



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN: HOTELEÍA Y TURISMO

TEMA:

“EMPREDIMIENTO Y LA TENDENCIA DE MERCADO EN EL
CANTÓN MONTALVO”

AUTOR:

GEOCONDA CRISTINA NAREA RODRÍGUEZ

TUTOR:

MSC. MARICELA IZURIETA

BABAHOYO – ECUADOR

2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO



**CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO
DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, 24 de abril de 2019

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, designado por el Consejo Directivo con oficio -C-HT-T-00290-2019, con 05/04/2019, mediante resolución CD-FAC.C.C.J.S.E-SE-003-RES-001-2019, certifico que el Sr. (ta) **NAREA RODRIGUEZ GEOCONDA CRISTINA**, ha desarrollado el documento probatorio dimensión práctica del examen complejo

**EMPREDIMIENTOS Y LA TENDENCIA DE MERCADO EN EL CANTÓN
MONTALVO.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

Msc. Maricela Izurieta Puente
DOCENTE DE LA FCJSE.



FECHA: 13/5/2019

HORA: 18:26

**FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACION
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
HOTELERIA Y TURISMO
UNIDAD DE TITULACIÓN**

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR: IZURIETA PUENTE ELECTRA MARICELA
ESTUDIANTE: NAREA RODRIGUEZ GEOCONDA CRISTINA
PERIODO ACADÉMICO: ENERO 2019 - MAYO 2019
MODALIDAD DE TITULACIÓN: EXAMEN COMPLEXIVO
FASE DE MODALIDAD: FASE PRÁCTICA
PROYECTO DE TITULACIÓN: EMPRENDIMIENTO Y LA TENDENCIA DE MERCADO EN EL CANTÓN MONTALVO

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

EMPRENDIMIENTO Y LA TENDENCIA DE MERCADO EN EL CANTÓN MONTALVO					
FASE	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
FASE PRÁCTICA	2019-04-02	2019-05-13	TERMINADO	100%	HABILITADO

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

INTRODUCCION					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
INTRODUCCION	2019-04-21	2019-04-25	TERMINADO	100%	HABILITADO

CONCLUSIONES					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONCLUSIONES	2019-04-10	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

BIBLIOGRAFIA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
BIBLIOGRAFIA	2019-04-12	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

ANEXOS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ANEXOS	2019-04-12	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

DESARROLLO					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
DESARROLLO	2019-04-05	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

TRABAJO FINAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
TRABAJO FINAL	2019-05-13	2019-05-13	TERMINADO	100%	HABILITADO
CORRECCIÓN DE TITULACION	2019-05-10	2019-05-13	TERMINADO	100%	HABILITADO

IZURIETA PUENTE ELECTRA MARICELA
DOCENTE TUTOR

NAREA RODRIGUEZ GEOCONDA CRISTINA
ESTUDIANTE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
EXAMEN COMPLEXIVO



RESULTADO DE GRADUACIÓN DE LA DIMENSIÓN ESCRITA
DE LA MODALIDAD DE EXAMEN COMPLEXIVO.

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE
INVESTIGACIÓN, TITULADO: “EMPRENDIMIENTO Y LA TENDENCIA DE
MERCADO EN EL CANTÓN MONTALVO”
PRESENTADO POR LA SEÑORITA: GEOCONDA CRISTINA NAREA
RODRÍGUEZ

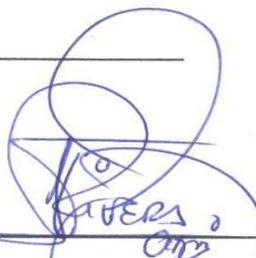
OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8.17 (ocho punto diecisiete)

EQUIVALENTE A:


Msc. ROMERO JÁCOME VÍCTOR
ABEL
DELEGADO DE LA DECANA

TRIBUNAL:


PHD. RIVERA GARCÍA
CHRISTIAN GEOVANNY
DOCENTE ESPECIALISTA


Msc. CASTILLO ZUÑIGA VÍCTOR
JAVIER
DELEGADO DEL CIDE


ABG. ISELA BERRUZ
MOSQUERA
SECRETARIA DE LA
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO

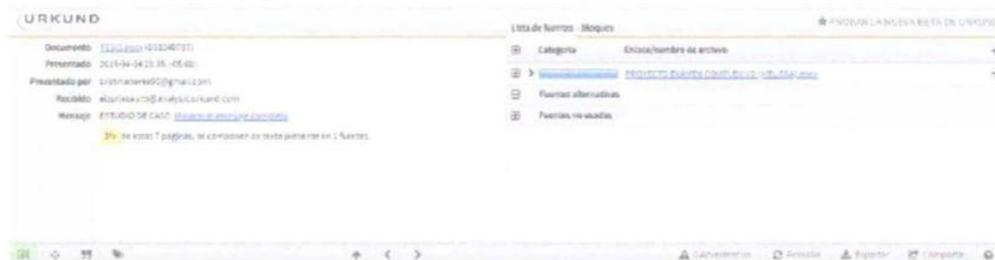


Babahoyo, 25 de abril de 2019

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS
FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo de la Sr.(ta) **NAREA RODRIGUEZ GEOCONDA CRISTINA**, cuyo tema es: **EMPRENDIMIENTOS Y LA TENDENCIA DE MERCADO EN EL CANTÓN MONTALVO**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[3%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.


