turística, debido a que la calificación con respecto a aptitud territorial y capacidad es menor a 1, esto se debe a que no ha tenido una correcta planificación turística ni mercadeo que permita ser conocidos por turistas nacionales e internacionales.

Figura 13. Matriz de Vocación Turística



Fuente 19. Elaboración propia, 2021

3.1.1 Análisis del cálculo de la capacidad de carga del destino

Al encontrarse el destino es un área protegida es importante realizar el análisis de capacidad de carga, dado que de esta forma se podrá realizar un adecuado uso del área sin provocar daños en la misma. Adema, de primar los criterios de sustentabilidad ambiental y económica y de la satisfacción del cliente, en este caso de los posibles visitantes al destino.

El cálculo de la capacidad de carga de Cifuentes (1992), determinó que este proceso consta de consta de 3 niveles, los cuales son:

- **Capacidad de carga física** “permite determinar la capacidad espacial que un visitante necesita en un determinado momento y lugar en el día.” (Cifuentes, 1992). Esta dada por la siguiente fórmula:

$$CCF = \frac{VTA}{a^2} \times S \times CR$$

Donde:

VTA/a: Son los visitantes por área, es decir, el número de visitantes que pueden ocupar un área de acuerdo a la actividad turística.

S: Es la superficie disponible para el uso.

CR: El CR (coeficiente de rotación) permite determinar el número de veces en el día que puede ser visitado el sitio por diferentes visitantes en el horario de atención establecido.

$$CR = \frac{TAS}{TPV}$$

Donde:

TAS: Tiempo de apertura del servicio.

TPV: Tiempo promedio de visita.

Para el cálculo de la capacidad de carga física en espacios naturales se usa otra formula la cual es:

$$CCF = \frac{L}{SP} \times NV$$

Donde:

L: Longitud del espacio disponible en metros.

SP: Es el espacio utilizado por cada visitante.

NV: es el número de veces que el sitio puede ser visitado por un visitante.

$$NV = \frac{HV}{TV}$$

Donde:

HV: es el horario de visita, el cual está dado en hora/día.

TV: Tiempo promedio de visita, el cual está dado en horas/visitas visitantes.

- **Capacidad de carga real**, “se realiza tomando en cuenta la Capacidad de carga física de un espacio, menos los factores de corrección que puede tener determinado sitio” (Cifuentes, 1992).

Los factores de corrección suelen estar dados por diversas variables, algunas de las variables que se pueden encontrar se enumeran en la siguiente figura:

Figura 14. Variables para factores de corrección



Fuente 20. Elaboración propia, 2021

Además de las variables mencionadas en la figura anterior se pueden encontrar otras variables, mismas que son determinadas por el investigador.

El cálculo para la capacidad de carga real suele estar dado en dos fórmulas, las cuales son:

$$CCR = CCF \times (1 - RA_1) \times (1 - RA_2) \times (1 - RA_3) \times \dots \times (1 - RA_n)$$

$$CCR = CCF \times FC_1 \times FC_2 \times FC_3 \times \dots \times FC_n$$

Donde:

CCF: Conocido también como la capacidad de carga física.

FC: Es el factor de corrección, es decir, es el porcentaje real del sitio establecido a estudiar que puede ser utilizado, después de restar la RA.

$$FC = (1 - RA)$$

RA: Es la relación de área no aprovechable, es decir, es el espacio del área que debe ser descartada debido a otros factores (factores de reducción).

$$RA = \frac{ML}{MT}$$

Donde:

ML: Es la magnitud limitante de la variable

MT: Es la magnitud total de la variable

- **Capacidad de carga efectiva**, “es obtenida mediante el cálculo de la capacidad de carga real y la capacidad de manejo del área. La capacidad de manejo, es el porcentaje de la capacidad de carga real a la cual se puede brindar un servicio específico” (Cifuentes, 1992). Su fórmula es:

$$CM = \frac{CCE}{CCR} \times 100$$

Donde:

CCR: conocida también como Capacidad de carga real

CCE: conocida como Capacidad de carga efectiva

$$CCE = \frac{VTES}{\text{Condición de manejo}} \times \# \text{ de unidades de la condición de manejo} \times CR$$

Donde:

Condición de manejo: hacen referencia a la capacidad, ya sea de buses, de estacionamiento, hospedaje, restaurantes, servicios higiénicos, vestidores, número de guías, número de conductores, etc.

Cálculo de capacidad de carga:

Para el cálculo de la capacidad de carga física se plantearon los siguientes supuestos:

- Superficie del terreno 2078,57 m²
- Un visitante ocupa 2m²
- Horario de apertura de 8:00 am a 17:00 pm de martes a domingos
- Tiempo promedio de visita por turista 3 horas

Teniendo como resultado:

$$CCF = \frac{L}{SP} \times \frac{HV}{TV}$$
$$CCF = \frac{2078,57m^2}{2m^2} \times \frac{8h}{3h} = 2771,43$$
$$CCF = 2771,43 \cong 2771 \text{ personas}$$

La capacidad de carga física es de 2771 visitantes al día

Para determinar la capacidad de carga real del espacio primero debemos determinar los factores de corrección siendo estos los siguientes:

- Factor de corrección 1: lluvia
- Factor de corrección 2: brillo solar
- Factor de corrección 3: aguaje

Para el cálculo de los factores de corrección se trabajará con los siguientes datos

Tabla 6. Factores de corrección
FACTORES DE CORRECCIÓN

1. Factor de corrección:	Lluvia	
1.1 Magnitud Limitante:	360	dado en horas de lluvia al año, considerando 3 horas de lluvia al día durante 120 días.
1.2 Magnitud Total:	2920	dado en horas de "apertura" del atractivo al año.
2. Factor de corrección:	Brillo solar	
2.1 Magnitud Limitante:	730	dado en horas de sol al año, considerando 2 horas diarias de excesivo sol.
2.2 Magnitud Total:	4745	dado en horas de "apertura" del atractivo al año.
3. Factor de corrección:	Aguaje	
3.1 Magnitud Limitante:	172	de días al año de aguaje
3.2 Magnitud Total:	365	dado en días/año.

Fuente 21. Elaboración propia, 2021

$$FC_1 = \left(1 - \frac{360}{2920}\right) = 0,88$$

$$FC_2 = \left(1 - \frac{730}{4745}\right) = 0,85$$

$$FC_3 = \left(1 - \frac{172}{365}\right) = 0,53$$

Con los valores obtenidos en los factores de corrección del estudio, se procede a realizar el cálculo de la capacidad de carga real

$$CCR = CCF \times FC_1 \times FC_2 \times FC_3$$

$$CCR = 2771 \times 0,88 \times 0,85 \times 0,53$$

$$CCR = 1098.53 \text{ visitantes}$$

Teniendo como resultado de capacidad de carga real **1098 visitantes al día.**

Una vez obtenidos los resultados de capacidad de carga real, se obtiene la capacidad de carga de las siguientes variables:

- Guías
- Botes
- Kayaks
- Espacios de parqueaderos

- Conductores de los botes

De las variables anteriormente mencionadas se cuenta con los siguientes datos:

Tabla 7. Condiciones de manejo
CONDICIONES DE MANEJO

CONDICIONES DE MANEJO			
Condición de manejo 1:	Kayaks	7	dado en número de kayaks para la actividad
Personas por unidad de manejo:		1	persona.
Tiempo promedio de uso de la unidad:		0,5	horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	horas.
Condición de manejo 2:	Espacios de parqueadero	15	dado en número de espacios para estacionamiento.
Personas por unidad de manejo:		1	Espacio
Tiempo promedio de uso de la unidad:		2	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 3:	Botes de pesca	2	dado en número de botes para la actividad
Personas por unidad de manejo:		7	dado en personas por bote
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 4:	Guías de pesca	2	dado en número de botes para la actividad.
Personas por unidad de manejo:		5	dado en personas
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 5:	Conductor de pesca	2	dado en número botes para la actividad.
Personas por unidad de manejo:		5	dado en personas
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 6:	Conductores de bote	2	dado en número de botes para la actividad.
Personas por unidad de manejo:		7	dado en personas por bote
Tiempo promedio de uso de la unidad:		2	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 7:	Guía de bote	2	dado en número de botes para la actividad.
Personas por unidad de manejo:		7	dado en personas por guía
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 8:	Botes para recorridos	2	dado en número de botes para la actividad.
Personas por unidad de manejo:		9	dado en personas por recorrido

Tiempo promedio de uso de la unidad:	1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:	8	dado en horas de atención.

Fuente 22. Elaboración propia, 2021

$$CCE = \frac{VTES}{C_{condición\ de\ manejo}} \times \# \text{ de unidades de la condición de manejo} \times CR$$

$$CM = \frac{CCE}{CCR} \times 100$$

Tabla 8. Resultados Condiciones de Manejo

CONDICIÓN DE MANEJO 1:	
Kayaks	
CCE:	112 Personas
CM:	10%
CONDICIÓN DE MANEJO 2:	
Espacios de parqueadero	
CCE:	300 Personas
CM:	28%
CONDICIÓN DE MANEJO 3:	
Botes de pesca	
CCE:	112 Personas
CM:	10%
CONDICIÓN DE MANEJO 4:	
Guías de pesca	
CCE:	80 Personas
CM:	7%
CONDICIÓN DE MANEJO 5:	
Conductor de pesca	
CCE:	80 Personas
CM:	7%
CONDICIÓN DE MANEJO 6:	
Conductores de bote	
CCE:	56 Personas
CM:	5%
CONDICIÓN DE MANEJO 7:	
Guía de bote	
CCE:	112 Personas
CM:	10%
CONDICIÓN DE MANEJO 8:	
Botes para recorridos	
CCE:	144 Personas
CM:	13%

Fuente 23. Elaboración propia, 2021

Por otro lado, como parte del estudio se decidió realizar el cálculo de la capacidad de carga fluvial, para el cual se realizaron los siguientes supuestos:

- Longitud del estero: 167.986 m²
- Horario de apertura de 8:00 am a 17:00 pm de Martes a Domingos
- Tiempo de recorrido en bote: 1 hora
- Flujo de botes en varios sentidos
- Grupos de máximo 7 personas, más un guía y un conductor
- Un bote mide 7 metros
- Distancia entre botes para evitar interferencias entre 50 metros

Teniendo como resultado:

$$CCF = \frac{L}{SP} \times \frac{HV}{TV}$$

$$CCF = \frac{167.986m^2}{2m^2} \times \frac{8h}{3h} = 268.777,6$$

$$CCF = 268.777,6 \cong 268.777 \text{ personas}$$

La capacidad de carga física es de **268.777** visitantes al día.

Para determinar la capacidad de carga real del espacio primero debemos determinar los factores de corrección siendo estos los siguientes:

- Factor de corrección 1: lluvia
- Factor de corrección 2: brillo solar
- Factor de corrección 3: aguaje
- Factor de corrección 4: distancia entre botes
- Factor de corrección 5: caudal

Para el cálculo de los factores de corrección se trabajará con los siguientes datos:

Tabla 9. Factores de corrección
FACTORES DE CORRECCIÓN

1. Factor de corrección:	Lluvia	
1.1 Magnitud Limitante:	360	dado en horas de lluvia al año, considerando 3 horas de lluvia al día durante 120 días.
1.2 Magnitud Total:	2920	dado en horas de "apertura" del atractivo al año.
2. Factor de corrección:	Brillo solar	
2.1 Magnitud Limitante:	730	dado en horas de sol al año, considerando 2 horas diarias de excesivo sol.
2.2 Magnitud Total:	2920	dado en horas de "apertura" del atractivo al año.

3. Factor de corrección:	Aguaje	
3.1 Magnitud Limitante:	172	de días al año de aguaje
3.2 Magnitud Total:	365	dado en días/año.
4. Factor de corrección:	Distancia entre botes	
4.1 Magnitud Limitante:	50	dado los metros de distancia entre cada bote
4.2 Magnitud Total:	4082	dado la superficie en metros
5. Factor de corrección:	Caudal	
5.1 Magnitud Limitante:	10	dado el porcentaje del caudal
5.2 Magnitud Total:	11	

Fuente 24. Elaboración propia, 2021

$$FC_1 = \left(1 - \frac{360}{2920}\right) = 0,88$$

$$FC_2 = \left(1 - \frac{730}{2920}\right) = 0,75$$

$$FC_3 = \left(1 - \frac{172}{365}\right) = 0,53$$

$$FC_4 = \left(1 - \frac{50}{4082}\right) = 0,99$$

$$FC_5 = \left(1 - \frac{10}{11}\right) = 0,1$$

Con los valores obtenidos en los factores de corrección se procede a realizar el cálculo de la capacidad de carga real

$$CCR = CCF \times FC_1 \times FC_2 \times FC_3 \times FC_4 \times FC_5$$

$$CCR = 2771 \times 0,88 \times 0,75 \times 0,53 \times 0,99 \times 0,10$$

$$CCR = 8.391 \text{ visitantes}$$

Teniendo como resultado de capacidad de carga real 8.391 visitantes al día.

Una vez obtenidos los resultados de capacidad de carga real, se obtiene la capacidad de carga de las siguientes variables:

- Guías
- Botes
- Kayaks
- Conductores de los botes

De las variables anteriormente mencionadas se cuenta con los siguientes datos:

Tabla 10. Condiciones de manejo

CONDICIONES DE MANEJO			
Condición de manejo 1:	Kayaks	7	dado número de kayaks.
Personas por unidad de manejo:		1	persona.
Tiempo promedio de uso de la unidad:		0,50	dado en horas, se consideran 30 minutos de uso.

Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 2:	Botes de pesca	2	dado número de botes para pesca.
Personas por unidad de manejo:		5	Persona
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas, se consideran 60 minutos de uso.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 3:	Botes para recorrido	2	dado número de botes para recorrido
Personas por unidad de manejo:		9	persona.
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	horas.
Condición de manejo 4:	Guía de pesca	2	dado en número de guías para pesca
Personas por unidad de manejo:		5	número de usuarios
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 5:	Guía para recorrido	2	dado en número de guías para recorrido en bote
Personas por unidad de manejo:		7	dado en personas por bote
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 6:	Conductor bote de pesca	2	dado en número de conductores para pesca
Personas por unidad de manejo:		5	dado en personas
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.
Condición de manejo 7:	Conductor para recorrido en bote	2	dado en número de conductores para recorrido en bote
Personas por unidad de manejo:		7	dado en personas
Tiempo promedio de uso de la unidad:		1	dado en horas.
Tiempo máximo de apertura o prestación del servicio:		8	dado en horas de atención.

Fuente 25. Elaboración propia, 2021

$$CCE = \frac{VTES}{C_{condición\ de\ manejo}} \times \# \text{ de unidades de la condición de manejo} \times CR$$

$$CM = \frac{CCE}{CCR} \times 100$$

Utilizando la fórmula de CCE y CM se obtuvo los siguientes resultados para cada condición de manejo:

Tabla 11. Resultados Condiciones de Manejo

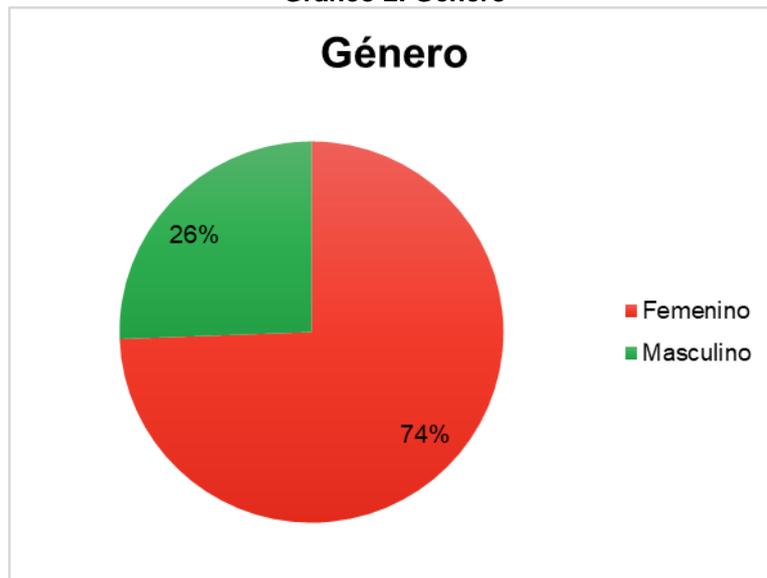
CONDICIÓN DE MANEJO 1:	
Kayaks	
CCE:	112 personas
CM:	1%
CONDICIÓN DE MANEJO 2:	
Botes de pesca	
CCE:	80 personas
CM:	1%
CONDICIÓN DE MANEJO 3:	
Botes para recorrido	
CCE:	144 personas
CM:	2%
CONDICIÓN DE MANEJO 4:	
Guía de pesca	
CCE:	80 personas
CM:	1%
CONDICIÓN DE MANEJO 5:	
Guía para recorrido en bote	
CCE:	80 personas
CM:	1%
CONDICIÓN DE MANEJO 6:	
Conductor bote de pesca	
CCE:	80 personas
CM:	1%
CONDICIÓN DE MANEJO 7:	
Conductor para recorrido en bote	
CCE:	112 personas
CM:	1%

Fuente 26. Elaboración propia, 2021

3.2 Análisis de encuestas

De acuerdo a las encuestas realizadas a 86 personas, con el objetivo de saber si conocían el recinto Puerto Hondo y conocer sus necesidades, se obtuvieron los siguientes resultados.

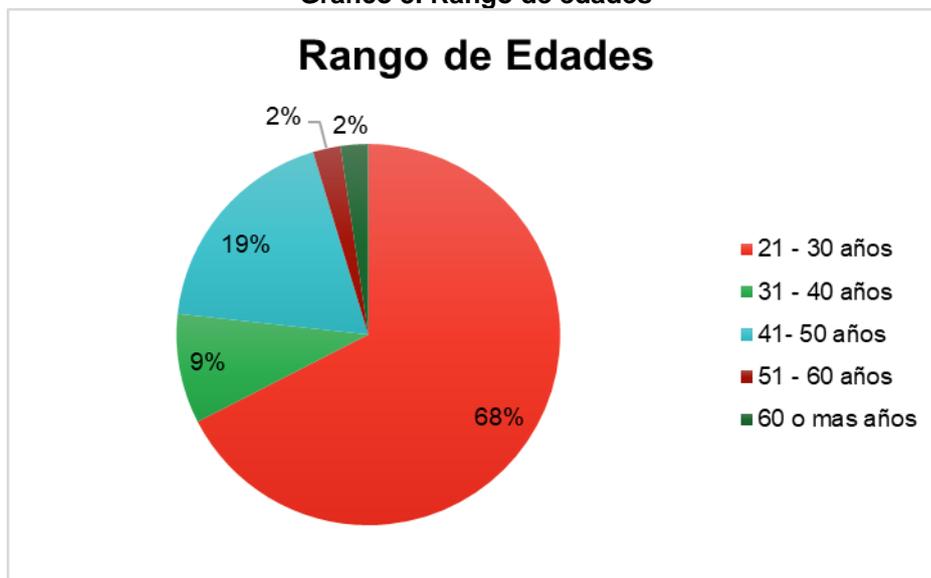
Gráfico 2. Género



Fuente 27. Elaboración propia, 2021

De las 86 personas que realizaron la encuesta el 26% (22) son de género masculino y el 74% (64) son de género femenino, como se puede observar en el gráfico 1.

Gráfico 3. Rango de edades



Fuente 28. Elaboración propia, 2021

En el gráfico 2, se detalla el rango de edades de los encuestados, de los cuales el mayor porcentaje se encuentra entre los 21-30 años, con un porcentaje del 68% (58), luego el segundo porcentaje mayor se encuentra en el 19% (16) que pertenece al rango de edad de 41-50 años; lo que indicaría que son personas que poseen un trabajo y con posibles familias. Prosiguiendo con el análisis con un 9% (8) se encuentra en el rango de 31-40 años y con un 2% (2) se encuentran los rangos de 51-60 años y 60 o más años.

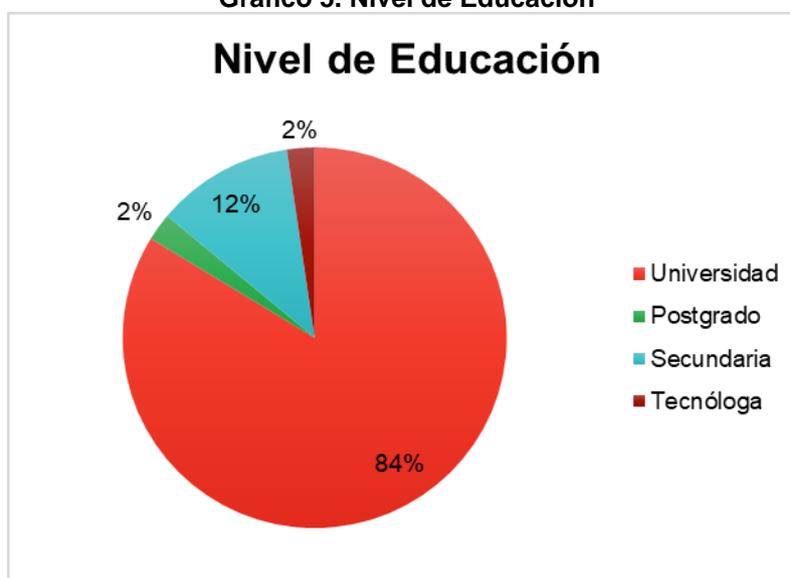
Gráfico 4. Lugar de residencia



Fuente 29. Elaboración propia, 2021

Con respecto al gráfico 3, la mayor cantidad de encuestados se encuentran en la ciudad de Guayaquil y Durán, con un porcentaje del 81% (69) y 13% (11) respectivamente, mientras que el 1% (1) representa a ciudades como Cayambe, Daule, Kazán, Madrid, Portoviejo y Tosagua.

Gráfico 5. Nivel de Educación



Fuente 30. Elaboración propia, 2021

Con respecto al gráfico 4, la mayor formación académica que han recibido los encuestados con un 84% (72) es la Universidad, siguiéndole a esta con un 12% (10) es la secundaria, solo un 2% (2) han terminado un postgrado o un nivel tecnológico.

Gráfico 6. Conformación de grupo de viaje



Fuente 31. Elaboración propia, 2021

Según el gráfico 5, se pudo observar que de las 86 personas encuestadas el 64% (55) viaja en familia, el 19% (16) viaja con amigos, el 14% (12) con su pareja y solo el 3% (3) decide viajar solo.

Gráfico 7. Preferencia de visita a un sitio turístico

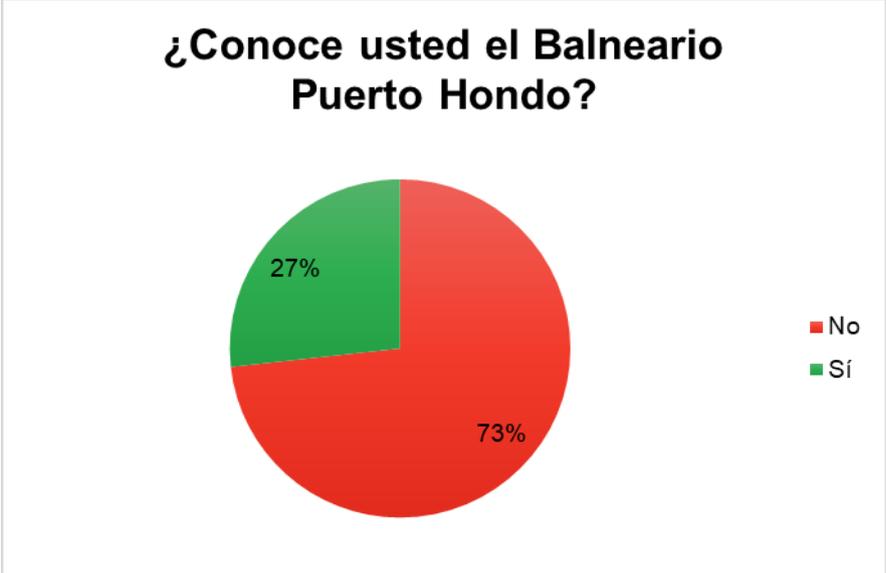


Fuente 32. Elaboración propia, 2021

De acuerdo con el gráfico 6, el 69% (59) de los encuestados si prefiere escoger un lugar de entorno natural al visitar un sitio turístico, mientras que el 30% (26) solo a veces escoge un sitio turístico con un entorno natural y solo un 1% (1) de los encuestado mencionó que no prefiere escoger un sitio con un entorno natural.