Msc. **Maricela Izurieta**
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO



CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **Narea Rodríguez Geoconda Cristina**, portadora de la cédula de ciudadanía **092317515-2**, en calidad de autora del Informe Final de la Dimensión Práctica del Examen Complexivo de Grado previo a la Obtención del Título de Licenciada en **HOTELERÍA Y TURISMO**, declaro que soy autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal con el tema:

“EMPRENDIMIENTOS Y LA TENDENCIA DE MERCADO EN EL CANTÓN MONTALVO”

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

Narea Rodríguez Geoconda Cristina
C.I 092317515-2

DEDICATORIA

Mi eterno agradecimiento a Dios primeramente por brindarme salud y las fuerzas necesarias para poder cumplir con mis objetivos tanto académicos como personales y por darme una familia maravillosa en especial unos padres excepcionales a quienes les debo todo y han sido los únicos que han estado ahí conmigo al pie del cañón ayudándome y apoyándome, tanto emocionalmente como económicamente para que yo pueda cumplir con mis obligaciones como estudiante y cumpla con mis metas y es a ellos a quienes les dedico éste presente proyecto de investigación lo con mucho cariño a mi padre el Sr. Andrés Narea y a mi madre la Sra. Olga Rodríguez, siendo ellos el pilar fundamental de mi vida, especialmente durante el proceso de mis estudios, con su apoyo económico, moral y espiritual han logrado formar en mi los valores responsabilidad y dedicación y así poder cumplir con mi meta soñada.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios todo poderoso por brindarme vida, salud y fortalezas para lograr con mis objetivos, a mis padres porque gracias a ellos he logrado cumplir con una más de mis metas y por brindarme el apoyo incondicional.

También a mi prestigiosa Institución de Educación Superior la Universidad Técnica de Babahoyo, en especial a la Carrera de Hotelería y Turismo por acogerme en este noble establecimiento durante el periodo de estudios y por permitirme estudiar la carrera que siempre me ha gustado, al igual que mi Coordinador el PhD. Christian Rivera y a mi Tutora la Msc. Maricela Izurieta por su paciencia y su apoyo constante durante todos mis periodos académicos y durante todo el proceso de titulación.

RESUMEN

La presente investigación se la realizo en el Cantón Montalvo. Éste cantón goza de un agradable clima entre 21 a 30 grados lo que permite una estadía relajante. Lo conforman varios recintos como: Mira Flores, Pretoria, Pisagua, San Joaquín, Río Chico y una parroquia rural que es la Esmeralda. Sus principales fuentes de trabajo son: la agricultura, la albañilería y el turismo.

Con éste estudio de caso, se pretende analizar cada uno de los emprendimientos turísticos, incentivando la organización comunitaria y el trabajo de las autoridades locales para controlar el cumplimiento de la reglamentación turística. Por otro lado, se busca compartir los beneficios del turismo con el fin de incluir a la población en actividades turísticas para fortalecer la tendencia de mercado, incrementar la afluencia de visitantes y contribuir con el desarrollo turístico local.

Se realizaron encuestas a los diferentes propietarios de las empresas turísticas y se determinó que no existe ningún interés por parte de los mismos para fortalecer el trabajo mancomunado y mejorar el desarrollo turístico local.

El presente estudio de caso se direcciona a las actividades turísticas que se realizan en los diversos emprendimientos turísticos del cantón Montalvo, incentivando a la población en la organización comunitaria, a las autoridades locales en controlar el cumplimiento de la reglamentación turística del cantón y compartir a los propietarios de los balnearios los beneficios del turismo, la importancia de la innovación de sus productos, procesos, bienes y servicios que ofertan a sus visitantes en el mercado turísticos del sector y en el trabajo mancomunado que facilite la contribución con el desarrollo turístico local.

PALABRAS CLAVES: organizaciones comunitarias, reglamentación, actividades y emprendimientos turísticos.

ABSTRACT

The present investigation was carried out in Cantón Montalvo. This canton enjoys a pleasant climate between 21 to 30 degrees which allows a relaxing stay. It is made up of several venues such as: Mira Flores, Pretoria, Pisagua, San Joaquín, Río Chico and a rural parish that is La Esmeralda. Its main sources of work are: agriculture, masonry and tourism.

With this case study, it is intended to analyze each of the tourism ventures, encouraging community organization and the work of local authorities to control compliance with tourism regulations. On the other hand, it seeks to share the benefits of tourism in order to include the population in tourism activities to strengthen the market trend, increase the influx of visitors and contribute to local tourism development.

Surveys were carried out to the different owners of the tourist companies and it was determined that there is no interest on the part of them to strengthen the joint work and improve local tourism development.

This case study is directed to the tourism activities carried out in the various tourist undertakings of the Montalvo Canton, encouraging the population in the community organization, the local authorities in controlling compliance with the canton's tourism regulations and sharing the spa owners the benefits of tourism, the importance of the innovation of their products, processes, goods and services offered to their visitors in the tourism market of the sector and joint work that facilitates the contribution to local tourism development.