En la siguiente parte, dado que era una encuesta virtual se trató de separar a los encuestados en quienes conocían Puerto Hondo y quienes no conocían Puerto Hondo, según la respuesta que marcaban, la encuesta los dirigía a otra sección

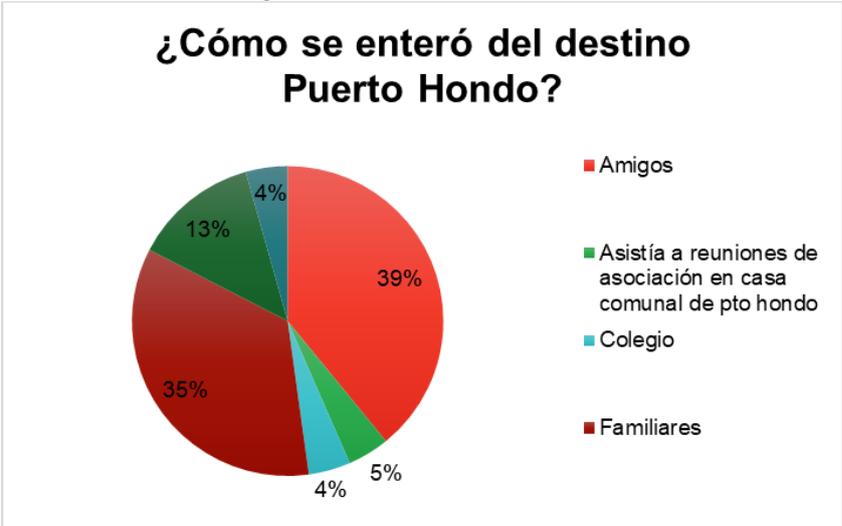
Gráfico 8. ¿Conoce el Balneario de Puerto Hondo?



Fuente 33. Elaboración propia, 2021

De acuerdo con el gráfico 7, de los 86 encuestados, solo el 27% (23) conoce sobre el Balneario de Puerto Hondo, mientras que el 73% (63) de ellos no conoce sobre este sitio. Por lo cual, se puede decir que solo 23 personas conocen sobre Puerto Hondo, mientras que 63 personas desconocen sobre este sitio.

Gráfico 9. ¿Cómo se enteró de Puerto Hondo?

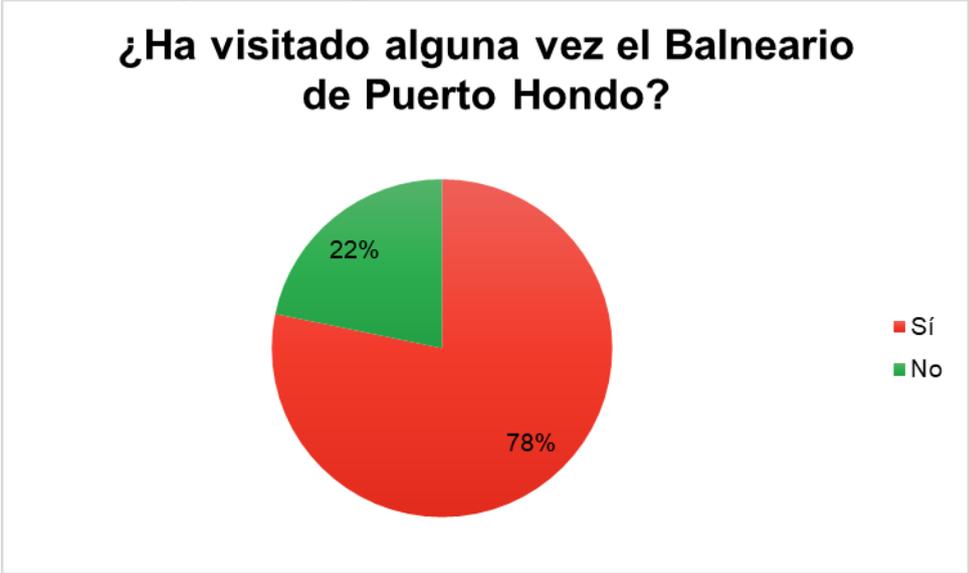


Fuente 34. Elaboración propia, 2021

Teniendo en cuenta la información del gráfico 7, en el cual solo 23 personas conocían Puerto Hondo, en el gráfico 8, se pudo observar que, de las 23 personas, el

39% (9) conoce Puerto Hondo por amigos, el 35% (8) por familiares, el 13% (3) por redes sociales, el 5% (1) por reuniones realizadas en la casa comunal de Puerto Hondo, el 4% (1) por razones del colegio o televisión.

Gráfico 10. ¿Ha visitado alguna vez el Balneario de Puerto Hondo?



Fuente 35. Elaboración propia, 2021

Según el gráfico 9, de las 23 personas que conocen el Balneario de Puerto Hondo, solo el 78% lo ha visitado, mientras que el 22% no lo ha visitado. Por lo cual, solo 18 personas de las 23 personas lo han visitado y 5 personas no; teniendo esto en cuenta y con los datos del gráfico 7, en el cual 63 personas no conocían Puerto Hondo, tenemos que en total 68 personas de las 89 no conocen el Balneario de Puerto Hondo, ni sus alrededores.

Con lo anteriormente mencionado, la encuesta se divide a conocer la opinión y percepción de quienes, si conocen Puerto Hondo y quienes no lo conoce. Tomando como muestra las 18 personas con respecto a quienes conocen Puerto Hondo tenemos los siguientes datos:

Gráfico 11. Ciudad de residencia



Fuente 36. Elaboración propia, 2021

De acuerdo al lugar de residencia, el 83% (15) de los encuestados, viven en Guayaquil, mientras que el 17% restante residen en ciudades como Daule, Durán y Kazán.

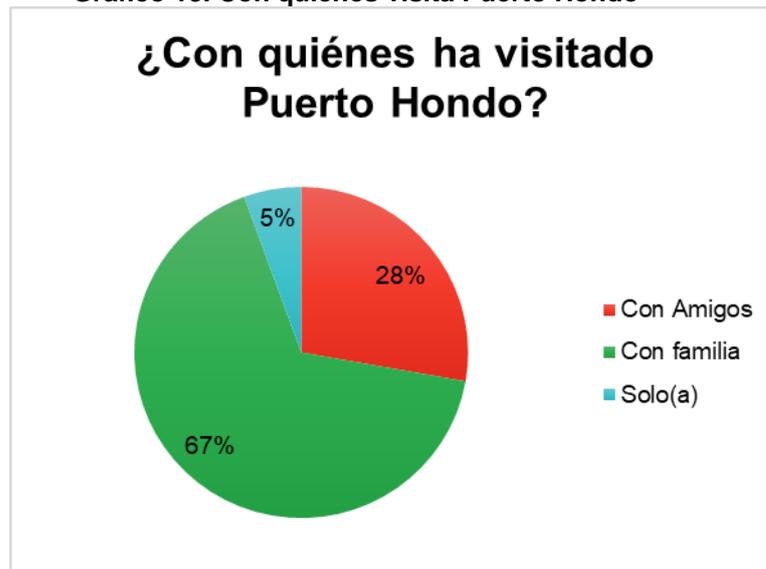
Gráfico 12. Conformación de grupo de viaje



Fuente 37. Elaboración propia, 2021

En relación a la variable de acompañantes de viaje, de los 18 encuestados que han visitado Puerto Hondo, podemos deducir que el 55% (10) han visitado Puerto Hondo en compañía de su familia, el 28% (5) con amigos, y el 17% (3) con su pareja.

Gráfico 13. Con quienes visita Puerto Hondo



Fuente 38. Elaboración propia, 2021

En relación con el gráfico 12, el 67% (12) de los 18 encuestados han visitado Puerto Hondo con su familia, el 28% (5) en compañía de amigos y el 5% (1) solo. Con estos resultados, podemos indicar que Puerto Hondo se lo puede potencializar y promocionar en agencias de viajes como un destino para visitar en familia y amigos.

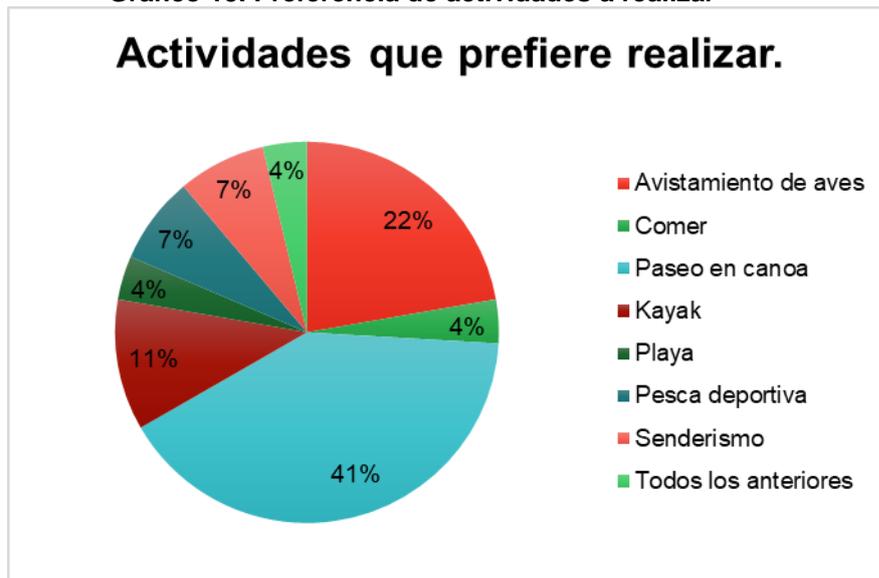
Gráfico 14. Preferencia de entorno turístico



Fuente 39. Elaboración propia, 2021

De acuerdo al gráfico 13, de la muestra de 18 personas que indicaron que han visitado el destino, el 78% (14) de ellas prefieren escoger destinos que tengan un entorno natural, mientras que el 22% (4) a veces consideran este factor al momento de elegir el destino a visitar. Este factor nos indica que si es viable potencializar a Puerto Hondo como un destino sostenible.

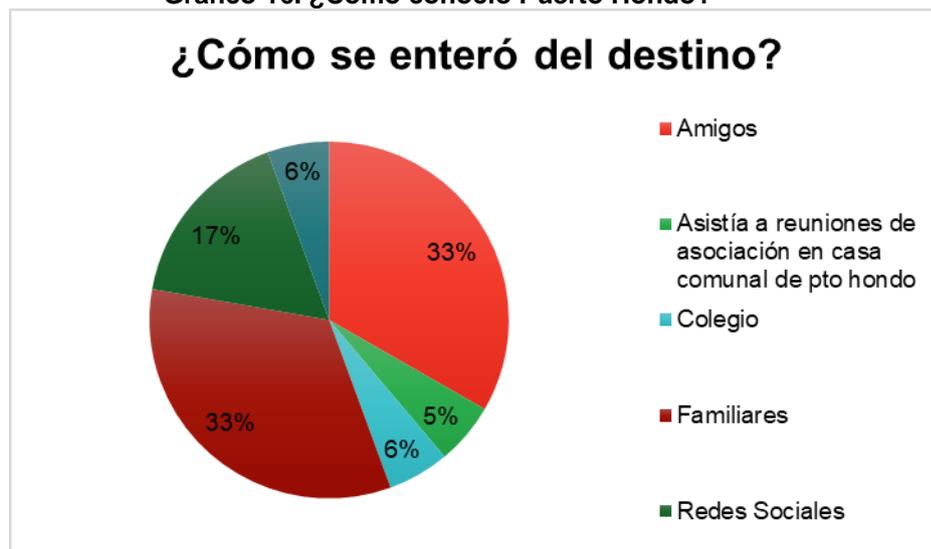
Gráfico 15. Preferencia de actividades a realizar



Fuente 40. Elaboración propia, 2021

Con respecto a las actividades que les gustaría realizar, el 61,11% de las personas eligieron una sola actividad, mientras que el 38,89% prefieren dos o más actividades. La actividad de preferencia de los encuestados es el paseo en canoa con el 41% (11), seguido con un 22% (6) y 11% (6) de avistamiento de aves y practica de kayak respectivamente; con un 7% (2) los encuestados prefieren realizar senderismo o pesca deportiva y con un 4% (1), las actividades de comer, playa, o realizar todas las actividades anteriores.

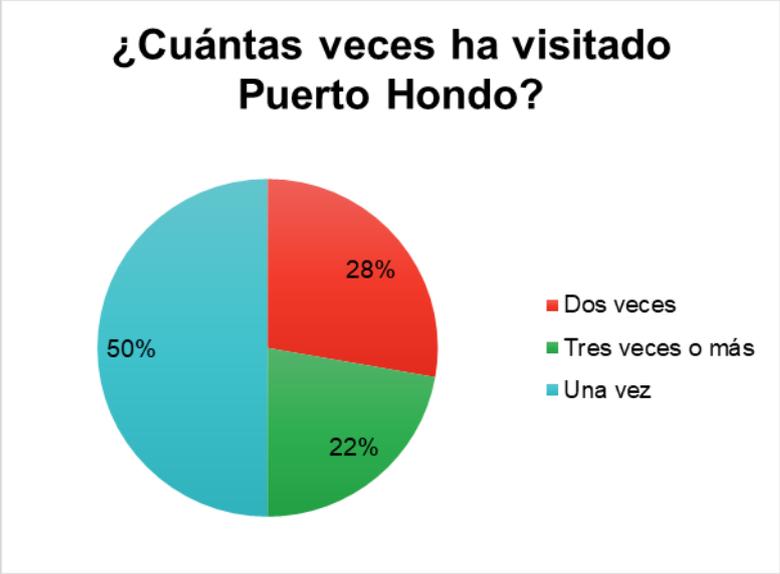
Gráfico 16. ¿Cómo conoció Puerto Hondo?



Fuente 41. Elaboración propia, 2021

De acuerdo al criterio de promoción, el 33% (6) de los encuestados indicaron que conocieron acerca del destino por recomendación de familiares y amigos, el 17% (3) por medio de redes sociales y el 6% (1) por medio de colegio, televisión o asistencia a reuniones en la casa comunal de Puerto Hondo. Esta variable nos permite conocer que, a pesar de estar rodeados de redes sociales, la promoción del destino no se ha dado de una manera correcta, lo cual no permite el conocimiento del mismo por las diferentes redes sociales.

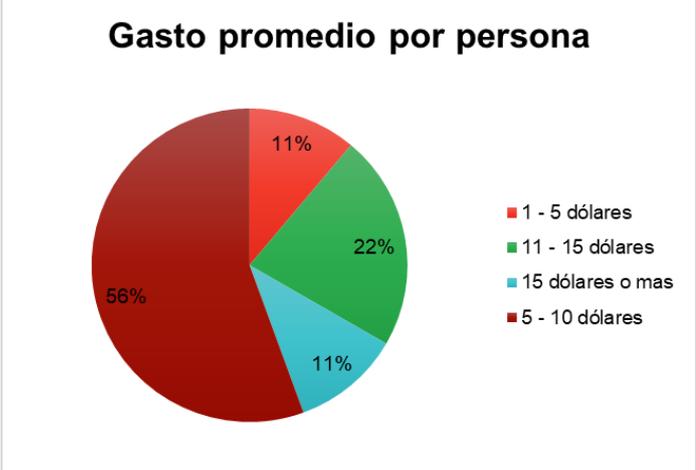
Gráfico 17. Frecuencia de visita de Puerto Hondo



Fuente 42. Elaboración propia, 2021

De acuerdo al gráfico 16, de los 18 encuestados que han visitado Puerto Hondo, el 50% (9) solo ha ido una vez, el 28% (5) dos veces y el 22% (4) han visitado el destino por tres o más veces.

Gráfico 18. Gasto promedio en la visita



Fuente 43. Elaboración propia, 2021

Con respecto al gráfico 17, de las personas que han asistido a Puerto Hondo, el 56% (10) indicaron que su gasto promedio por persona fue de \$5 a \$10 dólares americanos, el 22% (4) gastaron entre \$11 y \$15 dólares y el 11% (1) gastaron entre \$1 y \$5 dólares y el 11% restante más de \$15 dólares.

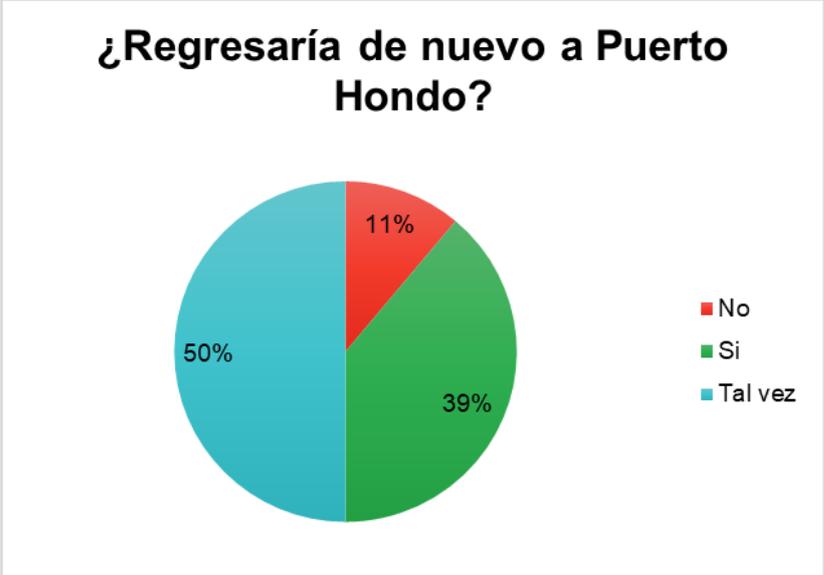
Gráfico 19. Experiencia del visitante



Fuente 44. Elaboración propia, 2021

De acuerdo al gráfico de experiencia en el sitio, el 50% (9) indicaron que Puerto Hondo estuvo de acuerdo a sus expectativas, para el 33% (6) la experiencia fue neutral, el 11% (2) indicó que Puerto Hondo no superó sus expectativas y solo el 6% (1) reveló que el destino superó sus expectativas.

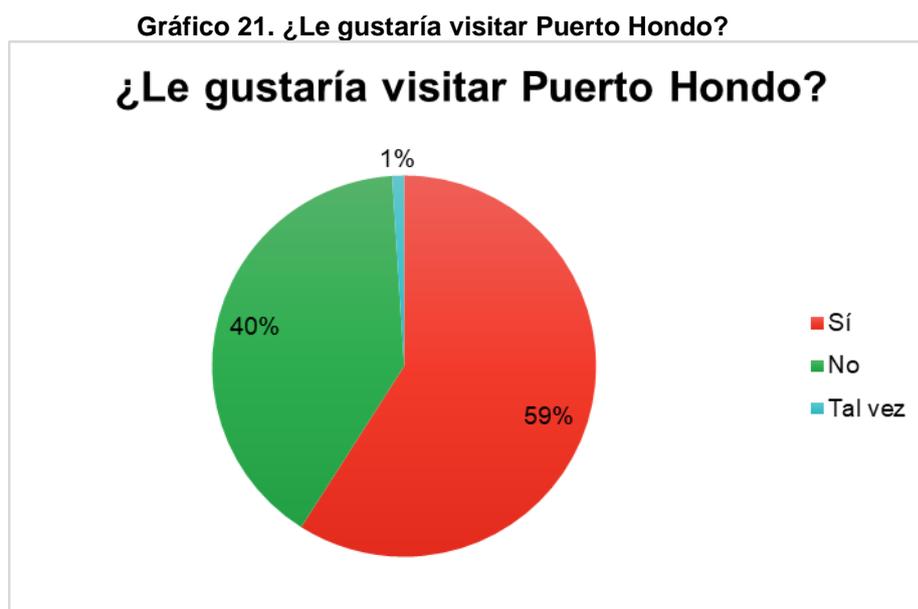
Gráfico 20. Visitaría de nuevo el sitio



Fuente 45. Elaboración propia, 2021

Finalmente, los encuestados que han visitado Puerto Hondo indicaron que el 50% (9) tal vez regresarían a visitarlo, el 39% (7) aseguró volver a visitarlo y el 11% (2) no regresaría a Puerto Hondo.

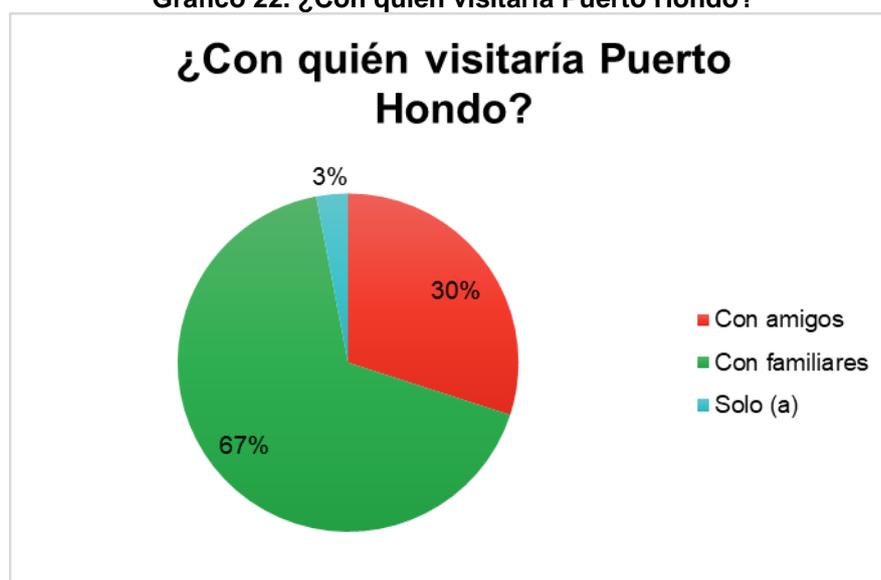
Siguiendo con los datos obtenidos de quienes no conocen Puerto Hondo tenemos los siguientes.



Fuente 46. Elaboración propia, 2021

De acuerdo con el gráfico, de las 68 personas que respondieron no conocer el Puerto Hondo, el 59% si le gustaría visitarlo, el 40% tal vez lo visitaría y solo el 1% respondió que no visitaría el sitio. Teniendo en cuenta estos datos se descartó al 1% que no visitaría Puerto Hondo, dado que no formaría parte de la investigación. Por lo cual, se contarán con 67 personas realmente en esta parte del estudio.

Gráfico 22. ¿Con quién visitaría Puerto Hondo?



Fuente 47. Elaboración propia, 2021

Con respecto al gráfico, de las 67 personas, el 67% menciono que visitaría Puerto Hondo con su familia, el 30% con amigos y solo el 3% los visitaría solo. A las personas que respondían que visitarían Puerto Hondo con su familia se les pedía indicar cuantos serían los integrantes de su familia con los que iría. A continuación, se muestra el resultado.