KEYWORDS: community organizations, regulations, activities and tourism ventures.

ÍNDICE

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	2
JUSTIFICACIÓN.....	2
OBJETIVO:.....	3
SUSTENTOS TEÓRICOS	4
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	16
RESULTADOS OBTENIDOS.....	19
CONCLUSIONES	21
BIBLIOGRAFÍAS	23

INTRODUCCIÓN

Montalvo es un cantón de la provincia de Los Ríos en la Región Litoral del Ecuador que está ubicado en la antigua vía Flores que conduce de Babahoyo a Guaranda al pie de la Cordillera Occidental de los Andes con maravillosos paisajes y una exuberante naturaleza, teniendo como Centinela el Río Cristal. Cuenta con una gran variedad de gastronomía y balnearios de agua dulce que lo convierten en un cantón turístico.

Éste cantón goza de un agradable clima entre 21 a 30 grados lo que permite una estadía relajante. Lo conforman varios recintos como: Mira Flores, Pretoria, Pisagua, San Joaquín, Río Chico y una parroquia rural que es la Esmeralda. Sus principales fuentes de trabajo son: la agricultura, la albañilería y el turismo.

Éste estudio de caso, se basa netamente en la realidad turística actual por la que atraviesan los diversos balnearios del cantón Montalvo, los mismos que a pesar de tener una gran variedad de recursos naturales no están siendo aprovechados racionalmente por los propietarios de los diversos emprendimientos, trabajando en familia y no mancomunadamente con la población para mejorar sus servicios.

Con éste estudio de caso, se pretende analizar cada uno de los emprendimientos turísticos, incentivando la organización comunitaria y el trabajo de las autoridades locales para controlar el cumplimiento de la reglamentación turística. Por otro lado, se busca compartir los beneficios del turismo con el fin de incluir a la población en actividades turísticas para fortalecer la tendencia de mercado, incrementar la afluencia de visitantes y contribuir con el desarrollo turístico local.

Sin embargo, a través de las encuestas desarrolladas a los diferentes propietarios de las empresas turísticas se ha determinado que no existe ningún interés por parte de los mismos para fortalecer el trabajo mancomunado y mejorar el desarrollo turístico local.

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

Montalvo se encuentra ubicado geográficamente en las estribaciones de la Cordillera Occidental de Los Andes, siendo parte de la provincia de Los Ríos en la región central del Ecuador, y está situada a 33 km. De la capital provincial Babahoyo, con un nivel sobre el mar de 72 metros, su extensión territorial alcanza a 364,4 km² (36440 hectáreas). Cuenta con una naturaleza única y con una amplia gama de balnearios de agua dulce muy reconocidos, tales como: Balneario Pisagua, Complejo Eco turístico La Perla, Complejo Turístico Camino al Sol, Complejo Eco turístico Campo Alegre, Junior Sport, y varios recursos turísticos naturales como: La Virgen de los Remedios, Ríos y riachuelos que son utilizados en época invernal para la recreación de los visitantes. En la actualidad cuenta con piscinas de agua completamente natural, proveniente del río pedregoso, la misma que ingresa a un sistema de purificación natural, luego se llena por decantación, fluyendo el agua constantemente. El balneario es uno de los más grandes de la localidad contando con una capacidad para 2.200 personas.

La zona ha presentado gran desenvolvimiento productivo, pero se han detectado algunos problemas que son importantes conocerlos, el desinterés por parte de las autoridades en incluir a la población en actividades turísticas, esto ha generado poca organización comunitaria, pasando por alto la legislación turística que desemboca en los escasos emprendimientos que limitan la tendencia de mercado.

El presente estudio de caso se direcciona a las actividades turísticas, incentivando a la población en la organización, establecer que las autoridades locales controlen el cumplimiento de la reglamentación turística en el cantón, compartir los beneficios del turismo, y analizando los productos, bienes, servicios y procesos que cada uno de los emprendimientos turísticos ofrecen a sus visitantes y opten por innovar de nuevos productos en el mercado turísticos del sector, y servicios que logren captar la atención del turista.

Para ello aplicaremos una encuesta que revelara el trabajo mancomunado para mejorar sus servicios.

De todas las empresas públicas y privadas se desea captar la atención del 50% como mínimo, debido a que si se analiza la calidad del servicio en los balnearios, donde la Cámara de Turismo (CAPTUR) tendría mayor número de socios, el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Montalvo (GAD) incrementaría la cantidad de impuestos, la Universidad Técnica de Babahoyo generaría más proyectos turísticos y la población será participe de los cambios y esto los motivara para mejorar sus micro negocios.

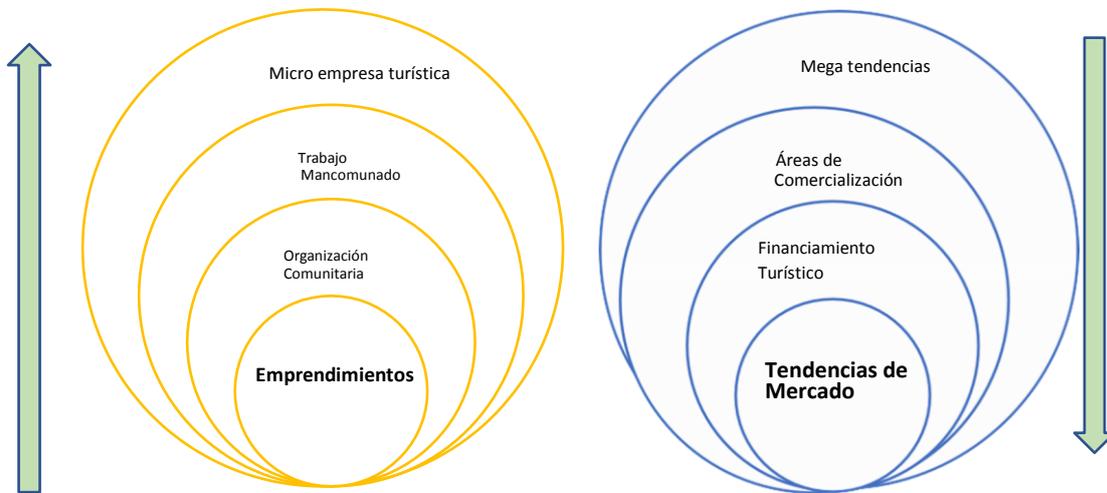
Lo que se quiere con éste estudio de caso es analizar el interés de la comunidad del cantón Montalvo para crear microempresas e incluir a la población en actividades turísticas para diversificar la tendencia de mercado y mejorar la calidad de vida de la población, siendo ejemplo clave de la trasformación turística quizás no solo dentro del cantón sino de la provincia.

Para realizar éste estudio de caso, se tomó en cuenta la línea de investigación de la carrera de hotelería y turismo “Desarrollo de productos y servicios turísticos” y la sub-línea “Infraestructura turística y hotelera de la región”.

OBJETIVO:

- Analizar los emprendimientos turísticos para diversificar las tendencias de mercado.

SUSTENTOS TEÓRICOS



El turismo es una actividad con gran proyección en el Ecuador, el incremento paulatino de visitantes extranjeros que ingresan al país con motivos de recreación y ocio, ha expuesto una oportunidad de desarrollo amplia para el sector, las actividades asociadas y los establecimientos que lo conforman. Un adecuado aprovechamiento de éstas condiciones no es producto de la improvisación, la obtención de resultados óptimos que vayan de la mano con el crecimiento sectorial tiene que ver con la planificación estratégica y de mercadeo; más aún cuando, el turista es un consumidor que evoluciona constantemente y en la actualidad es sometido a una serie de impulsos externos producto de la evolución de la tecnología de la información y la facilidad de acceso como nunca antes a fotografías, guías, comentarios y valoraciones de los destinos tanto de empresas como de otros turistas, que buscan definir su preferencia. (P. Peñafiel, 2015).

Para las empresas turísticas las condiciones antes descritas, les obligan a crear modelos de comercialización y mercadeo que sirvan para generar un mayor grado de identificación del turista con un destino, potenciando sus atractivos y creando ambientes que mejoren la experiencia de vista; para de ésta manera, consolidar una oferta atractiva. (P. Peñafiel, 2015).

El turismo tiende a ser una actividad que requiere mucho empleo, debido a que el turismo es en esencia una actividad de prestación de servicios, tiende además, a crear más empleos por unidad de inversión que otras económicas. (J. Lickorish, L. Jenkins, 1997).

El turismo es una actividad dinámica y cambiante. Uno de los principales agentes de cambio son los empresarios que, mediante la combinación de la perspicacia, creatividad y la confluencia de acontecimientos fortuitos están identificando, permanentemente oportunidades.

Sin embargo, a pesar del papel central de los emprendedores en la actividad turística y en la evolución de los destinos turísticos. (R. Russell, B. Faulkner, 2004).

Una innovación se refiere a la incorporación al empresariado turístico de personas con un perfil profesional y unas características personales muy distintas a las que se consideran «tipo» dentro de la actividad turística y en general de cualquier tipo de nueva empresa. Este empresariado está compuesto mayoritariamente por habitantes de áreas rurales cuya dedicación laboral anterior era la agrícola, ganadera u otra, normalmente muy alejada de la turística: son actividades que normalmente se comparten en la actualidad. Este desconocimiento del turismo desde el lado del empresario ha supuesto una enorme necesidad de formación, muy específica tanto en sus contenidos como en sus métodos debido al colectivo al que se dirige. (L. López, 2001).

En la medida que se estimule el emprendimiento habrá mejores beneficios en el orden económico-social, y se contribuirá al producto interno bruto nacional y al fortalecimiento del mercado interno; se incrementará el valor agregado con la integración a cadenas productivas; se fortalecerán proyectos de desarrollo de proveedores y se facilitará el encadenamiento productivo. En este proceso intervendrán como estrategias todos los entes públicos y privados, los cuales favorecerán la economía a través de la creación de pequeñas y medianas empresas (Pymes) que serán parte del fortalecimiento económico del país (Audretsch y Phillips, 2007).