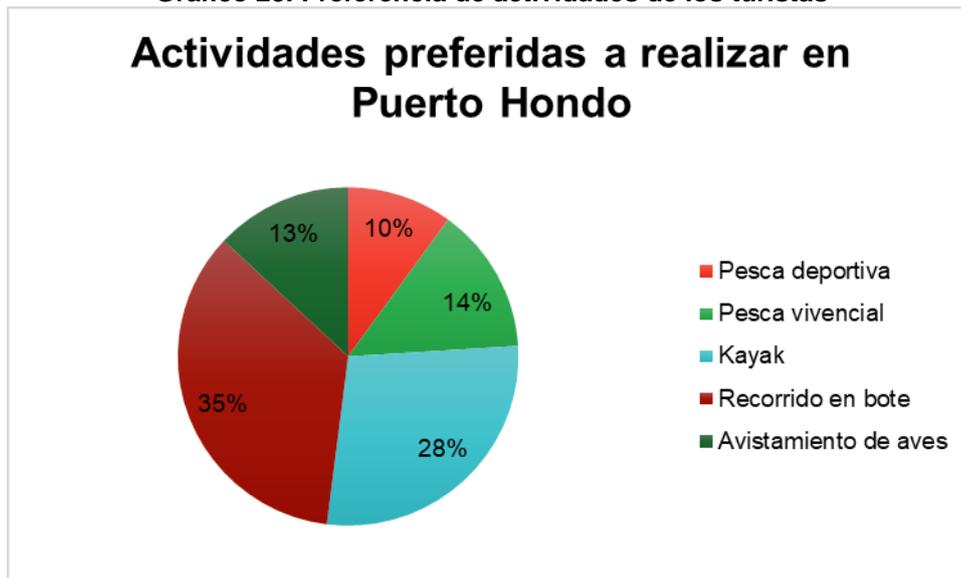
Tabla 12. Número de integrantes que componen la familia

Número de integrantes que componen la familia	Si su respuesta anterior fue con familiares, indique el número de familiares con los que iría
4	15
5	10
6	8
7	4
8	5
9	2
12	1
Total	45

Fuente 48. Elaboración propia, 2021

Los datos obtenidos muestran que, 45 personas irían con sus familias y en su mayoría su familia se encuentra compuesta entre 6 a 4 integrantes. Además, demuestra que hay familias compuestas por más de 6 personas, es decir, de 7 a 12 integrantes.

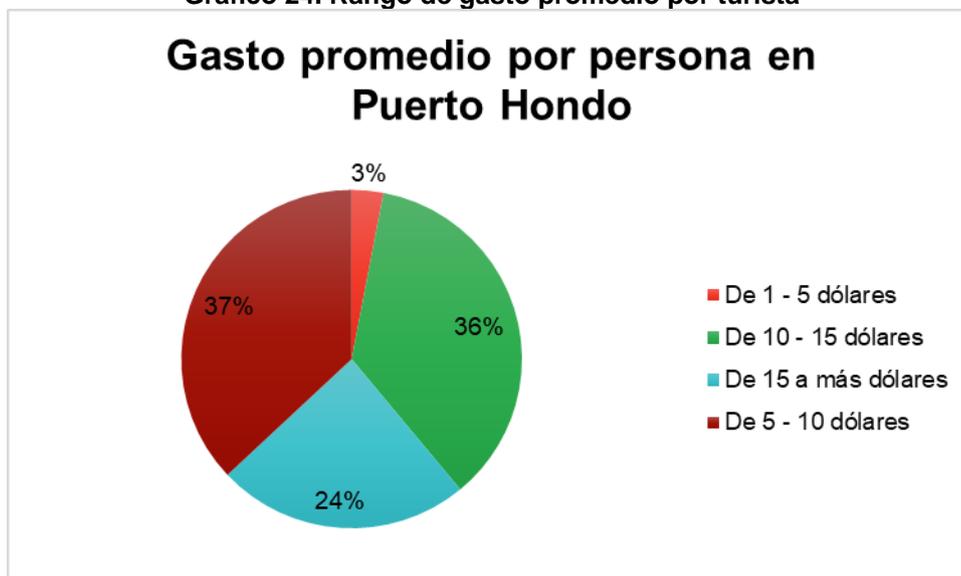
Gráfico 23. Preferencia de actividades de los turistas



Fuente 49. Elaboración propia, 2021

De acuerdo al gráfico, los turistas que visitarían Puerto Hondo, tienen más preferencia a realizar actividades como recorridos en bote con un 35%, kayak con un 28%, pesca vivencial con un 14%, avistamiento de aves con un 13% y pesca deportiva con un 10%. Por lo cual, se puede decir que las tres principales actividades con mayor preferencia son: recorridos en botes, kayak y pesca vivencial.

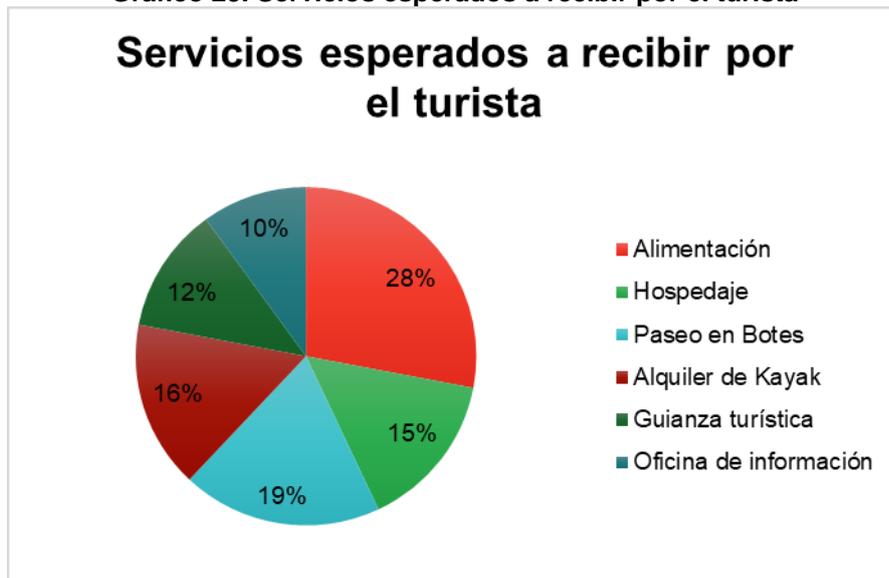
Gráfico 24. Rango de gasto promedio por turista



Fuente 50. Elaboración propia, 2021

Según el gráfico, los turistas el mayor gasto que estarían dispuestos a realizar esta entre 5-10 dólares con un porcentaje del 37%, seguido del 36% que representa al rango de 10-15 dólares, el 24% representa al rango de 15 a más dólares y solo un 3% estaría dispuesto a pagar de 1-5 dólares.

Gráfico 25. Servicios esperados a recibir por el turista



Fuente 51. Elaboración propia, 2021

Según el gráfico, el servicio con el que más desean contar los turistas que visitarían Puerto Hondo es el de alimentación con un 18%, con un 19% se encuentra el de paseos en botes, 16% el alquiler de kayaks, con un 15% el servicio de hospedaje, con un 12% el servicio de guianza turística y con un 10% el servicio de una oficina de información. Por lo cual, los tres servicios principales a ofertar serían: alimentación, alquiler de kayaks y paseos en botes.

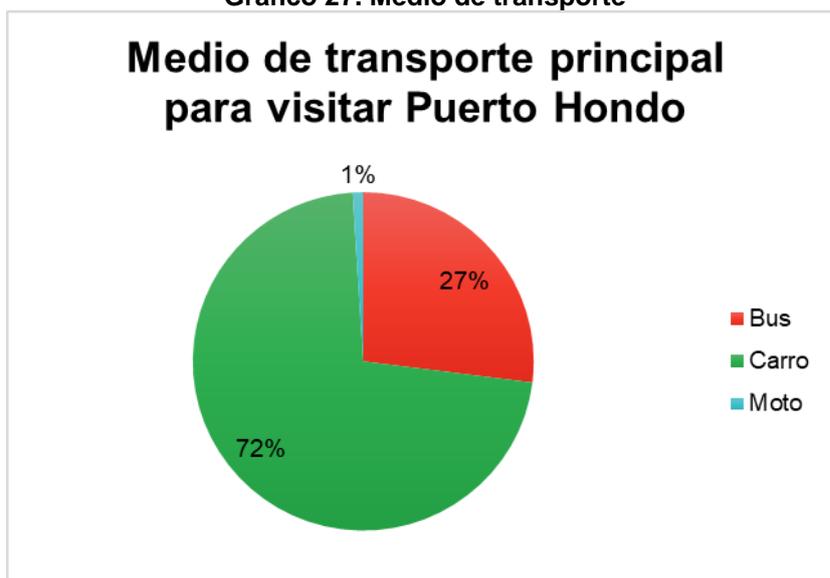
Gráfico 26. Frecuencia de visita anual



Fuente 52. Elaboración propia, 2021

De acuerdo con el gráfico, la frecuencia de visita al sitio por persona sería el 61% 1 vez al año, el 30% 2 veces al año y solo un 9% visitaría 3 o más veces Puerto Hondo.

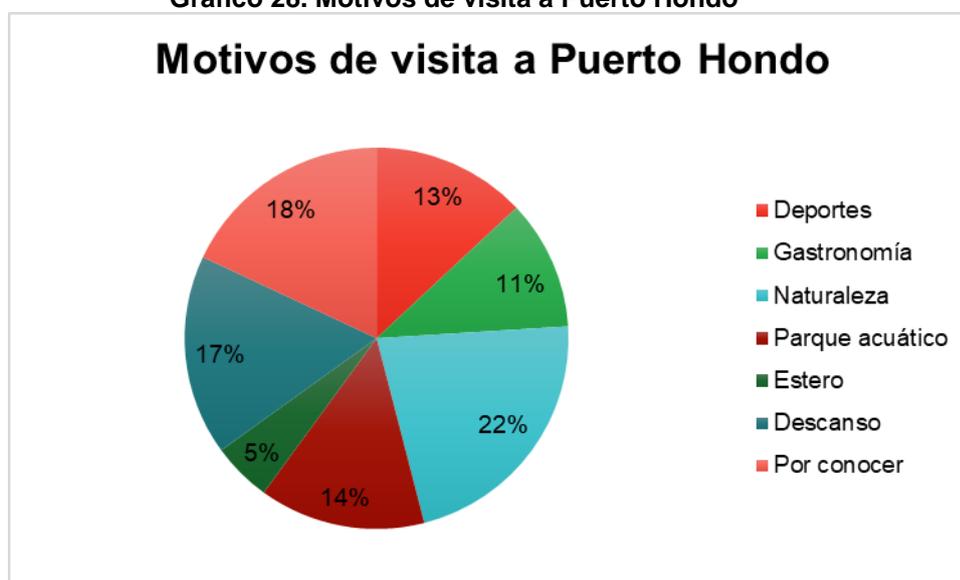
Gráfico 27. Medio de transporte



Fuente 53. Elaboración propia, 2021

El gráfico, nos muestra que el principal medio de transporte que utilizan los encuestados para transportarse a Puerto Hondo sería con un 72% en carro, el 27% utilizaría bus y solo el 1% en moto.

Gráfico 28. Motivos de visita a Puerto Hondo



Fuente 54. Elaboración propia, 2021

Según el gráfico las tres principales motivaciones que tendrían los visitantes para ir a Puerto Hondo serían, por la naturaleza con un 22%, el 17% iría a Puerto Hondo por descanso y el 14% iría a Puerto Hondo para conocerlo.

3.2.1 Perfil de visitante y oferta turística

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas y a las visitas realizadas in situ en Puerto Hondo, podemos definir que tiene el mercado a atender es el local y este a su vez se divide en dos segmentos de mercado potenciales con necesidades y características diferentes.

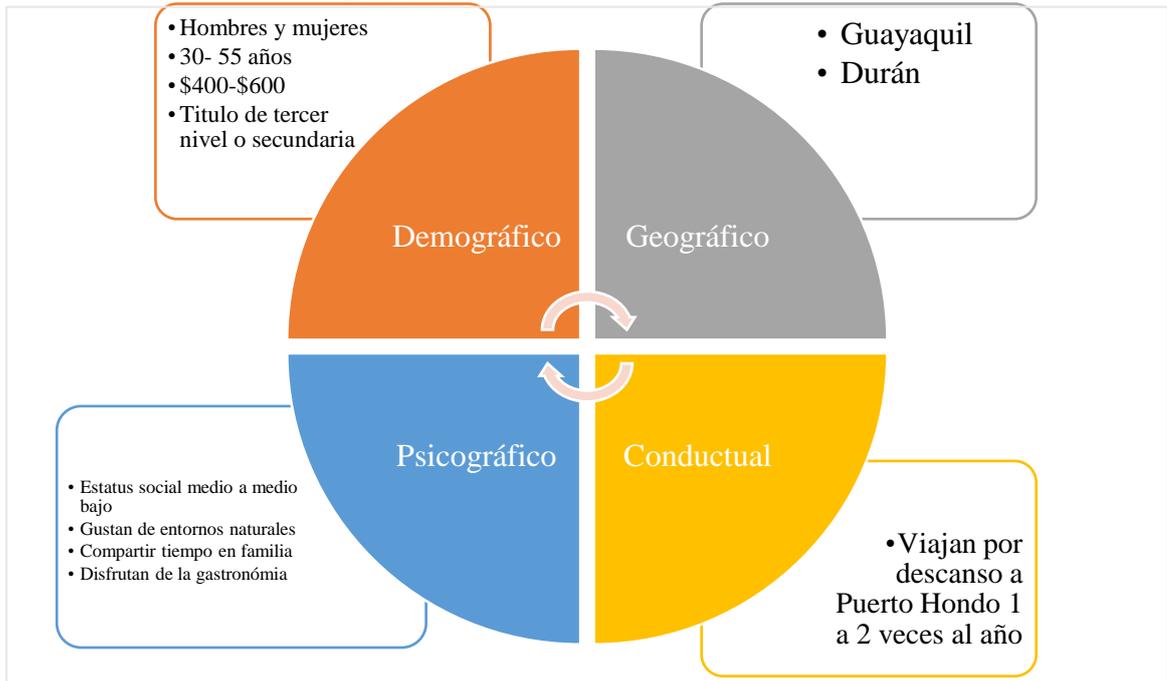
Gráfico 29. Segmentos de mercado



Fuente 55. Elaboración propia, 2021

Los turistas que visitan Puerto Hondo para descansar, por lo general acuden con familia, para disfrutar del Mirador, de bañarse en el estero, pasar un rato de descanso y disfrutar de la gastronomía que se ofrece en Puerto Hondo y su gasto promedio en el lugar sería de 5 dólares a 15 dólares.

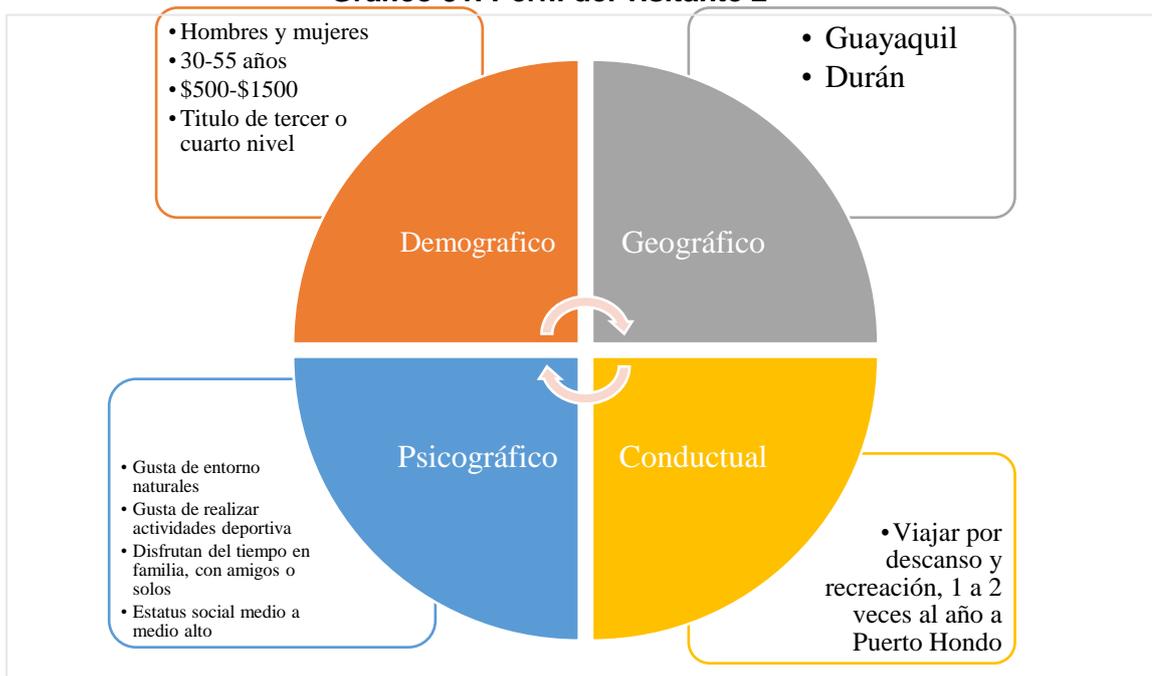
Gráfico 30. Perfil de visitante 1



Fuente 56. Elaboración propia, 2021

Por otro lado, los turistas que visitan Puerto Hondo para realizar actividades a más de descansar, suelen acudir en familia, amigos o solos; buscan realizar actividades como kayak, recorridos en botes, pesca deportiva y hacen uso de los servicios de alimentación, guianza y alquiler de kayaks. Su gasto promedio esta entre los 10 dólares a más de 15 dólares en el sitio.

Gráfico 31. Perfil del visitante 2



Fuente 57. Elaboración propia, 2021

En cuanto a lo que se refiere a la posible oferta de servicios y productos en Puerto Hondo, teniendo en cuenta las preferencias de los turistas y sus necesidades se ofrecería en cuanto a actividades a realizar: recorridos en botes, practica de kayak, avistamiento de aves (junto con el recorrido en bote) y pesca deportiva. En cuanto a lo que respecta a la oferta de servicios serian: alimentación, guianza turística (ofrecido para la actividad de recorrido en bote), alquiler de kayak y por encontrarse en un área protegida es importante que se encuentre un centro de información.

Tabla 13. Servicios y actividades a ofertar

Actividades	Servicios
<ul style="list-style-type: none"> • Recorridos en botes • Práctica de kayak • Avistamiento de aves • Pesca deportiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación • Alquiler de kayak • Guianza turística

Fuente 58. Elaboración propia, 2021

3.3 Plan de inversiones

3.3.1 Inversión inicial del proyecto

3.3.1.1 Inversión

De acuerdo al trabajo de Gutiérrez (2018) define a la inversión como:

Es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad. Ejemplo: maquinaria, equipo, obras públicas, bonos, títulos, valores, etc. Comprende la formación bruta de capital fijo (FBKF) y la variación de existencias de bienes generados en el interior de una economía. Adquisición de valores o bienes de diversa índole para obtener beneficios por la tenencia de los mismos que en ningún caso comprende gastos o consumos, que sean por naturaleza opuestos a la inversión (p.138)

A continuación, se detalla la inversión inicial que cada MiPymes turística necesitara para iniciar sus actividades

- **Activo Fijo (tangible):** Se encuentran los terrenos, maquinarias, equipos, herramientas, etc.
- **Activo intangible:** Se encuentran los rubros para gestión del proyecto, marcas, publicidad, estudios, contratos de servicios, etc.
- **Capital de Trabajo:** El capital de trabajo, hace referencia a como se administran los activos circulantes como: valores negociables, los inventarios, las cuentas por cobrar, entre otros. Asimismo, hace referencia a la administración del pasivo circulante. También se lo suele llamar como administración del capital de trabajo.
 - ✓ En este caso el capital de trabajo hace referencia al dinero que se necesita para que no cese el proyecto.
 - ✓ El tiempo para el cálculo del capital de trabajo es 3 meses

Inversión total en MiPymes de Recorridos en Bote

Tabla 14. Tabla de inversión total inicial Recorridos en Bote.

INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión fija		
Equipo y maquinaria	\$10.760,00	
Extras	\$60,00	
Subtotal	\$10.820,00	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$541,00	
Total	\$11.361,00	
Inversión en intangibles		
Gastos de Publicidad	\$3.283,07	
Gastos de Constitución	\$1.450,00	
Subtotal	\$4.733,07	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$236,65	
Total Activos Intangibles	\$4.969,72	
Inversión Capital de Trabajo		
Desembolsos varios	\$2.436,00	
Sueldos y Salarios	\$9.675,00	
Beneficios sociales	\$3.817,70	
Subtotal	\$15.928,70	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$796,44	
Total Capital de Trabajo	\$16.725,14	
Inversión total		
Inversión Fija	\$11.361,00	34%
Inversión Intangibles	\$4.969,72	15%
Inversión en Capital del Trabajo	\$16.725,14	51%
Total	\$33.055,86	100%

Fuente 59. Elaboración propia, 2021

El desglose de los valores a invertir para la microempresa turística se muestra a continuación:

Tabla 15. Maquinarias y equipos

EQUIPOS Y MAQUINARIAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Embarcaciones	2	\$3.000,00	\$6.000,00
Chalecos salvavidas	20	\$30,00	\$600,00
Motor Fuera de Borda Suzuki (gasolina)	2	\$2.000,00	\$4.000,00
Cuerdas	4	\$40,00	\$160,00
TOTAL			\$10.760,00

Fuente 60. Elaboración propia, 2021

Tabla 16. Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Trámites legales	\$100,00
Permisos de funcionamiento, Ministerio de Turismo	\$200,00
Patente Municipal	\$150,00
Permiso de Medio Ambiente	\$500,00
Otros	\$500,00
TOTAL	\$1.450,00

Fuente 61. Elaboración propia, 2021

Tabla 17. Gastos sueldos

GASTOS SUELDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos	\$3.225,00
Horas extras	\$0,00
Horas suplementarias	\$0,00
Comisiones	\$0,00
TOTAL	\$3.225,00

Fuente 62. Elaboración propia, 2021

Tabla 18. Desembolsos Varios

DESEMBOLSOS VARIOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de Mantenimiento	\$120,00
Combustible	\$1.440,00
Aceite	\$576,00
Servicios Básicos	\$300,00
TOTAL	\$2.436,00

Fuente 63. Elaboración propia, 2021

Tabla 19. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos y salarios	\$9.675,00
Desembolsos varios	\$2.436,00
TOTAL	\$12.111,00

Fuente 64. Elaboración propia, 2021

Tabla 20. Aportación IESS

APORTACIÓN IESS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Ap. Patronal IESS (12,15%)	\$391,84
TOTAL	\$391,84

Fuente 65. Elaboración propia, 2021

Tabla 21. Beneficios Sociales

BENEFICIOS SOCIALES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Décimo tercer sueldo	\$268,75
Décimo cuarto sueldo	\$141,67
Vacaciones	\$134,38
Fondo de reserva	\$268,75
Desahucio	\$67,19
TOTAL	\$880,73

Fuente 66. Elaboración propia, 2021

Tabla 22. Gastos Extras

EXTRAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Botiquín de primeros auxilios	2	\$25,00	\$50,00
Extintor	1	\$10,00	\$10,00
TOTAL			\$60,00

Fuente 67. Elaboración propia, 2021

Tabla 23. Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
agua	\$ 25,00
luz	\$ 50,00
teléfono	\$ 25,00
TOTAL	\$ 100,00

Fuente 68. Elaboración propia, 2021

Inversión total en MiPymes de Alquiler de Kayak

Tabla 24. Inversión total inicial

INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión fija		
Equipo y maquinaria	\$4.785,00	
Extras	\$60,00	
Subtotal	\$4.845,00	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$242,25	
Total	\$5.087,25	
Inversión en intangibles		
Gastos de Publicidad	\$3.283,07	
Gastos de Constitución	\$1.450,00	
Subtotal	\$4.733,07	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$236,65	
Total Activos Intangibles	\$4.969,72	
Inversión Capital de Trabajo		
Desembolsos varios	\$330,00	
Sueldos y Salarios	\$5.850,00	
Beneficios sociales	\$2.370,15	
Subtotal	\$8.550,15	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$427,51	
Total Capital de Trabajo	\$8.977,66	
Inversión total		
Inversión Fija	\$5.087,25	27%
Inversión Intangibles	\$4.969,72	26%
Inversión en Capital del Trabajo	\$8.977,66	47%
Total	\$19.034,63	100%

Fuente 69. Elaboración propia, 2021

El desglose de los valores a invertir para la microempresa turística se muestra a continuación:

Tabla 25. Equipo y maquinarias

EQUIPOS Y MAQUINARIAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Kayak simple con remo y chaleco	7	\$545,00	\$3.815,00
Chalecos salvavidas	7	\$0,00	\$0,00
Remos	7	\$0,00	\$0,00
Cuerdas	4	\$40,00	\$160,00
Rack para kayak	2	\$300,00	\$600,00
Cascos	7	\$30,00	\$210,00
TOTAL			\$4.785,00

Fuente 70. Elaboración propia, 2021

El total de equipos y maquinarias a invertir en el negocio es de \$4.785,00 dólares, los cuales son invertidos en la compra de siete kayaks mismos que vienen con chalecos y

remos, mismas cuya capacidad es de 1 persona, adicional, se necesita la compra de 2 rack para kayaks, siete cascos y cuatro cuerdas.