Las ideas emprendedoras son procesos que vinculan al individuo emprendedor, a las instituciones y al Estado, lo que convierte al emprendimiento en un fenómeno social y económico muy complejo; de ahí que los emprendedores constituyan agentes de cambio e innovación, ya sea con el desarrollo de acciones a título individual o formando parte de un grupo con o sin estructura. Se desarrollan en diversos ámbitos como: a) el emprendimiento empresarial, cuya principal motivación es de carácter económico; b) el emprendimiento social, se propone dar respuesta a necesidades sociales, promueve y sostiene valores, sus conocimientos, capacidades y recursos los ponen al servicio de la sociedad; c) emprendimiento público, es una iniciativa con motivación fundamentalmente política; se intenta trasladar la cultura de la empresa al sector público (Moriano, 2005).

Una dificultad que limita el desarrollo de los emprendimientos es que una vez asignado un crédito, el emprendedor debe asumir los altos niveles de intereses por el crédito otorgado. Esta situación conlleva a que el emprendedor desista de preparar y presentar proyectos de emprendimiento que contribuyan al fortalecimiento del sector turístico; orientado hacia una mejora de la calidad de vida de las personas; además, la idea de que el emprendimiento es un proceso que depende no solo del individuo emprendedor, sino también de un entorno institucional y legal que facilite su desarrollo, implica considerar el papel de las instituciones encargadas de fomentar el emprendimiento e impulso de pequeñas y medianas empresas, o bien microempresas, puesto que es indispensable crear condiciones para el despliegue de las potencialidades de los individuos (Oyarvide, 2013).

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todas las latitudes; siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad y ha ido tomando protagonismo. En las últimas décadas, este concepto ha tomado suma relevancia, al constituirse en alternativa para superar los constantes y crecientes problemas económicos de las naciones. El mundo ha percibido que el emprendimiento es uno de los mejores caminos para crecer económicamente como: persona, como organización y, en sentido más amplio, como país, tanto así que los gobiernos han implementado programas y proyectos para fomentar y apoyar esta vía de desarrollo. América Latina está experimentando una expansión sin precedentes en su economía, habiendo sido

considerada durante mucho tiempo una región rezagada, rica en minerales y recursos naturales. Esta zona se caracteriza por una alta tasa de emprendimientos entre su población activa, pero el 75 % de los emprendedores de la región son en realidad microempresarios (Sanguinetti et al., 2013).

Para que el emprendimiento sea sostenible debe realizarse con una forma organizativa que permita canalizar la creatividad y los nuevos descubrimientos de recursos, productos y servicios hacia la búsqueda de soluciones a problemas sociales y medioambientales que contribuyan a la preservación del planeta. Dicho de otro modo, se trata de crear negocios responsables que tengan como propósito hacer de algunos riesgos globales una oportunidad de negocio para el desarrollo de innovaciones sostenibles (Gessa y Nuria, 2011).

Según la ESPOL (2015), el monitoreo global de emprendimiento¹ (GEM) en América Latina y el Caribe, indica que las actividades emprendedoras y en especial la figura del emprendedor han cobrado relevancia, sobre todo en la última década, con el surgimiento de innumerables iniciativas destinadas a la promoción y ayuda a las actividades de creación de nuevas empresas; por otra parte, muy pocas de ellas se orientan al turismo. Estas iniciativas generales han despertado interés en la región, de manera que se acepta que el emprendimiento es una fuerza importante en la generación de cambios económicos y sociales; no obstante, la relación entre emprendimiento, competitividad y desarrollo está aún lejos de ser comprendida por completo. Sin embargo, el Informe GEM del año 2014 señala que la actividad emprendedora temprana (TEA)² no debe utilizarse como ranking para medir el emprendimiento entre países; destaca que las economías emergentes con frecuencia presentan un índice TEA muy superior a las economías desarrolladas, aunque esto se debe más a la necesidad que a la oportunidad. En América Latina, Ecuador muestra la TEA más alta, seguido por Perú (28,8 %) y Chile (26,8 %); también posee la TEA más alta entre las economías basadas en eficiencia.

En este año la TEA está compuesta por un 24,5 % de negocios nacientes y un 9,9 % de negocios nuevos. La actividad emprendedora naciente corresponde a individuos cuyas empresas tienen menos de tres meses de antigüedad. Dados los desafíos asociados con el inicio de un negocio muchos fracasan en los primeros meses, por tanto, no todos los emprendedores avanzan a la siguiente etapa. Los nuevos emprendedores se definen como aquellos antiguos emprendedores nacientes que han estado en el negocio durante más de tres meses, pero menos de tres años y medio (42 meses).

Microempresa turística.

Las microempresas turísticas son un sector heterogéneo de producción de bienes, productos, servicios y procesos que están relacionados con distintas industrias, porque están y tienen que ver con diferentes proveedores y consumidores que vayan de la mano trabajando para estar en constante innovación y lograr la satisfacción de los turistas. (C. Salas, 2009)

Para que las microempresas turísticas sean sostenibles deben realizarse con una forma organizativa que permita canalizar la creatividad y los nuevos descubrimientos de recursos, productos y servicios hacia la búsqueda de soluciones a problemas sociales y medioambientales que contribuyan a la preservación del planeta. Dicho de otro modo, se trata de crear negocios responsables que tengan como propósito hacer de algunos riesgos globales una oportunidad de negocio para el desarrollo de innovaciones sostenibles (Gessa y Nuria, 2011).

Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

Es importante resaltar el hecho de que dentro del sector de la micro empresa nos encontramos con lo que se da en llamar micro emprendimiento que no es más que la puesta en marcha de un negocio de aquella tipología donde el propio emprendedor es el dueño y administrador del mismo y en el que, además de haber llevado a cabo una baja inversión, no tiene empleados. El propietario e incluso sus familiares son los que ponen en pie y desarrollan aquella empresa.

La micro empresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

Trabajo mancomunado

El Trabajo Mancomunado intenta reconocer sus posibles articulaciones, por ejemplo, con las categorías de “bien común”, “solidaridad” y “justicia social”. Con estas articulaciones pretendemos señalar posibles puntos de encuentro entre una población y los fundamentos ideopolíticos de la profesión. Para analizar ésta relación se debe realizar una reconstrucción histórica que nos permita dar cuenta de las transformaciones y contradicciones que se producen en la sociedad y, por ende, en las instituciones que se desempeñan en ella, en nuestro caso, el Trabajo mancomunado, que tengan por objeto producir y transformar intereses para el bien común. (L. Riveiro, 2011) .

Organización comunitaria

La participación u organización comunitaria es sólo un medio para llegar a un fin: el mejoramiento de la calidad de salud de la población a la que se dirige el programa. Al dar todo el peso a la dimensión sanitaria, no toma en cuenta los efectos del programa sobre las dimensiones políticas y sociales relevantes para la comunidad. Pero la participación nunca es absolutamente neutra, ni puede ser abstraída del contexto en el que tiene lugar; siempre tiene algún efecto sobre la estructura social de la comunidad, su organización y

su capacidad de acción. Aun cuando el objetivo último del programa se dirija exclusivamente a incidir sobre problemas de salud específicos y los beneficios que se obtengan sean claros y evidentes, al concebir a la participación como una estrategia sin consecuencias sociales, se corre el peligro de que el programa tenga efectos negativos sobre otros aspectos de la vida comunitaria. Puede conducir a consecuencias no esperadas ni deseadas por los diseñadores del programa; puede estimular la apatía y la desmovilización o incrementar la dependencia de la asistencia externa, resultando, en última instancia, contra- productiva para la calidad de vida de la población (Gwatkin et al., 1979).

La organización comunitaria es una profesión que ha encontrado en el desarrollo comunitario durante muchas décadas, la posibilidad de acceder y adentrarse en el mundo de la cotidianidad social de amplios sectores de población y establecer con ellos y ellas un relacionamiento progresivo destinado a producir cambios en la manera como las personas se ven y quisieran proyectar su vida futura. Este nivel de encuentro tan significativo genera un alto nivel de responsabilidad en lo que se realiza como trabajo comunitario. A partir de esta consideración es conveniente situar la reflexión del Trabajo Social en el desarrollo Geopolítica del desarrollo comunitario: reflexiones para trabajo social 536 comunitario en tres ámbitos: el primero corresponde a la tensión que se presenta entre actualización profesional y compromiso con los sectores populares. El segundo consiste en analizar el sentido de comunidad desde el cual ocurre el trabajo comunitario y; finalmente, situar el encuentro entre comunidades y profesional como un ejercicio de poder en el marco de la hegemonía del desarrollo a partir del cual se establecen unas relaciones particulares que aniquilan otras formas de relación que estén por fuera de lo dispuesto en el desarrollo. (L. Riveiro, 2011).

Las organizaciones comunitarias son entendidas como entidades que buscan resolver problemas que afectan a la comunidad y desarrollar iniciativas de interés para sus miembros. Esto exige la participación y articulación de actores organizados entre los cuales deben existir lazos de confianza, reciprocidad y cooperación. Es cuando un grupo de personas se unen para ver los problemas que les afectan en su comunidad y le buscan soluciones. Los problemas pueden ser de carácter social, cultural, económico, político y

productivo. La organización es la estructura que se da a un grupo de personas para funcionar de acuerdo a un método y a un objetivo común. Cuando varias personas deciden organizarse lo hacen porque tienen intereses o problemas comunes que les exigen su unión para poder enfrentarlos.

Emprendimientos

Los emprendimientos abarcan diversas modalidades de organización económica, originadas en la libre asociación de los trabajadores, con base en principios de autogestión, cooperación, eficiencia y viabilidad. Aglutinando a los individuos excluidos del mercado de trabajo, o motivados por la fuerza de sus convicciones, y en búsqueda de alternativas colectivas de supervivencia, los emprendimientos económicos solidarios llevan a cabo actividades en los sectores de la producción o de la oferta de servicios, de la comercialización y del crédito. Se presentan en forma de grupos de producción, asociaciones, cooperativas y empresas de autogestión y combinan sus actividades económicas con acciones de índole educativa y cultural, valorando el sentido de la comunidad de trabajo y el compromiso con la colectividad social en la cual se insertan. (L. Gaiger, 2004).