Tabla 26. Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Trámites legales	\$100,00
Permisos de funcionamiento, Ministerio de Turismo	\$200,00
Patente Municipal	\$150,00
Permiso de Medio Ambiente	\$500,00
Otros	\$500,00
TOTAL	\$1.450,00

Fuente 71. Elaboración propia, 2021

Los gastos de constitución suman un total de \$1.450,00 dólares en los cuales se incluyen el gasto por trámites legales, los permisos de funcionamiento por parte del Ministerio de Turismo, la Patente Municipal y los permisos de Medio Ambiente. Adicional, incluimos una sesión de otros, misma que es por gastos extras que se pueden presentar.

Tabla 27. Desembolsos varios

DESEMBOLSOS VARIOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de Mantenimiento	\$30,00
Servicios Básicos	\$300,00
TOTAL	\$330,00

Fuente 72. Elaboración propia, 2021

Con respecto a desembolsos varios, el total es de \$330 dólares, mismos que son destinados a gasto de mantenimiento de los equipos y gastos de servicios básicos.

Tabla 28. Gastos Sueldos

GASTOS SUELDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos	\$1.950,00
Horas extras	\$0,00
Horas suplementarias	\$0,00
Comisiones	\$0,00
TOTAL	\$1.950,00

Fuente 73. Elaboración propia, 2021

Tabla 29. Gastos servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Agua	\$ 25,00

Luz	\$ 50,00
Teléfono	\$ 25,00
TOTAL	\$ 100,00

Fuente 74. Elaboración propia, 2021

Tabla 30. Gastos aportación IESS

APORTACIÓN IESS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Ap. Patronal IESS (12,15%)	\$236,93
TOTAL	\$236,93

Fuente 75. Elaboración propia, 2021

Tabla 31. Gastos Extras

EXTRAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Botiquín de primeros auxilios	2	\$25,00	\$50,00
Extintor	1	\$10,00	\$10,00
TOTAL			\$60,00

Fuente 76. Elaboración propia, 2021

Tabla 32. Gastos beneficios sociales

BENEFICIOS SOCIALES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Décimo tercer sueldo	\$162,50
Décimo cuarto sueldo	\$106,25
Vacaciones	\$81,25
Fondo de reserva	\$162,50
Desahucio	\$40,63
TOTAL	\$553,13

Fuente 77. Elaboración propia, 2021

Tabla 33. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos y salarios	\$5.850,00
Desembolsos varios	\$330,00
TOTAL	\$6.180,00

Fuente 78. Elaboración propia, 2021

Inversión total en MiPymes de Pesca deportiva

Tabla 34. Inversión total inicial

INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión fija		
Equipo y maquinaria	\$5.410,00	
Extras	\$60,00	
Subtotal	\$5.470,00	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$273,50	
Total	\$5.743,50	
Inversión en intangibles		
Gastos de Publicidad	\$3.283,07	
Gastos de Constitución	\$1.450,00	
Subtotal	\$4.733,07	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$236,65	
Total Activos Intangibles	\$4.969,72	
Inversión Capital de Trabajo		
Desembolsos varios	\$330,00	
Sueldos y Salarios	\$9.675,00	
Beneficios sociales	\$3.817,70	
Subtotal	\$13.822,70	
Imprevistos (5% del subtotal)	\$691,14	
Total Capital de Trabajo	\$14.513,84	
Inversión total		
Inversión Fija	\$5.743,50	23%
Inversión Intangibles	\$4.969,72	20%
Inversión en Capital del Trabajo	\$14.513,84	58%
Total	\$25.227,06	100%

Fuente 79. Elaboración propia, 2021

El desglose de los valores a invertir para la microempresa turística se muestra a continuación:

Tabla 35. Gastos de Equipo y Maquinaria

EQUIPOS Y MAQUINARIAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Botes para pesca	2	\$900,00	\$1.800,00
Chalecos salvavidas	15	\$30,00	\$450,00
Caña de pesca	15	\$150,00	\$2.250,00
Anzuelos	50	\$3,00	\$150,00
Hilo de pesca	15	\$40,00	\$600,00

Remos	4	\$40,00	\$160,00
TOTAL			\$5.410,00

Fuente 80. Elaboración propia, 2021

Tabla 36. Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Trámites legales	\$100,00
Permisos de funcionamiento, Ministerio de Turismo	\$200,00
Patente Municipal	\$150,00
Permiso de Medio Ambiente	\$500,00
Otros	\$500,00
TOTAL	\$1.450,00

Fuente 81. Elaboración propia, 2021

Tabla 37. Gastos Sueldos

GASTOS SUELDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos	\$3.225,00
Horas extras	\$0,00
Horas suplementarias	\$0,00
Comisiones	\$0,00
TOTAL	\$3.225,00

Fuente 82. Elaboración propia, 2021

Tabla 38. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos y salarios	\$9.675,00
Desembolsos varios	\$330,00
TOTAL	\$10.005,00

Fuente 83. Elaboración propia, 2021

Tabla 39. Aportación IESS

APORTACIÓN IESS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Ap. Patronal IESS (12,15%)	\$391,84
TOTAL	\$391,84

Fuente 84. Elaboración propia, 2021

Tabla 40. Beneficios Sociales

BENEFICIOS SOCIALES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Décimo tercer sueldo	\$268,75
Décimo cuarto sueldo	\$141,67
Vacaciones	\$134,38

Fondo de reserva	\$268,75
Desahucio	\$67,19
TOTAL	\$880,73

Fuente 85. Elaboración propia, 2021

Tabla 41. Desembolsos Varios

DESEMBOLSOS VARIOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de Mantenimiento	\$30,00
Servicios Básicos	\$300,00
TOTAL	\$330,00

Fuente 86. Elaboración propia, 2021

Tabla 42. Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Agua	\$ 25,00
Luz	\$ 50,00
Teléfono	\$ 25,00
TOTAL	\$ 100,00

Fuente 87. Elaboración propia, 2021

Tabla 43. Gastos extras

EXTRAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Botiquín de primeros auxilios	2	\$25,00	\$50,00
Extintor	1	\$10,00	\$10,00
TOTAL			\$60,00

Fuente 88. Elaboración propia, 2021

Con respecto a los gastos de publicidad de las 3 MiPymes, tendrán los mismos gastos de inversión, los cuales se desglosan en la siguiente tabla

Tabla 44. Gastos de Publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Valla publicitaria	\$6.466,13
Publicidad en redes sociales	\$50,00
TOTAL	\$6.516,13

Fuente 89. Elaboración propia, 2021

Con respecto a los valores de la valla publicitaria, mientras se realizaba el costeo en el mercado se encontró que una valla cuya publicidad este de ambos lados, con duración de 1 año cuesta \$19.398,40; este valor se lo decidió dividir para las tres MiPymes, dando un valor de \$6.466,13, siendo este el valor que cada MiPymes deberá aportar para la valla publicitaria. Asimismo, el proveedor de la valla nos indicó que el

pago total de la misma se puede hacer 50% prepagado y el otro 50% se puede diferir hasta 3 meses y por renovación de la valla luego de pasar el año de duración en caso de que se necesite cambiar lona el pago sería \$800.

3.3.2 Costos Fijos y Variables

3.3.2.1 Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa tiene que asumir siempre, a su vez estos costos no se ven afectados por la producción de la empresa, ya que son obligatorios para que la empresa realice sus actividades. A continuación, se detalla el valor de los costos de cada microempresa.

Para la microempresa de recorridos en botes los costos fijos son:

Tabla 45. Microempresa de Recorridos en botes

COSTOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos	\$38.700,00
Décimo tercer sueldo	\$3.225,00
Décimo cuarto sueldo	\$1.700,00
Aporte Patronal IESS (12,15%)	\$4.702,05
Fondos de Reserva	\$3.225,00
Vacaciones	\$1.612,50
Desahucio	\$806,25
Mantenimiento de embarcación	\$120,00
Servicios básicos (agua, luz, etc)	\$1.200,00
Depreciación	\$1.152,00
Publicidad(valla)	\$1.000,00
Publicidad (redes sociales)	\$600,00
Honorarios (contador)	\$3.000,00
Amortización	\$145,00
Obligaciones turísticas	\$13,00
TOTAL	\$61.200,80

Fuente 90. Elaboración propia, 2021

Para la microempresa de alquiler de kayak los costos fijos son los siguientes

Tabla 46. Microempresa de alquiler de kayaks

COSTOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos	\$23.400,00
Décimo tercer sueldo	\$1.950,00
Décimo cuarto sueldo	\$1.275,00
Aporte Patronal IESS (12,15%)	\$2.843,10
Fondos de Reserva	\$1.950,00
Vacaciones	\$975,00
Desahucio	\$487,50
Servicios básicos (agua, luz, etc.)	\$1.200,00
Depreciación	\$659,50
Publicidad(valla)	\$1.000,00
Publicidad (redes sociales)	\$600,00
Honorarios (contador)	\$3.000,00
Amortización	\$145,00
Obligaciones turísticas	\$7,70
TOTAL	\$39.492,80

Fuente 91. Elaboración propia, 2021

Para la microempresa de pesca deportiva los costos fijos son los siguientes:

Tabla 47. Microempresa de pesca deportiva

COSTOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos	\$38.700,00
Décimo tercer sueldo	\$3.225,00
Décimo cuarto sueldo	\$1.700,00
Aporte Patronal IESS (12,15%)	\$4.702,05
Fondos de Reserva	\$3.225,00
Vacaciones	\$1.612,50
Desahucio	\$806,25
Servicios básicos (agua, luz, etc)	\$1.200,00
Depreciación	\$782,00
Publicidad(valla)	\$1.000,00
Publicidad (redes sociales)	\$600,00
Honorarios (contador)	\$3.000,00
Amortización	\$145,00
Obligaciones turísticas	\$7,64
TOTAL	\$60.705,44

Fuente 92. Elaboración propia, 2021

3.3.2.2 Costos Variables

Los costos variables, son aquellos que van a depender de la producción que realice la empresa, es decir, si reduce la producción reducen los costos variables y si

aumenta la producción los costos aumentan. A continuación, se muestra los costos variables para cada MiPymes turística.

Los costos variables para la microempresa de recorridos en bote son:

Tabla 48. Costos Variables: Microempresa de recorridos en bote

COSTOS VARIABLES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Horas extras	\$0,00
Horas suplementarias	\$0,00
Combustible	\$6.566,40
Aceite	\$2.626,56
TOTAL	\$9.192,96

Fuente 93. Elaboración propia, 2021

Los costos variables para la microempresa de alquiler de kayaks son:

Tabla 49. Costos Variables: Microempresa de Alquiler de Kayaks

COSTOS VARIABLES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Horas extras	\$0,00
Horas suplementarias	\$0,00
Mantenimiento de kayaks	\$120,00
TOTAL	\$120,00

Fuente 94. Elaboración propia, 2021

Los costos variables para la microempresa de pesca deportiva son:

Tabla 50. Costos variables: microempresa de pesca deportiva

COSTOS VARIABLES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Horas extras	\$0,00
Horas suplementarias	\$0,00
Mantenimiento de Botes	\$120,00
Cambio de hilo	\$480,00
TOTAL	\$600,00

Fuente 95. Elaboración propia, 2021

3.3.3 Depreciación

Según Unda (2006), la depreciación es “dejar en el valor real los activos que posee una empresa ya que los mismos se van desgastando por el paso del tiempo por el uso, mal uso, a la vez que se va registrando el gasto por el uso, se va obteniendo una reserva con la finalidad de reponer dichos bienes al finalizar la vida útil”. A continuación, se muestra la depreciación para cada uno de las microempresas

Depreciación de la MiPymes de recorridos en botes

Tabla 51. Depreciación de equipos para microempresa de recorridos en botes

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	VIDA UTIL	CUOTA DE DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR SALVAMENTO
Embarcaciones	2	\$3.000,00	\$6.000,00	10	\$600,00	\$3.000,00
Chalecos salvavidas	20	\$30,00	\$600,00	5	\$120,00	\$800,00
Motor fuera de borda Suzuki(gasolina)	2	\$2.000,00	\$4.000,00	10	\$400,00	\$2.000,00
Cuerdas	4	\$40,00	\$160,00	5	\$32,00	\$80,00
TOTAL					\$1.152,00	\$5.880,00

Fuente 96. Elaboración propia, 2021

Depreciación de la MiPymes de alquiler de kayaks

Tabla 52. Depreciación de equipos para microempresa de alquiler de kayaks

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	VIDA UTIL	CUOTA DE DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR SALVAMENTO
Kayak Simple	7	\$545,00	\$3.815,00	10	\$381,50	\$2.500,00
Chalecos salvavidas	7	\$30,00	\$210,00	5	\$42,00	\$150,00
Remos	7	\$30,00	\$210,00	5	\$42,00	\$150,00
Cuerdas	4	\$40,00	\$160,00	5	\$32,00	\$80,00
Cascos	7	\$30,00	\$210,00	5	\$42,00	\$150,00
Rack para kayak	2	\$300,00	\$600,00	5	\$120,00	\$200,00
TOTAL					\$659,50	\$3.230,00

Fuente 97. Elaboración propia, 2021

Depreciación de la MiPymes de pesca deportiva

Tabla 53. Depreciación de equipo de microempresa de pesca deportiva

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	VIDA UTIL	CUOTA DE DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR SALVAMENTO
Botes para pesca	2	\$900,00	\$1.800,00	10	\$180,00	\$900,00
Chalecos salvavidas	15	\$30,00	\$450,00	5	\$90,00	\$150,00
Remos	4	\$40,00	\$160,00	5	\$32,00	\$90,00
Caña de pesca	15	\$150,00	\$2.250,00	5	\$450,00	\$1.000,00
Anzuelos	50	\$3,00	\$150,00	5	\$30,00	\$75,00
TOTAL					\$782,00	\$2.215,00

Fuente 98. Elaboración propia, 2021

3.3.4 Amortización

De acuerdo con Sapag & Sapag (2008), menciona que la amortización es como la depreciación que se la usa cuando se hace referencia a la pérdida del valor de los activos fijos, pero en este caso, el termino amortizar se lo utiliza cuando se hace referencia a los activos intangibles o nominales de un negocio. A continuación, se muestra la amortización de cada una de las MiPymes:

Tabla 54. Amortización intangible

DESCRIPCIÓN	TIEMPO	VALOR A AMORTIZAR	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN ACUMULADA
Gastos de constitución	10	\$1.450,00	\$145,00	\$1.450,00

Fuente 99. Elaboración propia, 2021

Tabla 55. Amortización Gastos de Constitución

Gasto de Constitución	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Amortización	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00
Amortización Acumulada	\$145,00	\$290,00	\$435,00	\$580,00	\$725,00	\$870,00	\$1.015,00	\$1.160,00	\$1.305,00	\$1.450,00

Fuente 100. Elaboración propia, 2021

En este caso al tener todos las MiPymes turísticas los mismos valores en gastos de constitución solo se coloca una tabla, pero se recalca que para cada MiPymes es el valor que se muestra como amortización anual, es decir, el valor de \$145,00

3.3.5 Ingresos

3.3.5.1 Proyección de ingresos del proyecto

Para la proyección de ingresos de cada microempresa se consideró los siguientes factores:

- La población objetivo del proyecto, la cual se encuentra en la sección 3.2.1 del proyecto.
- Para la proyección de los costos variables se aplicó la tasa de inflación anual del Ecuador cuyo valor es 1,47%.
- Se consideró un porcentaje de ocupación entre el 25% y 40%, el cual es el valor estimado al primer año que puede llegar a tener cada microempresa teniendo en cuenta el nivel de preferencia de los turistas en cuanto a cada servicio ofertado.
- Se estimó que el mercado crecería del año 1 al año 2 un 10%, y desde el año 3 crecería continuamente un 5%.
- El nivel de ocupación estimado al primer año para cada MiPymes turística es el siguiente: recorridos en bote 38% de ocupación, alquiler de kayaks 28% de ocupación, pesca deportiva 35% de ocupación.
- Los valores de ocupación de los obtuvo de la capacidad instalada que puede a llegar a tener cada microempresa (Ver Anexo D)

Ingresos MiPymes de recorridos en botes

Tabla 56. Proyección de ingresos de recorridos en botes

AÑOS	% DE CRECIMIENTO	PRECIO POR USUARIO	MERCADO ESTIMADO	INGRESOS	COSTOS VARIABLES	MERCADO ESTIMADO DIARIO
1		\$6,00	12257	\$73.543,68	\$9.192,96	34
2	10%	\$6,00	13483	\$80.898,05	\$9.328,10	37
3	5%	\$6,00	14157	\$84.942,95	\$9.465,22	39
4	5%	\$6,00	14865	\$89.190,10	\$9.604,36	41
5	5%	\$6,00	15608	\$93.649,60	\$9.745,54	43
6	5%	\$6,00	16389	\$98.332,08	\$9.888,80	45
7	5%	\$6,00	17208	\$103.248,69	\$10.034,17	47
8	5%	\$6,00	18069	\$108.411,12	\$10.181,67	50
9	5%	\$6,00	18972	\$113.831,68	\$10.331,34	52
10	5%	\$6,00	19921	\$119.523,26	\$10.483,21	55

Fuente 101. Elaboración propia, 2021

Ingresos de MiPymes de alquiler de kayaks

Tabla 57. Proyección de ingresos de alquiler de kayaks

AÑOS	% DE CRECIMIENTO	PRECIO POR USUARIO	MERCADO ESTIMADO	INGRESOS	COSTOS VARIABLES	MERCADO ESTIMADO DIARIO
1		\$4,50	9032	\$40.642,56	\$120,00	25
2	10%	\$4,50	9935	\$44.706,82	\$121,76	27
3	5%	\$4,50	10432	\$46.942,16	\$123,55	29
4	5%	\$4,50	10953	\$49.289,26	\$125,37	30
5	5%	\$4,50	11501	\$51.753,73	\$127,21	32
6	5%	\$4,50	12076	\$54.341,41	\$129,08	33
7	5%	\$4,50	12680	\$57.058,48	\$130,98	35
8	5%	\$4,50	13314	\$59.911,41	\$132,91	36
9	5%	\$4,50	13979	\$62.906,98	\$134,86	38
10	5%	\$4,50	14678	\$66.052,33	\$136,84	40

Fuente 102. Elaboración propia, 2021

Ingresos de MiPymes de pesca deportiva

Tabla 58. Proyección de ingresos de pesca deportiva

AÑOS	% DE CRECIMIENTO	PRECIO POR USUARIO	MERCADO ESTIMADO	INGRESOS	COSTOS VARIABLES	MERCADO ESTIMADO DIARIO
1		\$8,00	8064	\$64.512,00	\$600,00	22
2	10%	\$8,00	8870	\$70.963,20	\$608,82	24
3	5%	\$8,00	9314	\$74.511,36	\$617,77	26
4	5%	\$8,00	9780	\$78.236,93	\$626,85	27
5	5%	\$8,00	10269	\$82.148,77	\$636,07	28
6	5%	\$8,00	10782	\$86.256,21	\$645,42	30
7	5%	\$8,00	11321	\$90.569,02	\$654,90	31
8	5%	\$8,00	11887	\$95.097,47	\$664,53	33
9	5%	\$8,00	12482	\$99.852,35	\$674,30	34
10	5%	\$8,00	13106	\$104.844,97	\$684,21	36

Fuente 103. Elaboración propia, 2021

3.3.6 Estado de pérdidas y Ganancias

Para Van & Wachowicz (2010), el estado de pérdidas y ganancias es “el resumen de ingresos y gastos de una compañía a lo largo de un determinado periodo que concluye con los ingresos o pérdidas de dicho proyecto”

Para el presente trabajo la proyección de los valores de gastos, en el estado de pérdidas y ganancias se usó la tasa de inflación anual del Ecuador, que para Octubre del 2021 se encontraba en 1.47%. Asimismo, la proyección del estado se consideró una duración de 10 años

Estado de Pérdidas y Ganancias de MiPymes de Recorridos en Botes

Tabla 59. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ventas	\$73.543,68	\$80.898,05	\$84.942,95	\$89.190,10	\$93.649,60	\$98.332,08	\$103.248,69	\$108.411,12	\$113.831,68	\$119.523,26
TOTAL INGRESOS	\$73.543,68	\$80.898,05	\$84.942,95	\$89.190,10	\$93.649,60	\$98.332,08	\$103.248,69	\$108.411,12	\$113.831,68	\$119.523,26
EGRESOS										
Gastos Administrativos										
Sueldos y Salarios	\$18.300,00	\$18.569,01	\$18.841,97	\$19.118,95	\$19.400,00	\$19.685,18	\$19.974,55	\$20.268,18	\$20.566,12	\$20.868,44
Beneficios Sociales	\$10.568,75	\$10.724,11	\$10.881,76	\$11.041,72	\$11.204,03	\$11.368,73	\$11.535,85	\$11.705,43	\$11.877,50	\$12.052,10
Servicios Básicos	\$1.200,00	\$1.217,64	\$1.235,54	\$1.253,70	\$1.272,13	\$1.290,83	\$1.309,81	\$1.329,06	\$1.348,60	\$1.368,42
Aporte patronal IESS	\$4.702,05	\$4.771,17	\$4.841,31	\$4.912,47	\$4.984,69	\$5.057,96	\$5.132,31	\$5.207,76	\$5.284,31	\$5.361,99
Gastos de publicidad	\$600,00	\$1.608,82	\$1.632,47	\$1.656,47	\$1.680,82	\$1.705,53	\$1.730,60	\$1.756,04	\$1.781,85	\$1.808,04
Pago de obligaciones turísticas(1x1000)	\$13,00	\$13,19	\$13,39	\$13,58	\$13,78	\$13,98	\$14,19	\$14,40	\$14,61	\$14,82
Depreciaciones	\$1.152,00	\$1.152,00	\$1.152,00	\$1.152,00	\$1.152,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
Amortización	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00
Total Gastos Administrativos	\$36.680,80	\$38.200,94	\$38.743,43	\$39.293,89	\$39.852,45	\$40.267,21	\$40.842,31	\$41.425,86	\$42.017,99	\$42.618,82
Gastos Operacionales										
Gastos de Mantenimiento	\$120,00	\$121,76	\$123,55	\$125,37	\$127,21	\$129,08	\$130,98	\$132,91	\$134,86	\$136,84
Gastos de varios	\$9.192,96	\$9.328,10	\$9.465,22	\$9.604,36	\$9.745,54	\$9.888,80	\$10.034,17	\$10.181,67	\$10.331,34	\$10.483,21
Sueldo Guías	\$10.200,00	\$10.349,94	\$10.502,08	\$10.656,46	\$10.813,11	\$10.972,07	\$11.133,36	\$11.297,02	\$11.463,08	\$11.631,59
Sueldo Conductor	\$10.200,00	\$10.349,94	\$10.502,08	\$10.656,46	\$10.813,11	\$10.972,07	\$11.133,36	\$11.297,02	\$11.463,08	\$11.631,59
Total Gastos Operacionales	\$29.712,96	\$30.149,74	\$30.592,94	\$31.042,66	\$31.498,99	\$31.962,02	\$32.431,86	\$32.908,61	\$33.392,37	\$33.883,23
TOTAL EGRESOS	\$66.393,76	\$68.350,68	\$69.336,37	\$70.336,55	\$71.351,43	\$72.229,23	\$73.274,17	\$74.334,47	\$75.410,35	\$76.502,05
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	\$7.149,92	\$12.547,37	\$15.606,58	\$18.853,55	\$22.298,17	\$26.102,85	\$29.974,52	\$34.076,65	\$38.421,32	\$43.021,21
Participaciones 15%	\$1.072,49	\$1.882,10	\$2.340,99	\$2.828,03	\$3.344,73	\$3.915,43	\$4.496,18	\$5.111,50	\$5.763,20	\$6.453,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$6.077,43	\$10.665,26	\$13.265,59	\$16.025,52	\$18.953,45	\$22.187,42	\$25.478,34	\$28.965,15	\$32.658,13	\$36.568,03
Impuestos 25%	\$1.519,36	\$2.666,32	\$3.316,40	\$4.006,38	\$4.738,36	\$5.546,86	\$6.369,58	\$7.241,29	\$8.164,53	\$9.142,01
UTILIDAD O PÉRDIDA	\$4.558,07	\$7.998,95	\$9.949,19	\$12.019,14	\$14.215,08	\$16.640,57	\$19.108,75	\$21.723,87	\$24.493,59	\$27.426,02

Fuente 104. Elaboración propia, 2021

Estado de Pérdidas y Ganancias de MiPymes de Alquiler de Kayaks

Tabla 60. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ventas	\$ 40.642,56	\$ 44.706,82	\$ 46.942,16	\$ 49.289,26	\$ 51.753,73	\$ 54.341,41	\$ 57.058,48	\$ 59.911,41	\$ 62.906,98	\$ 66.052,33
TOTAL INGRESOS	\$ 40.642,56	\$ 44.706,82	\$ 46.942,16	\$ 49.289,26	\$ 51.753,73	\$ 54.341,41	\$ 57.058,48	\$ 59.911,41	\$ 62.906,98	\$ 66.052,33
EGRESOS										
Gastos Administrativos										
Sueldos y Salarios	\$ 18.300,00	\$ 18.569,01	\$ 18.841,97	\$ 19.118,95	\$ 19.400,00	\$ 19.685,18	\$ 19.974,55	\$ 20.268,18	\$ 20.566,12	\$ 20.868,44
Beneficios Sociales	\$ 6.637,50	\$ 6.735,07	\$ 6.834,08	\$ 6.934,54	\$ 7.036,48	\$ 7.139,91	\$ 7.244,87	\$ 7.351,37	\$ 7.459,43	\$ 7.569,09
Servicios Básicos	\$ 1.200,00	\$ 1.217,64	\$ 1.235,54	\$ 1.253,70	\$ 1.272,13	\$ 1.290,83	\$ 1.309,81	\$ 1.329,06	\$ 1.348,60	\$ 1.368,42
Aporte patronal IESS	\$ 2.843,10	\$ 2.884,89	\$ 2.927,30	\$ 2.970,33	\$ 3.014,00	\$ 3.058,30	\$ 3.103,26	\$ 3.148,88	\$ 3.195,17	\$ 3.242,13
Gastos de publicidad	\$ 600,00	\$ 1.608,82	\$ 1.632,47	\$ 1.656,47	\$ 1.680,82	\$ 1.705,53	\$ 1.730,60	\$ 1.756,04	\$ 1.781,85	\$ 1.808,04
Pago de obligaciones turísticas	\$ 7,70	\$ 7,81	\$ 7,93	\$ 8,04	\$ 8,16	\$ 8,28	\$ 8,40	\$ 8,53	\$ 8,65	\$ 8,78
Depreciaciones	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 381,50	\$ 381,50	\$ 381,50	\$ 381,50	\$ 381,50
Amortización	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00
Total Gastos Administrativos	\$ 30.247,80	\$ 31.682,75	\$ 32.138,79	\$ 32.601,53	\$ 33.071,08	\$ 33.269,53	\$ 33.752,99	\$ 34.243,55	\$ 34.741,32	\$ 35.246,41
Gastos Operacionales										
Gastos de Mantenimiento	\$ 120,00	\$ 121,76	\$ 123,55	\$ 125,37	\$ 127,21	\$ 129,08	\$ 130,98	\$ 132,91	\$ 134,86	\$ 136,84
Ayudante	\$ 5.100,00	\$ 5.174,97	\$ 5.251,04	\$ 5.328,23	\$ 5.406,56	\$ 5.486,03	\$ 5.566,68	\$ 5.648,51	\$ 5.731,54	\$ 5.815,80
Total Gastos Operacionales	\$ 5.220,00	\$ 5.296,73	\$ 5.374,60	\$ 5.453,60	\$ 5.533,77	\$ 5.615,12	\$ 5.697,66	\$ 5.781,41	\$ 5.866,40	\$ 5.952,64
TOTAL EGRESOS	\$ 35.467,80	\$ 36.979,48	\$ 37.513,39	\$ 38.055,14	\$ 38.604,85	\$ 38.884,65	\$ 39.450,65	\$ 40.024,96	\$ 40.607,72	\$ 41.199,05
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	\$ 5.174,76	\$ 7.727,33	\$ 9.428,77	\$ 11.234,13	\$ 13.148,87	\$ 15.456,76	\$ 17.607,84	\$ 19.886,45	\$ 22.299,26	\$ 24.853,28
Participaciones 15%	\$ 776,21	\$ 1.159,10	\$ 1.414,32	\$ 1.685,12	\$ 1.972,33	\$ 2.318,51	\$ 2.641,18	\$ 2.982,97	\$ 3.344,89	\$ 3.727,99
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 4.398,55	\$ 6.568,23	\$ 8.014,46	\$ 9.549,01	\$ 11.176,54	\$ 13.138,25	\$ 14.966,66	\$ 16.903,48	\$ 18.954,37	\$ 21.125,29
Impuestos 25%	\$ 1.099,64	\$ 1.642,06	\$ 2.003,61	\$ 2.387,25	\$ 2.794,14	\$ 3.284,56	\$ 3.741,67	\$ 4.225,87	\$ 4.738,59	\$ 5.281,32
UTILIDAD O PÉRDIDA	\$ 3.298,91	\$ 4.926,18	\$ 6.010,84	\$ 7.161,76	\$ 8.382,41	\$ 9.853,69	\$ 11.225,00	\$ 12.677,61	\$ 14.215,78	\$ 15.843,97

Fuente 105. Elaboración propia, 2021

Estado de Pérdidas y Ganancias de MiPymes de Pesca Deportiva

Tabla 61. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ventas	\$ 64.512,00	\$ 70.963,20	\$ 74.511,36	\$ 78.236,93	\$ 82.148,77	\$ 86.256,21	\$ 90.569,02	\$ 95.097,47	\$ 99.852,35	\$ 104.844,97
TOTAL INGRESOS	\$ 64.512,00	\$ 70.963,20	\$ 74.511,36	\$ 78.236,93	\$ 82.148,77	\$ 86.256,21	\$ 90.569,02	\$ 95.097,47	\$ 99.852,35	\$ 104.844,97
EGRESOS										
Gastos Administrativos										
Sueldos y Salarios	\$ 18.300,00	\$ 18.569,01	\$ 18.841,97	\$ 19.118,95	\$ 19.400,00	\$ 19.685,18	\$ 19.974,55	\$ 20.268,18	\$ 20.566,12	\$ 20.868,44
Beneficios Sociales	\$ 10.568,75	\$ 10.724,11	\$ 10.881,76	\$ 11.041,72	\$ 11.204,03	\$ 11.368,73	\$ 11.535,85	\$ 11.705,43	\$ 11.877,50	\$ 12.052,10
Servicios Básicos	\$ 1.200,00	\$ 1.217,64	\$ 1.235,54	\$ 1.253,70	\$ 1.272,13	\$ 1.290,83	\$ 1.309,81	\$ 1.329,06	\$ 1.348,60	\$ 1.368,42
Aporte patronal IESS	\$ 4.702,05	\$ 4.771,17	\$ 4.841,31	\$ 4.912,47	\$ 4.984,69	\$ 5.057,96	\$ 5.132,31	\$ 5.207,76	\$ 5.284,31	\$ 5.361,99
Gastos de publicidad	\$ 600,00	\$ 1.608,82	\$ 1.632,47	\$ 1.656,47	\$ 1.680,82	\$ 1.705,53	\$ 1.730,60	\$ 1.756,04	\$ 1.781,85	\$ 1.808,04
Pago de obligaciones turísticas(1x1000)	\$ 8,00	\$ 8,12	\$ 8,24	\$ 8,36	\$ 8,48	\$ 8,61	\$ 8,73	\$ 8,86	\$ 8,99	\$ 9,12
Depreciaciones	\$ 782,00	\$ 782,00	\$ 782,00	\$ 782,00	\$ 782,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Amortización intangible	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00
Total Gastos Administrativos	\$ 36.160,80	\$ 37.825,87	\$ 38.368,28	\$ 38.918,67	\$ 39.477,15	\$ 39.441,83	\$ 40.016,85	\$ 40.600,32	\$ 41.192,37	\$ 41.793,12
Gastos Operacionales										
Gastos de Mantenimiento	\$ 120,00	\$ 121,76	\$ 123,55	\$ 125,37	\$ 127,21	\$ 129,08	\$ 130,98	\$ 132,91	\$ 134,86	\$ 136,84
Sueldo Guías	\$ 10.200,00	\$ 10.349,94	\$ 10.502,08	\$ 10.656,46	\$ 10.813,11	\$ 10.972,07	\$ 11.133,36	\$ 11.297,02	\$ 11.463,08	\$ 11.631,59
Sueldo Conductor	\$ 10.200,00	\$ 10.349,94	\$ 10.502,08	\$ 10.656,46	\$ 10.813,11	\$ 10.972,07	\$ 11.133,36	\$ 11.297,02	\$ 11.463,08	\$ 11.631,59
Total Gastos Operacionales	\$ 20.520,00	\$ 20.821,64	\$ 21.127,72	\$ 21.438,30	\$ 21.753,44	\$ 22.073,22	\$ 22.397,69	\$ 22.726,94	\$ 23.061,03	\$ 23.400,02
TOTAL EGRESOS	\$ 56.680,80	\$ 58.647,51	\$ 59.496,00	\$ 60.356,97	\$ 61.230,59	\$ 61.515,05	\$ 62.414,55	\$ 63.327,26	\$ 64.253,39	\$ 65.193,14
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	\$ 7.831,20	\$ 12.315,69	\$ 15.015,36	\$ 17.879,96	\$ 20.918,19	\$ 24.741,16	\$ 28.154,48	\$ 31.770,21	\$ 35.598,95	\$ 39.651,82
Participaciones 15%	\$ 1.174,68	\$ 1.847,35	\$ 2.252,30	\$ 2.681,99	\$ 3.137,73	\$ 3.711,17	\$ 4.223,17	\$ 4.765,53	\$ 5.339,84	\$ 5.947,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.656,52	\$ 10.468,33	\$ 12.763,05	\$ 15.197,97	\$ 17.780,46	\$ 21.029,99	\$ 23.931,31	\$ 27.004,68	\$ 30.259,11	\$ 33.704,05
Impuestos 25%	\$ 1.664,13	\$ 2.617,08	\$ 3.190,76	\$ 3.799,49	\$ 4.445,11	\$ 5.257,50	\$ 5.982,83	\$ 6.751,17	\$ 7.564,78	\$ 8.426,01
UTILIDAD O PÉRDIDA	\$ 4.992,39	\$ 7.851,25	\$ 9.572,29	\$ 11.398,47	\$ 13.335,34	\$ 15.772,49	\$ 17.948,48	\$ 20.253,51	\$ 22.694,33	\$ 25.278,04

Fuente 106. Elaboración propia, 2021

3.3.7 Flujo de efectivo

Según García, en su libro de *Administración Financiera Fundamentos y Aplicaciones*, menciona que el flujo de efectivo o flujo de caja es:

El flujo que queda disponible para atender los compromisos con los beneficiarios de la empresa: acreedores y socios. A los acreedores se les atiende con servicio a la deuda (capital más intereses), y a los propietarios con la suma restante, con la cual ellos toman decisiones, una de las cuales es la determinación de la cantidad a repartir como dividendos. Por lo tanto, la gestión gerencial debe propender por el permanente aumento del flujo de caja libre de la empresa. (Garcia,1999, p. 13)

A continuación, se muestra el flujo de caja de cada MiPymes turística, en el cual la proyección se la realizo a 10 años.

Flujo de caja de la MiPymes de recorrido en botes

Tabla 62. Flujo de Caja

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ventas	\$ 73.543,68	\$80.898,05	\$84.942,95	\$89.190,10	\$93.649,60	\$98.332,08	\$103.248,69	\$108.411,12	\$113.831,68	\$119.523,26
TOTAL INGRESO	\$ 73.543,68	\$ 80.898,05	\$ 84.942,95	\$ 89.190,10	\$ 93.649,60	\$ 98.332,08	\$ 103.248,69	\$ 108.411,12	\$ 113.831,68	\$ 119.523,26
EGRESOS										
Costos variables	\$ 9.192,96	\$ 9.328,10	\$ 9.465,22	\$ 9.604,36	\$ 9.745,54	\$ 9.888,80	\$ 10.034,17	\$ 10.181,67	\$ 10.331,34	\$ 10.483,21
Costos fijos(*)	\$ 60.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80	\$ 61.200,80
Subtotal	\$ 69.393,76	\$ 70.528,90	\$ 70.666,02	\$ 70.805,16	\$ 70.946,34	\$ 71.089,60	\$ 71.234,97	\$ 71.382,47	\$ 71.532,14	\$ 71.684,01
Imprevistos (5% del subtotal)	\$ 3.469,69	\$ 3.526,44	\$ 3.533,30	\$ 3.540,26	\$ 3.547,32	\$ 3.554,48	\$ 3.561,75	\$ 3.569,12	\$ 3.576,61	\$ 3.584,20
TOTAL EGRESOS	\$ 72.863,45	\$ 74.055,34	\$ 74.199,32	\$ 74.345,42	\$ 74.493,66	\$ 74.644,08	\$ 74.796,72	\$ 74.951,59	\$ 75.108,75	\$ 75.268,21
Utilidad antes de impuestos	\$ 680,23	\$ 6.842,71	\$ 10.743,63	\$ 14.844,68	\$ 19.155,94	\$ 23.688,00	\$ 28.451,97	\$ 33.459,53	\$ 38.722,93	\$ 44.255,05
Participación trabajadores (15%)	\$ 102,03	\$ 1.026,41	\$ 1.611,54	\$ 2.226,70	\$ 2.873,39	\$ 3.553,20	\$ 4.267,80	\$ 5.018,93	\$ 5.808,44	\$ 6.638,26
Utilidad antes de impuestos	\$ 578,20	\$ 5.816,30	\$ 9.132,09	\$ 12.617,98	\$ 16.282,55	\$ 20.134,80	\$ 24.184,18	\$ 28.440,60	\$ 32.914,49	\$ 37.616,79
Impuesto a la renta (25%)	\$ 144,55	\$ 1.454,08	\$ 2.283,02	\$ 3.154,49	\$ 4.070,64	\$ 5.033,70	\$ 6.046,04	\$ 7.110,15	\$ 8.228,62	\$ 9.404,20
Utilidad o Perdida neta	\$ 433,65	\$ 4.362,23	\$ 6.849,06	\$ 9.463,48	\$ 12.211,91	\$ 15.101,10	\$ 18.138,13	\$ 21.330,45	\$ 24.685,87	\$ 28.212,59
(+) Depreciación	\$ 1.152,00	\$ 1.152,00	\$ 1.152,00	\$ 1.152,00	\$ 1.152,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
(+) Amortización Intangible	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00
Flujo	\$ 1.730,65	\$ 4.362,23	\$ 6.849,06	\$ 9.463,48	\$ 12.211,91	\$ 15.101,10	\$ 18.138,13	\$ 21.330,45	\$ 24.685,87	\$ 28.212,59
Flujo Acumulado	\$ 1.730,65	\$ 6.092,87	\$ 12.941,94	\$ 22.405,42	\$ 34.617,34	\$ 49.718,44	\$ 67.856,57	\$ 89.187,02	\$ 113.872,89	\$ 142.085,48

(*) incluye depreciación y amortización

Fuente 107. Elaboración propia, 2021

Flujo de caja de la MiPymes de alquiler de kayaks

Tabla 63. Flujo de caja

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ventas	\$ 40.642,56	\$44.706,82	\$46.942,16	\$49.289,26	\$51.753,73	\$54.341,41	\$57.058,48	\$59.911,41	\$62.906,98	\$66.052,33
TOTAL INGRESO	\$ 40.642,56	\$ 44.706,82	\$ 46.942,16	\$ 49.289,26	\$ 51.753,73	\$ 54.341,41	\$ 57.058,48	\$ 59.911,41	\$ 62.906,98	\$ 66.052,33
EGRESOS										
Costos variables	\$ 120,00	\$ 121,76	\$ 123,55	\$ 125,37	\$ 127,21	\$ 129,08	\$ 130,98	\$ 132,91	\$ 134,86	\$ 136,84
Costos fijos	\$ 38.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80	\$ 39.492,80
Subtotal	\$ 38.612,80	\$ 39.614,56	\$ 39.616,35	\$ 39.618,17	\$ 39.620,01	\$ 39.621,88	\$ 39.623,78	\$ 39.625,71	\$ 39.627,66	\$ 39.629,64
Imprevistos (5% del subtotal)	\$ 1.930,64	\$ 1.980,73	\$ 1.980,82	\$ 1.980,91	\$ 1.981,00	\$ 1.981,09	\$ 1.981,19	\$ 1.981,29	\$ 1.981,38	\$ 1.981,48
TOTAL EGRESOS	\$ 40.543,44	\$ 41.595,29	\$ 41.597,17	\$ 41.599,08	\$ 41.601,01	\$ 41.602,98	\$ 41.604,97	\$ 41.606,99	\$ 41.609,04	\$ 41.611,12
Utilidad antes de impuestos	\$ 99,12	\$ 3.111,52	\$ 5.344,99	\$ 7.690,19	\$ 10.152,71	\$ 12.738,44	\$ 15.453,52	\$ 18.304,42	\$ 21.297,94	\$ 24.441,20
Participación trabajadores (15%)	\$ 14,87	\$ 466,73	\$ 801,75	\$ 1.153,53	\$ 1.522,91	\$ 1.910,77	\$ 2.318,03	\$ 2.745,66	\$ 3.194,69	\$ 3.666,18
Utilidad antes de Impuesto a la renta	\$ 84,25	\$ 2.644,80	\$ 4.543,24	\$ 6.536,66	\$ 8.629,81	\$ 10.827,67	\$ 13.135,49	\$ 15.558,76	\$ 18.103,25	\$ 20.775,02
Impuesto a la renta (25%)	\$ 21,06	\$ 661,20	\$ 1.135,81	\$ 1.634,16	\$ 2.157,45	\$ 2.706,92	\$ 3.283,87	\$ 3.889,69	\$ 4.525,81	\$ 5.193,76
Utilidad o Perdida neta	\$ 63,19	\$ 1.983,60	\$ 3.407,43	\$ 4.902,49	\$ 6.472,36	\$ 8.120,75	\$ 9.851,62	\$ 11.669,07	\$ 13.577,43	\$ 15.581,27
(+) Depreciación	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 659,50	\$ 381,50	\$ 381,50	\$ 381,50	\$ 381,50	\$ 381,50
(+) Amortización Intangible	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00
Flujo	\$ 867,69	\$ 2.788,10	\$ 4.211,93	\$ 5.706,99	\$ 7.276,86	\$ 8.647,25	\$ 10.378,12	\$ 12.195,57	\$ 14.103,93	\$ 16.107,77
Flujo Acumulado	\$ 867,69	\$ 3.655,79	\$ 7.867,71	\$ 13.574,71	\$ 20.851,56	\$ 29.498,82	\$ 39.876,93	\$ 52.072,50	\$ 66.176,43	\$ 82.284,20

(*) incluye depreciación y amortización

Fuente 108. Elaboración propia, 2021

Flujo de caja de la MiPymes de pesca deportiva

Tabla 64. Flujo de Caja

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ventas	\$64.512,00	\$70.963,20	\$74.511,36	\$78.236,93	\$82.148,77	\$86.256,21	\$90.569,02	\$95.097,47	\$99.852,35	\$104.844,97
TOTAL INGRESO	\$64.512,00	\$70.963,20	\$74.511,36	\$78.236,93	\$82.148,77	\$86.256,21	\$90.569,02	\$95.097,47	\$99.852,35	\$104.844,97
EGRESOS										
Costos variables	\$600,00	\$608,82	\$617,77	\$626,85	\$636,07	\$645,42	\$654,90	\$664,53	\$674,30	\$684,21
Costos fijos	\$59.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44	\$60.705,44
Subtotal	\$60.305,44	\$61.314,26	\$61.323,21	\$61.332,29	\$61.341,51	\$61.350,86	\$61.360,35	\$61.369,97	\$61.379,74	\$61.389,65
Imprevistos (5% del subtotal)	\$3.015,27	\$3.065,71	\$3.066,16	\$3.066,61	\$3.067,08	\$3.067,54	\$3.068,02	\$3.068,50	\$3.068,99	\$3.069,48
TOTAL EGRESOS	\$63.320,71	\$64.379,98	\$64.389,37	\$64.398,91	\$64.408,58	\$64.418,40	\$64.428,36	\$64.438,47	\$64.448,73	\$64.459,14
Utilidad antes de participación	\$1.191,29	\$6.583,22	\$10.121,99	\$13.838,02	\$17.740,19	\$21.837,81	\$26.140,66	\$30.659,00	\$35.403,62	\$40.385,83
Participación trabajadores (15%)	\$178,69	\$987,48	\$1.518,30	\$2.075,70	\$2.661,03	\$3.275,67	\$3.921,10	\$4.598,85	\$5.310,54	\$6.057,87
Utilidad antes de impuestos	\$1.012,59	\$5.595,74	\$8.603,69	\$11.762,32	\$15.079,16	\$18.562,14	\$22.219,56	\$26.060,15	\$30.093,08	\$34.327,96
Impuesto a la renta (25%)	\$253,15	\$1.398,94	\$2.150,92	\$2.940,58	\$3.769,79	\$4.640,54	\$5.554,89	\$6.515,04	\$7.523,27	\$8.581,99
Utilidad o Perdida neta	\$759,44	\$4.196,81	\$6.452,77	\$8.821,74	\$11.309,37	\$13.921,61	\$16.664,67	\$19.545,11	\$22.569,81	\$25.745,97
(+) Depreciación	\$782,00	\$782,00	\$782,00	\$782,00	\$782,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
(+) Amortización Intangible	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00	\$145,00
Flujo	\$1.686,44	\$5.123,81	\$7.379,77	\$9.748,74	\$12.236,37	\$14.246,61	\$16.989,67	\$19.870,11	\$22.894,81	\$26.070,97
Flujo Acumulado	\$1.686,44	\$6.810,25	\$14.190,02	\$23.938,76	\$36.175,13	\$50.421,73	\$67.411,40	\$87.281,52	\$110.176,33	\$136.247,29

(*) incluye depreciación y amortización

Fuente 109. Elaboración propia, 2021

3.3.8 Rentabilidad del proyecto

3.3.8.1 Valor actual Neto

Para Van & Wachowicz (2010), el valor actual neto es “el valor presente de los flujos de efectivo netos de un proyecto de inversión, menos la inversión inicial del proyecto”.