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todas las latitudes; siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad y ha ido tomando protagonismo. El mundo ha percibido que el emprendimiento es uno de los mejores caminos para crecer económicamente como: persona, como organización y, en sentido más amplio, como país, tanto así que los gobiernos han implementado programas y proyectos para fomentar y apoyar esta vía de desarrollo. (O. Ramírez, P. Véliz, T. Roldán y F. Arias, 2016).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Éstas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto

turístico. Por ende los emprendimientos turísticos son sociedades u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar y ofrecer personal con conocimientos y servicios que satisfagan las cuatro necesidades básicas del turista (Alimentación, hospedaje, transporte e Información Turística Clave).

Mega tendencias

Las implicaciones de las mega tendencias trascienden los aspectos comerciales básicos, como el momento de la venta o transacción y las actividades de postventa, ya que afectan todos los procesos de relación entre la empresa y los clientes. Desde el punto de vista gerencial, también se da un efecto a los clientes internos o colaboradores, quienes esperan velocidad de respuesta, flexibilidad y participación. Las implicaciones se reflejan en los cambios, en los procesos, horarios de servicio, diseños y otros, cuyo objetivo es adaptarse a éstas tendencia para mantener o desarrollar su competitividad y crecer. (Fomento Económico Mexicano, 2009).

Las mega tendencias turísticas se apuntan a un envejecimiento de la población y a una reducción significativa de la población activa en los países desarrollados. La migración a centros urbanos continuará y se dará un crecimiento de las ciudades medias, que tenderán a homogeneizarse, ya que todas ofrecerán el mismo tipo de servicios. Para poder plantear un escenario a futuro del turismo, debemos partir del escenario mundial que se prevé para las próximas décadas, ya que el mundo globalizado es cada vez más interdependiente y las mega tendencias que dominarán este primer cuarto de siglo, van a reflejarse en las diferentes sociedades del mundo. Las mega tendencias turísticas, van a estar determinadas por las mundiales, ya que éstas no son independientes de la dinámica planetaria. (S. Burne; F. Arnaiz, 2000)

Las mega tendencias son una dirección que toman simultáneamente varios aspectos de la sociedad (tecnología, sistemas de producción, nuevos productos, preferencias de consumo, comportamientos, etc.), cuyo impacto es perceptible a un segmento importante de la sociedad por un largo tiempo. De hecho, muchas mega tendencias se convierten en parte de la cotidianidad. Además son considerables cambios

sociales, políticos, económicos y tecnológicos que influyen en períodos más largos (10 o más años). Algunos ejemplos pueden ser: sociedad industrial a una sociedad de la información, economía global, renacimiento de las artes, renacimiento religioso, alta calidad, alta tecnología.

Áreas de comercialización

El profesional de la comercialización deberá considerar tales mega tendencias en la toma de decisiones comerciales, desde el diseño de las estrategias harán la implantación. En general, se puede afirmarse que durante el análisis para la toma de decisiones sobre estrategias comerciales, deben estar valoradas las megas tendencias. Si no se hace, la gestión de comercialización se enfrenta al riesgo del incumplimiento, que equivale a ser percibida como retrasada en la respuesta al mercado, inflexible en la atención de las necesidades y opuesta a la participación de los miembros internos y externos de la organización. (Fomento Económico Mexicano, 2009). (M. Ibarra, 2014).

Las áreas de comercialización ha inducido a la aparición de un movimiento asociativo de base muy local y fuertemente atomizado, cuyo origen ha respondido generalmente al interés de algunos promotores locales para actuar conjuntamente en la organización y asesoramiento de una actividad turística novedosa, cuyos gestores, especialmente a inicios de la década de los noventa, disponían de escasa experiencia en la gestión turística. (G. Tudel, 2006).

Las áreas de comercialización son un conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios. Las funciones de la comercialización son ejecutadas por los productores, consumidores y especialistas en comercialización. Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar también las funciones de comercialización. Para realizar una comercialización buena y formal, en el ámbito

empresarial el sistema gerencial es indispensable, ya que es el encargado de realizar ciertas tareas que garanticen una comercialización justa, legal y equitativa en ambas partes.

Financiamiento turístico

El financiamiento turístico se considera un medio real de redistribución de la riqueza desde las áreas más desarrolladas hacia aquellas más pobre, a través del gasto turístico y la inversión en instalaciones turísticas en destinos. Pero, la retención neta es el gasto turístico varía significativamente de unos destinos a otros. No todos los destinos son capaces de obtener ventajas de las oportunidades de integración que ofrece el turismo con otros sectores del ámbito social. (C. Salas, 2009).

La financiación para el desarrollo de proyectos turísticos son tanto de carácter público como privado. Algunos se dedican exclusivamente a financiar y a fomentar la inversión del sector privado, pero para fomentar el crecimiento, es necesario el desarrollo del espíritu empresarial y la inversión privada exitosa, lo que contribuirá a elevar el nivel de vida de la población. Entre sus socios se encuentran empresas, holdings de empresas creados para llevar a cabo el proyecto e, incluso, bancos. (I. Carrillo, & J. Pulido 2012).