Teniendo en cuenta que el valor de la inversión para cada microempresa es de:

- Recorridos en bote: \$ 33.055,86
- Alquiler de kayak: \$ 19.034,63
- Pesca deportiva: \$ 25.227,06

Y su flujo de efectivo detallado en la tabla anterior, a continuación, se muestra el VAN de cada microempresa turística:

Tabla 65. VAN de las MIPYMES

VAN(VALOR ACTUAL NETO)	
MIPYMES	VALOR
Recorrido en Botes	\$28.846,94
Alquiler de Kayak	\$15.595,35
Pesca Deportiva	\$34.938,66

Fuente 110. Elaboración propia, 2021

3.3.8.2 Tasa interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno también conocida como TIR, de acuerdo a Van & Wachowicz (2010), es la “tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo netos futuros de un proyecto de inversión con la salida de efectivo inicial del proyecto”. Teniendo en cuenta los valores obtenidos en la tabla y la inversión de cada microempresa, la TIR para cada microempresa turística es la siguiente:

Tabla 66. TIR de las MIPYMES

TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)	
MIPYMES	VALOR
Recorrido en Bote	23%
Alquiler Kayak	22%
Pesca Deportiva	28%

Fuente 111. Elaboración propia, 2021

De acuerdo a los valores mostrados la TIR de cada MiPymes turística se encuentra en valores aceptables, cabe recalcar que una TIR es aceptable cuando sus valores oscilan entre el 12% y 33%; si pasa de estos valores puede existir un error en el cálculo o las ganancias pueden estar sujetas a dudas.

3.3.8.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el volumen de ventas que una empresa necesita para que los ingresos totales sean iguales, dicho de otra forma, es cuando los ingresos y los gastos son iguales, por lo cual no hay ni ganancias, ni pérdidas para la compañía. Por otro lado, el punto de equilibrio puede ser expresado en unidades vendidas o en dólares.

Punto de Equilibrio en Unidades Vendidas

Formula

- $$\text{Punto de Equilibrio en Unidades vendidas} = \frac{\text{Punto de equilibrio en dólares}}{\text{Precio de venta del servicio o producto}}$$

Punto de equilibrio en dólares

Formula

- $$\text{Punto de equilibrio en dólares} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{(1 - (\text{costos variables} - \text{ventas reales en dólares}))}$$

Tabla 67. Punto de equilibrio por microempresa turística

PUNTO DE EQUILIBRIO POR MICROEMPRESA

	Recorrido en Bote	Alquiler de Kayak	Pesca Deportiva
Precio de Venta	\$6,00	\$4,50	\$8,00
Punto de equilibrio en \$	\$68.800,91	\$38.606,79	\$60.265,95
Punto de equilibrio en U	11467	8579	7533
Ventas reales (\$)	\$73.543,68	\$40.642,56	\$64.512,00
Costo Variable	\$9.192,96	\$120,00	\$600,00
Costo Variable Unitario	\$0,75	\$0,01	\$0,07
Costos fijos	\$60.200,80	\$38.492,80	\$59.705,44
Ventas reales (U)	12.257	9.032	8.064
Margen de Contribución	5,25	4,49	7,93

Fuente 112. Elaboración propia, 2021

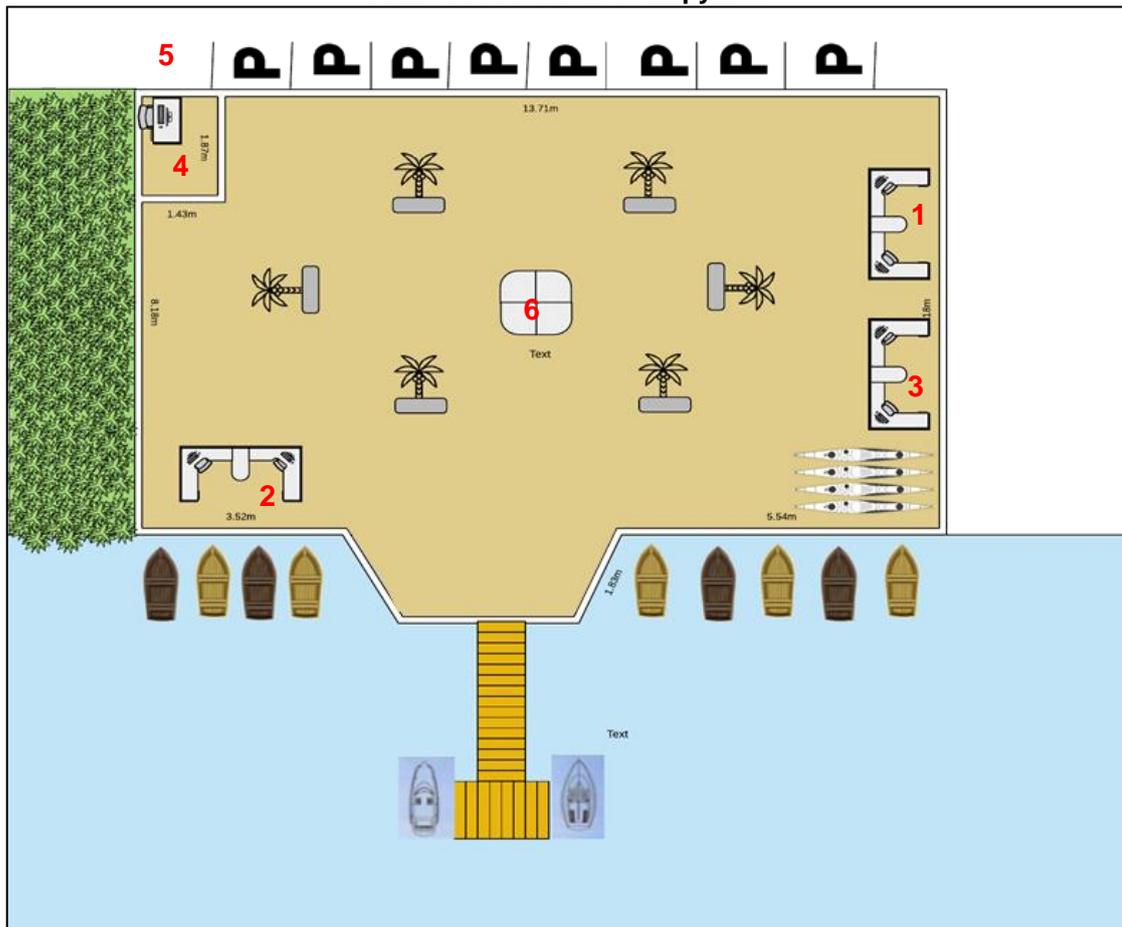
En este caso el punto de equilibrio en unidades se traduce en el número de clientes que necesita cada negocio para no sufrir ni pérdidas, ni ganancias. Asimismo, se puede observar el punto de equilibrio en dólares, es decir, el ingreso que debe tener cada negocio. Los datos anteriores son sacados en base al primer año de funcionamiento.

3.4 Plano de Mipymes

A continuación, se muestra el plano para la posible ubicación de las mipymes turísticas.

1. Mipymes pesca deportiva
2. Mipymes de recorridos en bote
3. Mipymes para alquiler de kayaks
4. Centro de Información al turista
5. Parqueaderos
6. Pequeños locales de comida

Plano 1. Ubicación de mipymes



Fuente 113. Elaboración propia, 2021

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Con la finalidad de reactivar la economía del destino Puerto Hondo, generar más plazas de trabajo y reducir la migración de los pobladores a otras ciudades, se elaboró un plan de inversión para MiPymes turísticas en el sitio. Luego de los procesos metodológicos empleados en la presente investigación y análisis de los resultados, se concluye que:

- Uno de los principales resultados que se obtuvieron en la investigación es que actualmente el sitio no brinda ningún servicio que ofrecía antes, esto se debe a que cuando inicio la pandemia, debido a las disposiciones dadas por las autoridades, el balneario tuvo que cerrar y por ende las personas dedicadas a ofrecer los servicios tuvieron terminar sus operaciones y cerrar sus puestos.
- Como atractivos principales con los que cuenta el sitio son: el parque acuático artificial y la parte del parque acuático que representa al entorno natural del sitio, es decir, el estero.
- En cuanto a la posible demanda actual que posee el destino se identificó que es local; en su mayoría proveniente de la ciudad de Guayaquil. Además, se logró observar que la mayoría de las personas encuestadas no conoce de Puerto Hondo. Por otro lado, quienes conocen del destino es debido a que han obtenido información por medio de amistades, dando a entender que no existe una correcta promoción del mismo.
- Con respecto a los servicios de mayor interés por parte de los turistas se idéntico que tienen preferencia por los servicios de alquiler de kayak, recorridos en botes, pesca deportiva y el servicio de alimentación. Por lo cual, se elaboró un plan de inversiones para dichas MiPymes
- Con respecto a la elaboración del Plan de Inversión para las MiPymes turísticas se obtuvo que son rentables, ya que los márgenes de TIR y VAN se encuentran en parámetros aceptables, siendo los parámetros de la TIR entre 20%-28%
- La implementación de las 3 un total de 15 empleos directos, sin contar los empleos indirectos que se pueden llegar a existir.

Recomendaciones

En cuanto a recomendaciones del proyecto se hacen las siguientes:

- a) La muestra seleccionada no es representativa, por lo cual, al momento de aplicar las empresas, se recomienda levantar y realizar un estudio de mercado específico para cada negocio.
- b) Se sugiere estar atentos a los sucesos a nivel mundial para poder establecer nuevas MiPymes en el sector.
- c) Se debe tener en cuenta el estado financiero y punto de equilibrio de cada MiPymes con el fin de garantizar la sostenibilidad financiera de cada negocio.
- d) Se recomienda una alianza con el Municipio de Guayaquil con el fin de mejorar la distribución del espacio, la circulación de los turistas y la ubicación de las MiPymes con el Balneario de Puerto Hondo.
- e) Debido a la cercanía con el atractivo natural Cerro El Blanco, se recomienda realizar un circuito turístico entre ambos con el fin de atraer más turistas, lo que conlleva al crecimiento de la demanda y más ingresos para ambos destinos.
- f) Establecer contacto con agencias de viajes para que incluyan el destino Puerto Hondo a sus paquetes turísticos, como una alternativa de viajes de naturaleza en Guayaquil.
- g) Se recomienda instalar las MiPymes turísticas en un terreno vacío cercano al balneario, esto con el fin de lograr una mejor distribución de los flujos turísticos en el balneario.
- h) Se recomienda establecer un centro de información al turista en el sitio, mismo que tiene que ser proporcionado por la autoridad competente, debido a que mediante la encuesta se evidencio que los visitantes desean contar con el mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2001). *Administración del Turismo*. Vol. 1. Editorial Trillas. México
- Andrade A. (2014). Identificación de potencialidades y alternativas para un turismo sostenible en el recinto Puerto Hondo.
- Asamblea Nacional (2008): *Constitución de la República del Ecuador*, Montecristi, Ecuador.
- Banco Central del Ecuador. (2021). La pandemia incidió en el crecimiento 2020: la economía ecuatoriana decreció 7,8%. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2016). Informe sobre Sostenibilidad del BID (2015). <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Informe-sobre-Sostenibilidad-del-BID-2015.pdf>
- Bonilla Moya, M. (2018). Turismo Vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. *TECNITUR*, 188, 20–23.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Caude, R. (1965). *Enciclopedia De La Empresa Moderna No 1 Organizacion General Y Estructura De La Empresa* (3 Ed., Vol. 1). Ediciones Deusto.
- Censos, E. D. N. I. Y. (2004). *¿Qué es el Censo Nacional Económico?* Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//que-es-el-censo-nacional-economico/>
- Censos, E. D. N. I. Y. (2010a). *Censo Nacional Económico*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- Censos, E. D. N. I. Y. (2010b). *¿Qué es el Censo de Población y Vivienda?* Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/que-es-el-censo-de-poblacion-y-vivienda-2/>
- CEPAL. (2020). *El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19 | Noticias | Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-mas-afectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>

- Cifuentes, M. (1999). *Capacidad de carga turística de las áreas de uso público del Monumento Nacional Guayabo, Costa Rica*. WWF Centroamérica.
- Columba, K. & Ministerio del Ambiente. (2013). *Manual para la Gestión Operativa de las Áreas Protegidas de Ecuador*. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/04-Manual-para-la-Gestión-Operativa-de-las-Áreas-Protegidas-de-Ecuador.pdf>
- Cooper, C. y otros, (1997). *Turismo, Principios y Práctica*, México: Diana.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. And Wanhill, S. (1993): *Tourism Principles and Practice*, Pitman Publishing, Great Britain.
- Coraggio, J. (2007): «¿Es posible otra economía sin (otra) política?», en J. Coraggio, *Economía social, acción pública y política*, CICCUS, Buenos Aires, pp. 151-180.
- Coraggio, J. (2008): «La economía social y solidaria como estrategia de desarrollo en el contexto de la integración regional latinoamericana», ponencia, Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo, RIPESS, en Montevideo, 22-24 octubre
- Coral Delgado, L., & Gudiño Dávila, E. L. (2014). *Contabilidad Universitaria*. Bogotá: McGraw-Hill.
- De Grazia S. (1962). *Of Time Work and Leisure*. New York: The Twentieth Century Fund. Discusses a number of utopias.
- De Grazia S. (1966), *Tiempo, trabajo y ocio*. Editorial Tecnos, Madrid.
- De Zuani Rafael Elio. (2003). «Introducción a la Administración de Organizaciones». Segunda Edición. Págs. 82 al 86.
- Diccionario de la Real Academia Española. (s. f.). ocio | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/ocio?m=form>
- Du, D., Lew, A. A., & Ng, P. T. (2016). *Tourism and Economic Growth*. *Journal of Travel Research*, 55(4), 454–464. <https://doi.org/10.1177/0047287514563167>
- Dudley, N. & International Union for Conservation of Nature and Natural Resources. (2008). *Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas*. Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales, UICN.
- Dumazedier, Joffre (1973), *Lazer e cultura popular*. Perspectiva, São Paulo.

- Elizalde, R. (2010). Resignificación del ocio. Aportes para un aprendizaje transformacional. Polis. Revista Latinoamericana, (25).
- Estallo G & De la Fuente F. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Esic Editorial. doi:M-31259-2013
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385-392.
- Fernandez R. (2002). Ministerio de Turismo: Primera Edición. Impreso por Diagraff
- Flores, J. (2018). Microempresa. DrechoEcuador.com, 1-5 <https://www.derechoecuador.com/microempresa>.
- Fuentes L. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de turismo enfocado a la promoción de lugares tradicionales del cantón Otavalo provincia de Imbabura (Bachelor's thesis).
- Fuentes, M. (2015). Análisis legal y doctrinario del Ordenamiento y Planificación Territorial en Chile, características, relación y diferencias. *Sustainability, Agri, Food and Environmental Research*, 3(2), 12–21. <https://doi.org/10.7770/safer-v3n2-art882>
- García, O.L. (1999). Administración financiera fundamentos y aplicaciones. Bogotá: Editorial Moderna.
- González , M., Castejón , R., Méndez, E., Pérez, A., Martínez, J., Gómez, J., & Mochón, A. (2009). Introducción a la Economía del Turismo (Segunda ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Gray D. (1971). This alien thing called leisure. Paper presented at Oregon State University, Corvallis, Oregon, 8 July, quoted in J. F. Murphy (ed.) *Concepts of Leisure*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, p. 42.
- Guerra, P. (2010): «La economía solidaria en Latinoamérica», *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, n.o 110, pp. 67-76.
- Gunn, C., (2002). *Tourism Planning*. Gran Bretaña: Routledge
- Hall, C. M., & Jenkins, J. M. (1995). *Tourism and public policy. A Companion to Tourism*, 1(1), 523-540.
- Hall, Michael Y Page, Stephen (2002): *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*: p. 309. London: Routledge.
- INEC. (2015). Ecuador en cifras. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf

- Ivars, Joseph A., 2003: Planificación Turística, España: Síntesis
- Jack Fleitman. (2000). «Negocios Exitosos», Mc Graw Hill Interamericana Editores. Págs. 22 y 23.
- Lamboglia, J. C. (2004). *Análisis del Turismo y su importancia en el crecimiento económico de América Latina: El caso del Ecuador*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: Sede Ecuador. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>
- Lascano, D. M.-C. E. (2017, 22 mayo). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato: La actividad turística y el crecimiento económico del Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25399>
- Lopez E. (2004). *Estrategias De Marketing*. Edición primera México D.T. Editoriales Macgregor.
- McCartney, G., & Osti, L. (2007). From cultural events to sport events: A case study of cultural authenticity in the dragon boat races. *Journal of Sport Tourism*, 12(1), 25-40.
- Meiriño, R. C., Brea, J. A. F., Vila, N. A., & López, E. R. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 369-383.
- Ministerio de Ambiente. (2013). *Áreas Protegidas – Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica*. Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. <https://www.ambiente.gob.ec/areas-protegidas-3/>
- Ministerio de Turismo. (2012). *La Experiencia Turística en el Ecuador Cifras Escenciales De Turismo Interno Y Receptor*. Recuperado el 5 de octubre de 2013, de http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis_Turismo_folleto_espanol_completo.pdf
- Ministerio de Turismo. (2012). *PLANDETUR 2020*. Recuperado el 18 de 07 de 2012, de <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*.

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2019). *Turismo aportó con más de 2.300 millones a la economía ecuatoriana en 2018 – Ministerio de Turismo*. Ministerio del Turismo del Ecuador. <https://www.turismo.gob.ec/turismo-aporto-con-mas-de-2-300-millones-a-la-economia-ecuatoriana-en-2018/>
- Ministerio de Turismo. (2020). Rendición de Cuentas 2020: Turismo en cifras. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentación-Informe-de-Rendición-de-Cuentas-MINTUR-2020-compressed.pdf>
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (s. f.). Áreas Protegidas – Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. <https://www.ambiente.gob.ec/areas-protegidas-3/>
- Ministerio del Ambiente. (2015). Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado | Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/reserva-de-producci%C3%B3n-faun%C3%ADstica-manglares-el-salado>
- Miño, M. F., & Cajas, C. A. (2020). Evaluación Turística del Recinto de Puerto Hondo, Ecuador. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*.
- Molina, S. (1986). Planificación del Turismo, México: Nuevo Tiempo Libre
- Montaner, J. (1996). Psicología del turismo. Madrid: Síntesis.
- Montaner, J. (1996). Estructura del Mercado Turístico. Madrid: Síntesis.
- Moreno, M. C. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, (1), 135-158.
- Morueco, R. (2014). Manual Práctico de Administración. Bogotá: Ediciones de la U.
- Moya, M. B. (2006). Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. Investigación y análisis.
- Munch, L. (2009). Administración. Pearson Educación. <http://files.clases8.webnode.es/200000623-4eb8150ae0/Munch%20Galindo%20Lourdes%20-%20Administracion%20-%20Escuelas%20Proceso%20Administrativo.pdf>
- Ochoa, E. (2011): «Entendiendo a la economía popular y solidaria», <<https://ericfochoa.wordpress.com/2011/02/22/entendiendo-la-eps/>> [22-05-16].

- OMT (2004): National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. Madrid: OMT.
- OMT (2016). El Sector Turístico Y Los Objetivos De Desarrollo Sostenible.
- OMT, (1994): Compendio de Estadísticas del Turismo 1988-1992, Decimocuarta Edición, Madrid.
- OMT. (1995). TENDENCIAS DE LOS MERCADOS TURISTICOS. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284401130>
- OMT. (1999): Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible, España
- OMT. (2008). Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo.
- Organización Mundial Del Turismo (OMT), (1995): Concepts, Definitions, and Clasifications for Tourism Statistics: a Technical Manual, Madrid.
- Organización Mundial Del Turismo (OMT). (1995): Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). Desarrollo sostenible | OMT. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Osorio, Maribel (2006): La planificación turística. Enfoques y modelos. Revista Quiviera, Vol. 8, número 001. Toluca: UAEM.
- Pérez de Mendiguren, E. J. Etxezarreta y L. Gurudi (2008): «¿De qué hablamos cuando hablamos de economía social y solidaria? Concepto y nociones afines», XI Jornadas de Economía Crítica, Bilbao
- Pérez de Mendiguren, E. J. Etxezarreta y L. Gurudi (2009): «Economía social, empresa social y economía solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate», Papeles de Economía Solidaria, n.o 1, pp. 1-41.
- Presidencia de la República (2011): «Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria», art. 1, Quito, p. 3.
- Raffino Ortiz, M. E. (2020). Conceptos de Microempresa. 1-3 <https://concepto.de/microempresa/>.
- Ramirez, M., & Ramírez, C. (2016). Fundamentos de la Administración. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado el 11 de 2017

- Razzeto, L. (2006): «¿Qué es la economía solidaria?», <<http://www.luisrazeto.net/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-econom%C3%AD-solidaria>> [29-04-2016].
- Requixa, Renato (1977), O lazer no Brasil. Brasiliense, São Paulo.
- Ricaurte Quijano, C. V. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local.
- Ricaurte, Carla, 2001: Turismo, Sustentabilidad y Gestión Local en el Municipio de Ixtapan de la Sal, México: Tesis de Maestría en Estudios Físicos y Socioeconómicos del Turismo, Facultad de Turismo, UAEM.
- Saltos Cruz, J. G., Mayorga Díaz, M. P., & Ruso Armada, F. (2016). La economía popular y solidaria: un estudio exploratorio del sistema en Ecuador con enfoque de control y fiscalización. Cofin Habana, 10(2), 55-75.
- Sancho, A. (2019). Introducción al turismo. <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/299/1/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20%281%29.pdf>
- Santana, Agustín, 1997: ¿Viejas Hordas, Nuevas Culturas?, España: Ariel.
- Sapag N. & Sapag R. (2008) “Preparación y Evaluación de Proyectos”, McGraw-Hill, pág. 126
- Sarmiento C. (2011). Proyecto recreacional Puerto Hondo y su ecoturismo como factor de desarrollo económico en la ciudad de Guayaquil 2006-2009 (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas).
- Schlüter, Regina, 2000: Investigación en Turismo y Hotelería, Argentina: Centro de Investigación y Estudios Turísticos
- Secretaria de Turismo de Mexico SECTUR. (2004). Recuperado el 20 de 11 de 2012, de <http://www.mific.gob.mx/LinkClick.aspx?fileticket=RlpPavturas%3D&tabid=652&language=es-NI>
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)*. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/Folletos-autoridades-provinciales.pdf>
- Servicio De Rentas Interna. (2017). PYMES. Ibarra: SRI.
- Soberón, U. E. M., & Acosta, Z. (2009). Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa.

- Sustainable Development Knowledge Platform. (2017). *Sustainable tourism ... Sustainable Development Knowledge Platform*. <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainabletourism>
- The World Tourism Organization. (2021). *Desarrollo sostenible / OMT*. The World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Unda R. (2006). Cátedra de Evaluación de Proyectos, UISEK.
- Union Mundial para la Naturaleza. (1998). *1998 Informe Anual UICN*. <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/1999-031-Es.pdf>
- Van Horne, James C. & Wachowicz, John M. (2010). *Fundamentos de la Administración Financiera*, Editorial Prentice Hall, México, Pág. 337
- Vázquez Vicente, G., Martín Barroso, V., & Blanco Jiménez, F. J. (2021). Sustainable tourism, economic growth and employment—The case of the wine routes of Spain. *Sustainability*, 13(13), 7164.
- Viteri, G. (2017). *Turismo Sostenible* [Diapositivas]. Ministerio de Turismo. http://maetransparente.ambiente.gob.ec/documentacion/Biodiversidad/Archivos/Turismo_Sostenible-Gustavo_Viteri.pdf
- Zita, A. (2020). *Métodos de investigación: qué y cuáles son*. <https://www.todamateria.com/metodos-de-investigacion/>
- Qué es el turismo sustentable: definición y tipos. (2021). UVirtual. <https://blog.uvirtual.org/que-es-turismo-sustentable-tipos-de-turismo-sostenible>
- Lamboggia Ortiz, J. C. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: el caso del Ecuador* (Master's thesis, Quito, Ecuador: Flacso Ecuador).
- MONZON, J.L. (2006): “Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del tercer sector”, CIRIEC-España, nº56, pp 9-24.

ANEXOS

ANEXO A



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	0	9	0	1	5	2	A	N	0	9	0	8	0	0	0	1
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo								
1. DATOS GENERALES																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																
Centro de Recreación Balneario de Puerto Hondo																
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo										
ATRATIVOS_NATURALES			COSTAS_O_LITORALES			ESTERO										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia										
GUAYAS			GUAYAQUIL			JUAN GOMEZ RENDON (PROGRESO)										
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal									
Puerto Hondo																
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (msnm)										
-2,1885364			-80,0271338			0										
2.11 Información del administrador																
a. Tipo de Administrador:			b. Nombre de la Institución:			c. Precipitación Pluviométrica (mm):										
texto			texto			500 - 1000										
c. Nombre del Administrador:			d. Cargo que ocupa:			e. Teléfono / Celular:										
texto			texto			(+593)										
e. Teléfono / Celular:			f. Correo Electrónico:			Observaciones:										
(+593)			texto			texto										
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																
3.1 Características climatológicas																
a. Clima:			b. Temperatura(°C):			c. Precipitación Pluviométrica (mm):										
cálido tropical			17°C - 24°C			500 - 1000										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																
a. Cultura			b. Naturaleza			c. Aventura										
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																
a. Prístino		b. Primitivo		c. Rústico Natural		d. Rural		e. Urbano								
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>								
3.4 Ingreso al atractivo (U)																
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención												
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar		
Libre		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto		
Restringido		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto		
Pagado		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto		
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde		Hasta		Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque						
		0,00		0,00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>						
g. Meses recomendables de visita:										texto						
Observaciones:										texto						
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI		NO		S/I		
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Guayaquil						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		22 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:28 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 0		Long.: 0				
Observaciones:										texto						
4.2 Vías de Acceso (M)																
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado						

a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno	
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno	
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno	
Observaciones: <input type="text"/>							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: <input type="text"/>							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>							
Nacional: <input type="checkbox"/> Internacional: <input type="checkbox"/>							
Observaciones: <input type="text"/>							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseña <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique <input type="text"/> auto propio					
Observaciones: <input type="text"/>							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)		
		Día	Semana	Mensual	Eventual		
Línea 61	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tungurahua y Huancavilca / Puerto Hondo	
Línea 145	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Viaducto Flavio Alfaro y Perimetral / Puerto Hondo	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="text"/>							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/>							
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	15	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>	1	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>				
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		
Mayoristas		0			Mayoristas		0		
Internacionales		0			Internacionales		0		
Operadoras		0			Operadoras		0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo									
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	1	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	1	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	1	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: texto	
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/> b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: texto
Observaciones: texto	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto	
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>
	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>
	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>
	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
Observaciones: texto	
6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto	
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>
	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>
	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>
	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
Observaciones: texto	
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: Ministerio de Ambiente	b. Denominación: Área Protegida: Reserva de producción de fauna Mamíferos El Salado
c. Fecha de declaración: 15/1/2002	d. Alcance: Nacional
Observaciones: texto	
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>	
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: texto
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: texto

Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>						
Observaciones: <input type="text"/>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							
Observaciones: <input type="text"/>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		1	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		2	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <input type="text"/>								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto	
d. Otra <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones: texto					
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>		Línea telefónica <input type="checkbox"/>		Fija <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>		Móvil <input type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>		Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	
		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto					
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>					
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto					
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>					
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	
				Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
				Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto		Nombre del documento: texto	
				Año de elaboración: de 0	
Observaciones: texto					
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input type="checkbox"/>					
				SI <input type="checkbox"/>	
				NO <input type="checkbox"/>	
				SI/ <input type="checkbox"/>	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD/S)? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		Especifique:	
texto					
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		Especifique:	
texto					
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		Especifique:	
texto					
Observaciones: texto					
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) <input type="checkbox"/>					
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>					
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>					
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>		c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	
d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>		e. Surf <input type="checkbox"/>			
f. Kite surf <input type="checkbox"/>		g. Rafting <input type="checkbox"/>		h. Snorkel <input type="checkbox"/>	
i. Tubing <input type="checkbox"/>		j. Regata <input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>		l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>		m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	
n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>		o. Parassailing <input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>		q. Banana flotante <input type="checkbox"/>		r. Boya <input type="checkbox"/>	
s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones: texto					
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>		c. Parapente <input type="checkbox"/>	
d. Otro <input type="checkbox"/>		texto			
Observaciones: texto					
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>					
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>		c. Senderismo <input type="checkbox"/>	
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>		e. Canyoning <input type="checkbox"/>			
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Caminata <input type="checkbox"/>		j. Camping <input type="checkbox"/>			
k. Pícnic <input type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>		m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	
n. Otro <input type="checkbox"/>		texto			
Observaciones: texto					

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales <input type="checkbox"/>	l. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
Observaciones: <input type="text"/>		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: <input type="text" value="0"/>		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: <input type="text" value="Ninguna"/>		
c. Temporalidad de visita al atractivo		
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	Número de visitantes
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
Baja (meses) <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
d. Llegada de turistas		
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
Países de origen	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>
Observaciones: <input type="text"/>		
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>		
Nombre del Informante Clave: <input type="text"/>	Contactos: <input type="text" value="(+593)"/>	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>
Lunes a viernes <input type="text" value="0"/> Fines de semana <input type="text" value="0"/> Días feriados <input type="text" value="0"/>	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="text"/>		

12. RECURSO HUMANO						SI	NO	SI	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			d. Número de personas especializadas en turismo			<input type="checkbox"/>	0	<input type="checkbox"/>	0
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún idioma (M)		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0
Otro	texto	Sensibilización discapacitados	de	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto
Observaciones: texto									

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

texto

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: texto

b. Ubicación gráfica del Atractivo

texto

Fuente: texto

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	9
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	8,4
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	4
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL			100	35,4

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	9	0	1	5	2	M	C	0	1	0	3	0	0	0	0	1			
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo												
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
Centro de Recreación Balneario de Puerto Hondo																				
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo														
MANIFESTACIONES CULTURALES			ARQUITECTURA			INFRAESTRUCTURA RECREATIVA														
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia														
GUAYAS			GUAYAQUIL			JUAN GOMEZ RENDÓN (PROGRESO)														
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal													
Puerto Hondo																				
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (msnm)														
-2,1885364			-80,0271338			0														
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador:			b. Nombre de la Institución:																	
texto			texto																	
c. Nombre del Administrador:			d. Cargo que ocupa:																	
texto			texto																	
e. Teléfono / Celular:			f. Correo Electrónico:																	
(+593)			texto																	
Observaciones:			texto																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas																				
a. Clima:			b. Temperatura(°C):			c. Precipitación Pluviométrica (mm):														
calido tropical			17°C - 24°C			500 - 1000														
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																				
a. Cultura			b. Naturaleza			c. Aventura														
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>														
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																				
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico Natural		d. Rural		e. Urbano										
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>										
3.4 Ingreso al atractivo (U)																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención																
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar						
Libre		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Restringido		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Pagado		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:			Efectivo				Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito						
<input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:			<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>						
e. Precio:		Desde 0:00		Hasta 0:00		Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque										
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:			texto																	
Observaciones:			texto																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																				
										SI		NO		S/I						
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Guayaquil										
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		22 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0:28 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:		0		Long.: 0						
Observaciones:			texto																	
4.2 Vías de Acceso (M)																				
										Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado

a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno	
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno	
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno	
Observaciones: <input type="text"/>							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="text"/>	Estado		Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>	Estado	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="text"/>			Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>		
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="text"/>			Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: <input type="text"/>							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique auto propio					
Observaciones: <input type="text"/>							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Día	Semana	Mensual	Eventual		
Línea 01	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tungurahua y Huancavilca / Puerto Hondo	
Línea 145	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Viaducto Flavio Alfaro y Perimetral / Puerto Hondo	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="text"/>							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	
						Número de Plazas	

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	15	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	1	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo											
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	B	R	M		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardanía	<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Observaciones: <input type="text"/>																																	
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>																																	
<table border="1"> <tr> <td colspan="2">a. En el Atractivo <input type="checkbox"/></td> <td colspan="2">b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/></td> <td>Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/></td> <td>Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/></td> <td>Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Casa de cambio <input type="checkbox"/></td> <td>Cajero automático <input type="checkbox"/></td> <td>Otro <input type="checkbox"/></td> <td>Cajero automático <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Especifique: <input type="text"/></td> <td colspan="2">Especifique: <input type="text"/></td> </tr> </table>		a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>																	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>																															
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>																														
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>																														
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>																															
Observaciones: <input type="text"/>																																	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>																																	
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																																	
<table border="1"> <tr> <td>a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>b. Alterado <input type="checkbox"/></td> <td>c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></td> <td>d. Deteriorado <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>																												
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>																														
Observaciones: <input type="text"/>																																	
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)																																	
<table border="1"> <tr> <td colspan="2">6.1.1.1 Naturales (M)</td> <td colspan="2">6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</td> </tr> <tr> <td>a. Erosión <input type="checkbox"/></td> <td>b. Humedad <input type="checkbox"/></td> <td>a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/></td> <td>b. Actividades forestales <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Desastres naturales <input type="checkbox"/></td> <td>d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/></td> <td>e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/></td> <td>f. Huaquearía <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>e. Clima <input type="checkbox"/></td> <td>Otro <input type="checkbox"/></td> <td>g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/></td> <td>h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Especifique: <input type="text"/></td> <td>i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/></td> <td>j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>k. Generación de residuos <input type="checkbox"/></td> <td>l. Expansión urbana <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/></td> <td>n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>o. Vandalismo <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>		6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>			k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>			o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)																															
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>																														
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>																														
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>																														
Especifique: <input type="text"/>		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>																														
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>																														
		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>																														
		o. Vandalismo <input type="checkbox"/>																															
Observaciones: <input type="text"/>																																	
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>																																	
<table border="1"> <tr> <td>a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>b. Alterado <input type="checkbox"/></td> <td>c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></td> <td>d. Deteriorado <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>																												
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>																														
Observaciones: <input type="text"/>																																	
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)																																	
<table border="1"> <tr> <td colspan="2">6.2.1.1 Naturales (M)</td> <td colspan="2">6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</td> </tr> <tr> <td>a. Erosión <input type="checkbox"/></td> <td>b. Humedad <input type="checkbox"/></td> <td>a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/></td> <td>b. Actividades forestales <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Desastres naturales <input type="checkbox"/></td> <td>d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/></td> <td>e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/></td> <td>f. Huaquearía <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>e. Clima <input type="checkbox"/></td> <td>Otro <input type="checkbox"/></td> <td>g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/></td> <td>h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Especifique: <input type="text"/></td> <td>i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/></td> <td>j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>k. Generación de residuos <input type="checkbox"/></td> <td>l. Expansión urbana <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/></td> <td>n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>o. Vandalismo <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>		6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>			k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>			o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)																															
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>																														
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>																														
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>																														
Especifique: <input type="text"/>		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>																														
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>																														
		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>																														
		o. Vandalismo <input type="checkbox"/>																															
Observaciones: <input type="text"/>																																	
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>																																	
<table border="1"> <tr> <td>a. Declarante: <input type="text"/></td> <td>b. Denominación: <input type="text"/></td> <td>c. Fecha de declaración: <input type="text"/></td> <td>d. Alcance: <input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Ministerio de Ambiente</td> <td>Área Protegida Reserva de producción de fauna Manolares R. Salado</td> <td>15/11/2002</td> <td>Nacional</td> </tr> </table>		a. Declarante: <input type="text"/>	b. Denominación: <input type="text"/>	c. Fecha de declaración: <input type="text"/>	d. Alcance: <input type="text"/>	Ministerio de Ambiente	Área Protegida Reserva de producción de fauna Manolares R. Salado	15/11/2002	Nacional																								
a. Declarante: <input type="text"/>	b. Denominación: <input type="text"/>	c. Fecha de declaración: <input type="text"/>	d. Alcance: <input type="text"/>																														
Ministerio de Ambiente	Área Protegida Reserva de producción de fauna Manolares R. Salado	15/11/2002	Nacional																														
Observaciones: <input type="text"/>																																	
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>																																	
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>																																	
<table border="1"> <tr> <td colspan="2">a. En el atractivo <input type="checkbox"/></td> <td colspan="2">b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Agua: <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Especifique: <input type="text"/></td> <td>Agua: <input type="checkbox"/></td> <td>Especifique: <input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Especifique: <input type="text"/></td> <td>Energía eléctrica: <input type="checkbox"/></td> <td>Especifique: <input type="text"/></td> </tr> </table>		a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>		Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Agua: <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>																				
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>																															
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Agua: <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>																														
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>																														

Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>						
Observaciones: <input type="text"/>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							
Observaciones: <input type="text"/>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		1	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		2	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <input type="text"/>								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	texto
d. Otra <input type="checkbox"/>			texto
Observaciones: texto			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satellitai <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satellitai <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto	Nombre del documento: texto
		Año de elaboración: de	0
Observaciones: texto			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: texto
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
Observaciones: texto			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bole <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones: texto	

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>					
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>			
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>			
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	l. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>			
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>			
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	i. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>			
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> <input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text"/>					
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)					
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>					
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción			
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>	Ninguna			
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna			
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna			
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna			
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna			
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna			
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna			
Observaciones: <input type="text"/>					
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>					
Observaciones: <input type="text"/>					
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0					
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna					
c. Temporalidad de visita al atractivo					
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Número de visitantes: 0			
Baja (meses) <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	Número de visitantes: 0			
d. Llegada de turistas					
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text"/>	0	Países de origen	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0		<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0		<input type="text"/>	0
Observaciones: <input type="text"/>					
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave: <input type="text"/>			Contactos: <input type="text"/> (+593)		
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>		
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>					

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SII	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>		0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>		0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/>	Hospitalidad <input type="checkbox"/>	Inglés <input type="checkbox"/>	Alemán <input type="checkbox"/>		
Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Atención al Cliente <input type="checkbox"/>	Guianza <input type="checkbox"/>	Francés <input type="checkbox"/>	Italiano <input type="checkbox"/>		
Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Chino <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
<input type="text"/>							
14. ANEXOS							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
Fuente: <input type="text"/>							
b. Ubicación gráfica del Atractivo							
<input type="text"/>							
Fuente: <input type="text"/>							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	Albán Karla	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre			
Institución	Espol	Institución		Institución			
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo			
Correo Electrónico		Correo Electrónico		Correo Electrónico			
Teléfono		Teléfono		Teléfono			
Firma		Firma		Firma			
Fecha	4/12/2021	Fecha		Fecha			

ANEXO B

Ficha Calificación Variable "Aptitud Territorial"

Factores	Criterios	Definición	Escala de Valoración	Fuente
1. Recursos Turísticos	Patrimonio Material	Presencia de bienes culturales muebles e inmuebles que complementan la oferta turística de la zona.	0. Carencia de bienes culturales muebles e inmuebles. 1. Bienes culturales inhabitados o sin servicios para recibir turistas. 2. Bienes culturales conservados con atención continua para recibir turistas.	Bienes de interés cultural PDOT, Observación directa (comunidad, actores locales, visitantes).
	Patrimonio Inmaterial	Presencia de tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales, expresiones urbanas, manifestaciones urbanas, actos festivos, expresiones artísticas, entreo otras que complementan la oferta turística de la zona.	0. Inexistencia de expresiones artísticas y/o folklóricas. 1. Expresiones artísticas y folklóricas auténticas reconocidas por la comunidad, sin proyección turística. 2. Expresiones artísticas y folklóricas auténticas reconocidas por la comunidad y los turistas.	Comunidad, listado de corporaciones artísticas y culturales.
	Festividades y Eventos	Atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora.	0. Ausencia de festividades, eventos y mercados tradicionales. 1. Festividades, eventos y mercados tradicionales reconocidos por la comunidad, sin proyección turística. 2. Festividades, eventos y mercados tradicionales reconocidos por la comunidad y los turistas.	Proyectos de acuerdo municipal, comunidad, festividades y eventos (organismo público a cargo de factor cultural).
	Sitios Naturales	Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo.	0. Ausencia de recursos naturales como complemento a la actividad turística. 1. Recursos naturales altamente impactados por actividades antrópicas. 2. Recursos naturales conservados y aptos para la visita de turistas.	Observación directa, PDOT, Plan ambiental, Actores sociales.
2. Infraestructura	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	Sistema integral que facilita la movilidad tipo metro, bus articulado y alimentador.	0. Sin acceso. 1. Con acceso restringido y se requiere la conexión con otros sistemas de transporte. 2. Accesibilidad plena a través del sistema integrado.	Número de estaciones del metro, estaciones de tranvía, estaciones de metrocable, metroplus, entre otras.
	Accesibilidad a través de medios de transporte público	Sistema público colectivo de transporte terrestre de pasajeros en medios convencionales como bus, micro o taxi.	0. Sin acceso. 1. Con acceso restringido y se requiere desplazamiento a pie u otros medios informales. 2. Accesibilidad plena a través de medios masivos de transporte.	Presencia de paraderos en la zona, Número de rutas urbanas en el sector.
	Servicios de Comunicaciones	Cobertura y conectividad Wifi gratuita.	0. Sin acceso. 1. Acceso limitado o restringido. 2. Conectividad eficiente y gratuita.	Cobertura Wifi pública (Organismos públicos encargados), PDOT.
	Calidad Ambiental del Paisaje Urbano	Condiciones de calidad del entorno y características físico-espaciales.	0. Alto nivel de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacios públicos por disposición de basura. 1. Niveles aceptables de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacios públicos por disposición de basura. 2. Buenas condiciones de calidad del entorno sin saturación visual.	Observación directa, organismos públicos.
	Señalización Urbana	Presencia de señalética de tipo urbano que permita la ubicación de los visitantes en la zona.	0. Ausencia de señalización. 1. Existencia de señalamientos insuficientes. 2. Amplia disponibilidad de señalización informativa, preventiva y restrictiva.	Observación directa, organismos públicos.

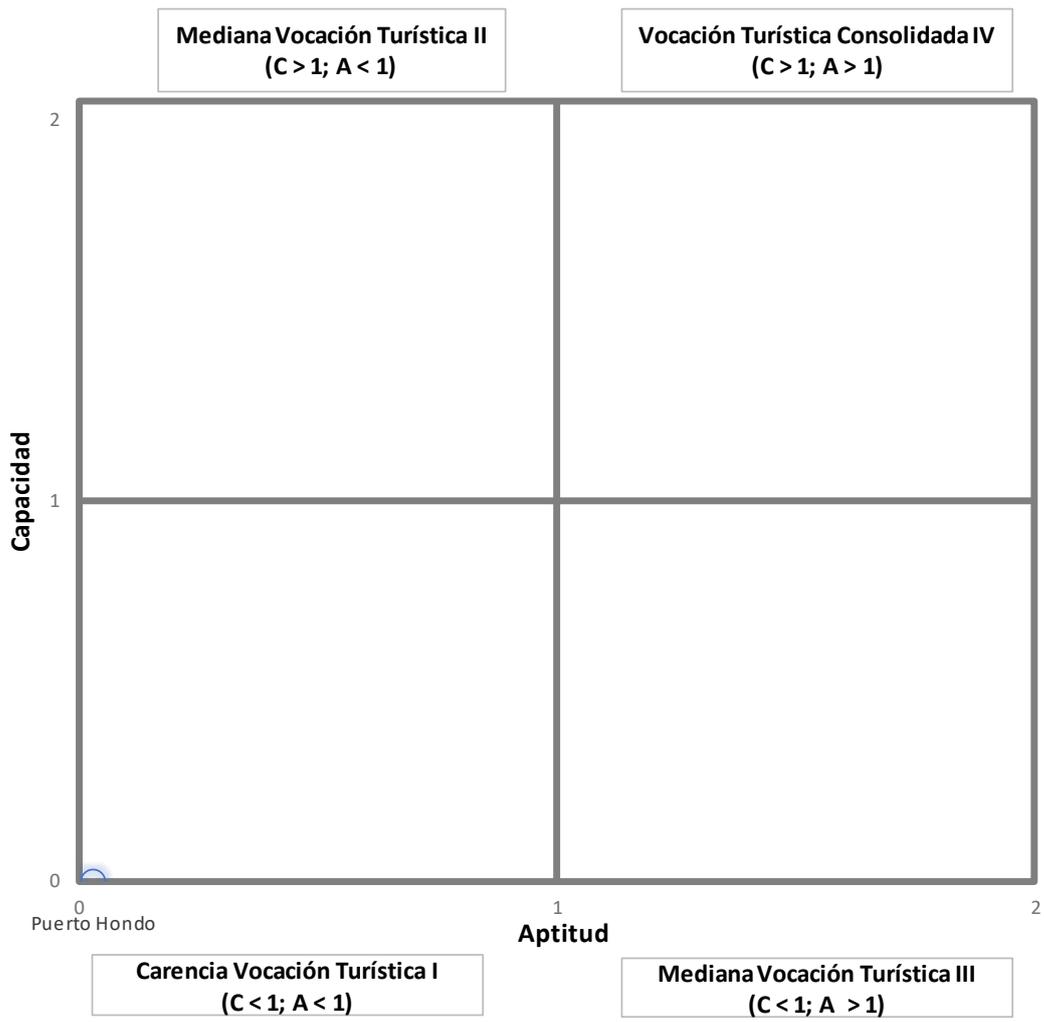
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Servicios de Alimentación	Establecimientos de expendio de comidas preparadas como restaurantes.	<p>0. Ausencia de restaurantes típicos y convencionales.</p> <p>1. Restaurantes y establecimientos típicos y convencionales que atienden tanto a turistas como público en general.</p> <p>2. Restaurantes y establecimientos típicos y convencionales que atienden en su mayoría a turistas.</p>	Observación directa, catastro turístico, entidades públicas.
	Señalización Turística	Simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los visitantes sobre los atractivos culturales y naturales, las actividades turísticas y de apoyo a los servicios turístico.	<p>0. Falta de señalización turística.</p> <p>1. Insuficiente señalización.</p> <p>2. Señalización turística clara y confiable.</p>	Observación directa, organismos públicos.
	Servicios de Información Turística	Sistema de información confiable, a través de puntos de información turística que contribuyan a la orientación y satisfacción del visitante.	<p>0. Carencia de puntos de información turística.</p> <p>1. Puntos de información turística no vinculados a la red nacional.</p> <p>2. Puntos de información turística vinculados a la red nacional.</p>	Observación directa, organismos públicos.
	Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles	Espacios delimitados como zonas aptas de parqueo que permita el descenso y ascenso de pasajeros cómodamente.	<p>0. Falta de paraderos para transporte turístico especial.</p> <p>1. Limitados paraderos para transporte turístico especial.</p> <p>2. Amplios espacios como paraderos para transporte turístico especial.</p>	Observación directa, organismos públicos.

Ficha de Calificación Variable "Capacidad"

Factores	Definición	Escala de Valoración	Fuente
1. Capacidad de Atención	Se refiere a la presencia de personal capacitado y cualificado para dirigir los recorridos dentro de la zona.	<p>0. Sin presencia de personal para realizar recorridos guiados en la zona.</p> <p>1. Presencia de personal para realizar recorridos sin formación específica.</p> <p>2. Presencia de personal para realizar recorridos con formación específica.</p>	Corporaciones, guías turísticos, centros de información, orientación al visitante.
2. Grado de Planificación Turística	Acciones de planificación turística realizadas por el organismo de turismo local como un proceso vinculado estrechamente con la ordenación del territorio.	<p>0. Ausencia de acciones de planificación desde el organo de turismo local para la zona.</p> <p>1. Acciones de planificación desde el organismo de turismo local que de forma indirecta benefician a la zona.</p> <p>2. Acciones de planificación directas desde el organismo de turismo local que impactan el turismo en la zona.</p>	Plan de Desarrollo Turístico, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, entrevistas a los gestores públicos locales.
3. Afluencia Turística Actual	Se refiere al uso turístico actual que presenta la zona.	<p>0. Motiva corrientes turísticas locales y/o regionales.</p> <p>1. Motiva corrientes turísticas nacionales.</p> <p>2. Motiva corrientes turísticas internacionales.</p>	Cuestionarios y/o encuestas a operadores turísticos, anuarios de estadísticas turísticas, observación directa.
4. Publicidad y Promoción	Acciones de publicidad y promoción para atraer visitantes a la zona.	<p>0. La zona no se encuentra georreferenciada en ninguna plataforma ni en el mapa turístico de la ciudad.</p> <p>1. Se identifica la zona en el mapa turístico de la ciudad pero no se encuentra debidamente georreferenciada en diferentes plataformas.</p> <p>2. Zona debidamente georreferenciada e identificada en el mapa turístico de la ciudad con información en plataformas de viajeros nacionales e internacionales.</p>	Revisión sitios web, portales de viajeros nacionales e internacionales, guías turísticas, plataformas de georreferenciación.
5. Importancia Turística Actual	Se refiere a la inclusión de la zona en la oferta turística de ciudad como parte de los recorridos que ofrecen los operadores turísticos.	<p>0. No figura como sitio de visita en los recorridos de ciudad ofrecidos por las operadoras de turismo.</p> <p>1. Complementa otros recursos como parte de los recorridos de ciudad.</p> <p>2. Es el principal recurso a visitar y cuenta con ruta propia en los recorridos de ciudad ofrecidos por las agencias operadoras.</p>	Revisión de guías turísticas, mapas, programas turísticos, entrevistas con operadores turísticos.

Factores y Variables "Aptitud Territorial"

Factores	Valor	Calificación	Amplitud
1. Recursos Turísticos (r)	40%	3%	0,01
2. Infraestructura	30%	5%	0,02
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas (ei)	30%	1%	0,00
Calificación Total			0,03



ANEXO C

Facultad de
Ciencias
Sociales y
Humanísticas

espol

Encuesta de percepción del visitante sobre el destino Puerto Hondo

La siguiente encuesta es realizada con fines académicos, con el propósito de analizar las necesidades y requerimientos de los turistas que visitan el recinto Puerto Hondo.

Agradecemos su colaboración.

1. Sexo *

Marca solo un óvalo.

Masculino

Femenino

2. Edad *

Marca solo un óvalo.

21 - 30 años

31 - 40 años

41 - 50 años

51 - 60 años

60 o más años

3. Indique la ciudad donde reside *

4. Nivel de educación *

Marca solo un óvalo.

- Primaria
- Secundaria
- Universidad
- Postgrado
- Otros: _____

5. Cuando viaja, ¿Quiénes conforman su grupo de viaje? *

Marca solo un óvalo.

- Solo(a)
- Con pareja
- Con familia (padres e hijos)
- Con amigos

6. ¿Cuándo visita un sitio turístico, prefiere escoger lugares con un entorno natural?*

Marca solo un óvalo.

- Si
- A veces
- No

7. De las siguientes actividades cual(es) es (son) las que le gusta realizar *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Paseo en canoa
- Avistamiento de aves
- Practicar kayak
- Pesca deportiva

Otros: _____

8. ¿Conoce usted el Balneario Puerto Hondo? *



Marca solo un óvalo.

- Sí *Ir a la pregunta 9*
- No *Ir a la pregunta 20*

9. ¿Cómo se enteró del destino Puerto Hondo? *

Marca solo un óvalo.

- Televisión
- Redes Sociales
- Amigos
- Familiares
- Otros: _____

10. ¿Ha visitado alguna vez el Balneario de Puerto Hondo? *

Marca solo un óvalo.

Sí *Ir a la pregunta 11*

No *Ir a la pregunta 20*

11. ¿Cuántas veces ha visitado Puerto Hondo? *

Marca solo un óvalo.

Una vez

Dos veces

Tres veces o más

12. ¿Con quienes ha visitado Puerto Hondo? *

Marca solo un óvalo.

Con familia

Con Amigos

Solo(a)

Con pareja

13. Si su respuesta anterior fue con familiares, indique el número de familiares con los que ha ido

14. ¿Durante su visita, con cuales servicios conto? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Alimentación
- Hospedaje
- Paseos en Bote
- Guianza turística
- Alquiler de kayak
- Oficina de información

Otros: _____

15. ¿Por qué ha visitado Puerto Hondo? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Deportes
- Naturaleza
- Gastronomía
- Parque Acuático
- Estero
- Descanso
- Por conocer

Otros: _____

16. De las siguientes actividades que se ofrecen en el sitio, ¿Cuáles son las que más le gusta realizar? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Avistamiento de aves
- Recorridos en bote
- Pesca deportiva
- Pesca vivencial
- Kayak

17. ¿Cuál sería su gasto promedio por persona? *

Marca solo un óvalo.

- 1 - 5 dólares
- 5 - 10 dólares
- 11 - 15 dólares
- 15 dólares o mas

18. ¿Cómo calificaría su experiencia en el sitio? *

Marca solo un óvalo.

- Supero mis expectativas
- De acuerdo con mis expectativas
- Neutro
- No supero mis expectativas
- Decepcionado

19. ¿Regresaría de nuevo a Puerto Hondo? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- Tal vez
- No

Agradecemos su participación y tiempo al realizar la encuesta

20. ¿Le gustaría visitar el destino Puerto Hondo? *

Marca solo un óvalo.

Si

Tal vez

No

21. ¿Con quién visitaría Puerto Hondo? *

Marca solo un óvalo.

Con amigos

Con familiares

Solo(a)

Con pareja

22. Si su respuesta anterior fue con familiares, indique el número de familiares con los que iría

Puerto Hondo, se encuentra ubicado en la Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado en Guayaquil



23. De acuerdo a la imagen, ¿Qué actividades le gustaría realizar en el sitio? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Pesca deportiva
- Recorridos en bote
- Avistamiento de aves
- Kayak
- Pesca vivencial

Otros: _____

24. ¿Cuál sería su gasto promedio por persona?, teniendo en cuenta las actividades que puede realizar *

Marca solo un óvalo.

- De 1 - 5 dólares
 De 5 - 10 dólares
 De 10 - 15 dólares
 De 15 a más dólares

25. ¿Con cuáles de los siguientes servicios le gustaría contar en caso de visitar el sitio? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Alimentación
 Hospedaje
 Paseos en bote
 Guianza turística
 Alquiler de kayaks
 Oficina de información

Otros: _____

26. Teniendo en cuenta la imagen, de visitar Puerto Hondo, ¿Cuáles de las siguientes opciones serian sus razones? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Deportes
 Naturaleza
 Gastronomía
 Parque Acuático
 Estero
 Descanso
 Por conocer

Otros: _____

27. ¿Cuántas veces al año usted visitaría este destino? *

Marca solo un óvalo.

- 1 vez al año
 2 veces al año
 3 o más veces al año

28. ¿Cuál sería su medio de transporte principal hacia el destino? *

Marca solo un óvalo.

- Bus
 Carro
 Otros: _____

Agradecemos su participación y tiempo al realizar la encuesta

ANEXO D

Capacidad instalada Pesca Deportiva

CAPACIDAD INSTALADA			Pesca		Empleados
	INICIO	FIN	Botes	Capacidad	
Horario de atención	8:00	17:00	2	5	2 guía + 2 conductor
Horas trabajadas por día	8	horas/diarias			
Días laborados	6	días	Personas atendidas	10	
Horario	Martes a Domingos		En 8 horas	80	
Duración del recorrido	1	hora	En 6 días	480	
Duración kayak	30	min	Al mes	1920	
Duración pesca	1	hora	Al año	23040	
			35%	8064	usuarios.

Capacidad instalada recorrido en botes

CAPACIDAD INSTALADA			Recorrido en bote		Empleados
	INICIO	FIN	Botes	Capacidad	
Horario de atención	8:00	17:00	2	7	2 guía + 2 conductor
Horas trabajadas por día	8	horas/diarias			
Días laborados	6	días	Personas atendidas	14	
Horario	Martes a Domingos		En 8 horas	112	
Duración del recorrido	1	hora	En 6 días	672	
Duración kayak	30	min	Al mes	2688	
Duración pesca	1	hora	Al año	32256	
			40%	12902	usuarios.

Capacidad instalada alquiler de kayaks

CAPACIDAD INSTALADA			Kayak		Empleados
	INICIO	FIN	Botes	Capacidad	
Horario de atención	8:00	17:00	7	1	3
Horas trabajadas por día	8	horas/diarias			
Días laborados	6	días	Personas atendidas	7	
Horario	Martes a Domingos		En 8 horas	112	
Duración del recorrido	1	hora	En 6 días	672	
Duración kayak	30	min	Al mes	2688	
Duración pesca	1	hora	Al año	32256	
			28%	9032	usuarios.

ANEXO E

ROL DE PAGOS DE RECORRIDOS EN BOTES

ROL DE PAGOS

AÑO 0											PROVISIONAL		
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PERSONAL IESS	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	DESAHUCIO	TOTAL COSTO POR MES	TOTAL COSTO POR AÑO
GERENTE	1	\$1.100,00	\$0,00	\$0,00	\$91,67	\$35,42	\$45,83	\$103,95	\$133,65	\$0,00	\$22,92	\$1.533,43	\$18.401,20
VENTAS	1	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$0,00	\$8,85	\$614,20	\$7.370,35
GUÍA	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$0,00	\$17,71	\$1.192,98	\$14.315,70
CONDUCTOR	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$0,00	\$17,71	\$1.192,98	\$14.315,70
TOTAL		\$3.225,00	\$0,00	\$0,00	\$268,75	\$141,67	\$134,38	\$304,76	\$391,84	\$0,00	\$67,19	\$4.533,58	\$54.402,95

\$3.616,84

AÑO 1											PROVISIONAL		
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PERSONAL IESS	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	DESAHUCIO	TOTAL COSTO DE NOMINA	TOTAL COSTO POR AÑO
GERENTE	1	\$1.100,00	\$0,00	\$0,00	\$91,67	\$35,42	\$45,83	\$103,95	\$133,65	\$91,67	\$22,92	\$1.602,18	\$19.226,20
VENTAS	1	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$35,42	\$8,85	\$640,76	\$7.689,10
GUÍA	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$70,83	\$17,71	\$1.246,10	\$14.953,20
CONDUCTOR	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$70,83	\$17,71	\$1.246,10	\$14.953,20
TOTAL		\$3.225,00	\$0,00	\$0,00	\$268,75	\$141,67	\$134,38	\$304,76	\$391,84	\$268,75	\$67,19	\$4.735,14	\$56.821,70

ROL DE PAGOS DE ALQUILER DE KAYAK

ROL DE PAGOS

AÑO 0											PROVISIONAL		
CARGO	SUELDO	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PERSONAL IESS (9,45%)	APORTE PATRONAL EMPLEADOR	FONDO DE RESERVA	DESAHUCIO	TOTAL COSTO POR MES	TOTAL COSTO POR AÑO	
GERENTE	\$1.100,00	\$0,00	\$0,00	\$91,67	\$35,42	\$45,83	\$103,95	\$133,65	\$0,00	\$22,92	\$1.429,48	\$17.153,80	
VENTAS	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$0,00	\$8,85	\$574,03	\$6.888,40	
AYUDANTE	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$0,00	\$8,85	\$574,03	\$6.888,40	
TOTAL	\$1.950,00	\$0,00	\$0,00	\$162,50	\$106,25	\$81,25	\$184,28	\$236,93	\$0,00	\$40,63	\$2.577,55	\$30.930,60	

\$2.186,93

AÑO 1											PROVISIONAL		
CARGO	SUELDO	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PERSONAL IESS (9,45%)	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	DESAHUCIO	TOTAL COSTO DE NOMINA	TOTAL COSTO POR AÑO	
GERENTE	\$1.100,00	\$0,00	\$0,00	\$91,67	\$35,42	\$45,83	\$103,95	\$133,65	\$91,67	\$22,92	\$1.521,15	\$18.253,80	
VENTAS	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$35,42	\$8,85	\$609,45	\$7.313,40	
AYUDANTE	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$35,42	\$8,85	\$609,45	\$7.313,40	
TOTAL	\$1.950,00	\$0,00	\$0,00	\$162,50	\$106,25	\$81,25	\$184,28	\$236,93	\$162,50	\$40,63	\$2.740,05	\$32.880,60	

ROL DE PAGOS DE PESCA DEPORTIVA

ROL DE PAGOS

AÑO 0

PROVISIONAL

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PERSONAL IESS	APORTE PATRONAL IESS	FONDO DE RESERVA	DESAHUICIO	TOTAL COSTO POR MES	TOTAL COSTO POR AÑO
GERENTE	1	\$1.100,00	\$0,00	\$0,00	\$91,67	\$35,42	\$45,83	\$103,95	\$133,65	\$0,00	\$22,92	\$1.533,43	\$18.401,20
VENTAS	1	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$0,00	\$8,85	\$574,03	\$6.888,40
GUÍA	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$0,00	\$17,71	\$1.112,65	\$13.351,80
CONDUCTOR	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$0,00	\$17,71	\$1.112,65	\$13.351,80
TOTAL		\$3.225,00	\$0,00	\$0,00	\$268,75	\$141,67	\$134,38	\$304,76	\$391,84	\$0,00	\$67,19	\$4.332,77	\$51.993,20

\$10.850,51

AÑO 1

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PERSONAL IESS	APORTE PATRONAL IESS	FONDO DE RESERVA	DESAHUICIO	TOTAL COSTO DE NOMINA	TOTAL COSTO POR AÑO
GERENTE	1	\$1.100,00	\$0,00	\$0,00	\$91,67	\$35,42	\$45,83	\$103,95	\$133,65	\$91,67	\$22,92	\$1.602,18	\$19.226,20
VENTAS	1	\$425,00	\$0,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$40,16	\$51,64	\$35,42	\$8,85	\$600,60	\$7.207,15
GUÍA	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$70,83	\$17,71	\$1.165,78	\$13.989,30
CONDUCTOR	2	\$850,00	\$0,00	\$0,00	\$70,83	\$35,42	\$35,42	\$80,33	\$103,28	\$70,83	\$17,71	\$1.165,78	\$13.989,30
TOTAL		\$3.225,00	\$0,00	\$0,00	\$268,75	\$141,67	\$134,38	\$304,76	\$391,84	\$268,75	\$67,19	\$4.534,33	\$54.411,95

ANEXO F

PROPUESTA ECONÓMICA

Vallas Publicitarias

CANTIDAD	DETALLE	PERIODO	CIUDAD	VALOR UNITARIO	DESCUENTO	VALOR FINAL
1	Valla Publicitaria un Lado	6 meses	Vía a la costa	\$ 5.810,00	\$ 830,00	\$ 4.980,00
1	Valla Publicitaria un Lado	1 año	Vía a la costa	\$ 9.400,00	\$ 900,00	\$ 8.500,00
1	Valla Publicitaria doble Lado	6 meses	Vía a la costa	\$ 10.210,00	\$ 860,00	\$ 9.350,00
1	Valla Publicitaria doble Lado	1 año	Vía a la costa	\$ 18.300,00	\$ 980,00	\$ 17.320,00

VALOR NO INCLUYE EL 12% DE IVA

- Valor incluye producción de lona en alta resolución.
- Iluminación
- Instalación
- Protección UV contra los rayos solares
- Seguro contra accidentes.



ANEXO G

FICHAS DE INVERSIÓN: Recorridos en Bote

Mipymes Puerto Hondo	
<i>Descripción general del proyecto</i>	
Concepto	• Creación de una microempresa turística para realizar recorridos en botes, con el servicio de guianza turística, durante el cual se podrá observar las aves que habitan en el destino.
Ubicación	• Puerto Hondo, Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, vía a la costa.
Actores asociados al proyecto	• Ministerio de Turismo, Municipio de Guayaquil
<i>Potencial turístico</i>	
Segmentos objetivo	• Visitantes locales (Guayaquil)
Niveles de retorno estimado	• TIR 23%
Priorización para el desarrollo económico local	• El destino cuenta con un limitado desarrollo turístico, por lo cual esta iniciativa permitirá dinamizar la economía local a través de la generación de empleo directo (6) e indirecto
<i>Inversión necesaria</i>	
Necesidad de inversión aproximada	• \$ 33.055,86
VAN	\$28.846,94
Perfil deseado de la inversión	
	• Inversionista privado de preferencia habitante de Puerto Hondo o público, que financie el crecimiento del negocio o gestor.
<i>Modelo de negocio</i>	
Modelo de gestión preliminar adecuado	• El promotor local se encarga de la gestión del negocio
<i>Identificación de potenciales inversionistas de la lista larga</i>	
Fortalezas para la captación de inversiones	Se encuentra ubicado en un área protegida, con un gran entorno natural, y una basta biodiversidad Se puede llegar a la zona fácilmente, sea en bus, carro propio u otro medio terrestre.
Debilidades para la captación de inversiones	Competencia cercana en la zona.
Oportunidades para la captación de inversiones	Habitantes cuentan con experiencia previa en el desarrollo de la actividad.
Amenazas para la captación de inversiones	
<i>Detalles extras</i>	

Equipos y Maquinarias	motor a gasolina, lancha, chalecos salvavidas
Capacidad instalada del servicio	La capacidad instalada del negocio al primer año fijada en un 38%

FICHA DE INVERSIÓN: Alquiler de Kayaks

Mipymes Puerto Hondo	
<i>Descripción general del proyecto</i>	
Concepto	Creación de una microempresa turística de alquiler kayaks, la actividad tiene una duración de 30 min. por persona, al visitante se le entrega con todos los implementos necesarios para que pueda navegar en el estero en el estero de Puerto Hondo
Ubicación	Puerto Hondo, Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, vía a la costa.
Actores asociados al proyecto	Ministerio de Turismo, Municipio de Guayaquil
<i>Potencial turístico</i>	
Segmentos objetivo	Visitantes locales (Guayaquil)
Niveles de retorno estimado	TIR 22%
Priorización para el desarrollo económico local	El destino cuenta con un limitado desarrollo turístico, por lo cual esta iniciativa permitirá dinamizar la economía local a través de la generación de empleo directo (3) e indirecto
<i>Inversión necesaria</i>	
Necesidad de inversión aproximada	\$19.034,63
VAN	\$15.595,35
Perfil deseado de la inversión	Inversionista privado de preferencia habitante de Puerto Hondo o público, que financie el crecimiento del negocio o gestor.
<i>Modelo de negocio</i>	
Modelo de gestión preliminar adecuado	El promotor local se encarga de la gestión del negocio
<i>Identificación de potenciales inversionistas de la lista larga</i>	
Fortalezas para la captación de inversiones	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa competencia con las mismas características cercana a la zona • Conectividad terrestre • Se encuentra ubicado en un área protegida <p>Puede ser empleado por grupos que practiquen la actividad como un deporte</p>

Debilidades para la captación de inversiones	
Oportunidades para la captación de inversiones	Habitantes cuentan con experiencia previa en el desarrollo de la actividad
Amenazas para la captación de inversiones	
<i>Detalles extras</i>	
Equipos y Maquinarias	kayaks, remos, chalecos salvavidas
Capacidad Instalada del servicio	La capacidad instalada del negocio al primer año fijada en un 28%

FICHA DE INVERSIÓN: Pesca Deportiva

Mipymes Puerto Hondo	
<i>Descripción general del proyecto</i>	
Concepto	• Creación de una microempresa turística dedicada a la pesca deportiva, misma que contara con un guía o instructor el cual acompañara a las personas en el bote para realizar la actividad de forma segura, en el estero de Puerto Hondo. Además de contar con un conductor
Ubicación	• Puerto Hondo, Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, vía a la costa.
Actores asociados al proyecto	• Ministerio de Turismo, Municipio de Guayaquil
<i>Potencial turístico</i>	
Segmentos objetivo	• Visitantes locales (Guayaquil)
Niveles de retorno estimado	TIR 28%
Priorización para el desarrollo económico local	• El destino cuenta con un limitado desarrollo turístico, por lo cual esta iniciativa permitirá dinamizar la economía local a través de la generación de empleo directo (6) e indirecto
<i>Inversión necesaria</i>	
Necesidad de inversión aproximada	• \$ 25.227,06
VAN	\$34.938,66
Perfil deseado de la inversión	• Inversionista privado de preferencia habitante de Puerto Hondo o público, que financie el crecimiento del negocio o gestor.
<i>Modelo de negocio</i>	
Modelo de gestión preliminar adecuado	• El promotor local se encarga de la gestión del negocio

Identificación de potenciales inversionistas de la lista larga

Fortalezas para la captación de inversiones	Se encuentra ubicado en un área protegida, con un gran entorno natural, y una basta biodiversidad Sirve de puente para realizar otras actividades derivadas como la pesca vivencial Se puede llegar a la zona fácilmente, sea en bus, carro propio u otro medio terrestre.
Debilidades para la captación de inversiones	
Oportunidades para la captación de inversiones	Habitantes cuentan con experiencia previa en el desarrollo de la actividad
Amenazas para la captación de inversiones	
<i>Detalles extras</i>	
Equipos y maquinarias	Cañas de pescar, botes, remos, hilo de pescar
Capacidad Instalada del servicio	La capacidad instalada del negocio al primer año fijada en un 35%