El tema de querer tener un producto turístico, ya sea querer vender un tour, abrir un restaurante, tener un hotel, o hacer un desarrollo turístico integral, incluyente, sostenible, es un tema donde lo que se necesita es capital de trabajo, las ideas para un negocio siempre tienen que ir acompañadas de trabajo y capital para trabajar, por lo cual muchas veces o la mayor parte de las veces, o casi siempre acudimos a una institución financiera para que nos fondee el proyecto, ya sea a corto o a mediano plazo, pero no es tan fácil. Es por esta razón que considero al financiamiento turístico al capital que se obtiene o se desea adquirir para llevar a cabo nuestro emprendimiento.

Tendencias de mercado

Las tendencias de mercado son movimientos que suceden siempre en un nivel “macro” (macroeconómico – macro social), pero se expresan en la vida de cada uno, en la microhistoria, en las conductas de todos los días. Lo más interesante es observar cómo se van manifestando en cada país, en cada sociedad, en cada producto, en cada situación vital. Todo esto nos permite afirmar que si las ideas, productos o proyectos en general están armonizados con las tendencias, sus posibilidades de sentido social son muy grandes. (V. Massonnier, 2008).

Las tendencias de mercado son movimientos que suceden siempre en un nivel macro económico y social, pero se expresan en la vida de cada uno, en la microhistoria, en las conductas de todos los días. Lo más inherente es observar cómo se van manifestando en cada país o ciudad. (J. Murphy, 2008)

Las tendencias del mercado se basan en investigaciones que analizan cambios en el entorno de los negocios (tecnología, economía, demografía, política, etc.), su impacto en el comportamiento de los consumidores y la respuesta de las empresas para intervenir en el mercado y sacar provecho de estos cambios. Se consideran tendencias porque aún no son fenómenos masivos del mercado. Incluso, algunas de ellas podrían no llegar a serlo nunca por diversas razones. La importancia de estudiar las tendencias es preparar a la empresa para sacar provecho de las oportunidades y hacer frente a las amenazas que el nuevo escenario conlleva. Si una empresa las ignora, podría comprometer su posición competitiva o, peor aún, la viabilidad de su modelo de negocios.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La metodología con la que se ha dado a conocer éste estudio de casos se fundamentan en el método Analítico, Observación, Argumentación, Deductivo e Inductivo, los cuales permitieron identificar las falencias que tiene los prestadores de servicios en conjunto con la comunidad y de las mismas autoridades locales en su interés y conocimientos en cuanto a los beneficios turísticos que existe y al valor que tiene, basándome en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas llegando a una conclusión general que es la escasa información turística que existe en el cantón, la misma que influye de una u otra manera con la atención al turista. Logrando así reconocer la utilidad e importancia que tiene el turismo en el cantón Montalvo y de las causas y efectos que se generan debido al mismo, observar, describir, analizar e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas que tienen sus micro empresas del cantón Montalvo y de las autoridades locales en cuanto al turismo.

Las técnicas utilizadas son la encuesta y la entrevista, donde se recolectó datos por medio de una serie de preguntas hacia la población para verificar si están interesados en la importancia u objetivo de éste estudio de caso, para contribuir con el desarrollo turístico local y para de ésta manera comprobar el interés de la comunidad.

MÉTODOS:

Método Analítico:

Permitió conocer el objetivo del mismo, desmembrando sus elementos, logrando así reconocer la utilidad e importancia que tiene el turismo en el cantón Montalvo y de las causas y efectos que se generan debido al mismo.

Método de Observación:

Este método como su nombre lo indica permitió observar, describir, analizar e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas que tienen sus micro empresas del cantón Montalvo y de las autoridades locales en cuanto al turismo.

Método de Argumentación:

Éste método se utilizó al momento de sustentar éste estudio de caso, utilizando argumentos o razones mediante palabras técnicas de una manera clara y ordenada, con el fin de convencer y dar a conocer a los miembros del tribunal (docentes), sobre el objetivo del mismo.

Método Deductivo:

Este método permitió verificar de los diversos emprendimientos turísticos del cantón en cada uno de ellos y de los mismos prestadores de servicios las falencias que existe tanto en atención al cliente como en información a partir de un razonamiento de forma lógica o suposiciones.

Método Inductivo:

Éste método ayudó a identificar las falencias que tienen los prestadores de servicios en conjunto con la comunidad y de las mismas autoridades locales en su interés y conocimientos en cuanto a los beneficios turísticos que existe y al valor que tienen, basándome en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas llegando a una conclusión general que es el escaso número de emprendimientos que brinden sus productos, procesos, bienes y servicios con calidad y calidez humana.

Método Dialéctico:

Mediante éste método se dio a conocer a la comunidad y a las mismas autoridades cuán importante es la innovación constante de los emprendimientos y del trabajo mancomunado, para mejorar la atención brindada a los visitantes y verificar de una u otra manera si éste estudio de caso será factible o no.

TÉCNICAS:

Técnica de la Encuesta:

Ésta técnica, permitió recopilar datos por medio de una serie de preguntas hacia la población para verificar si están interesados en participar con éste estudio de caso para contribuir con el desarrollo turístico local.

Técnica de la Entrevista:

Con ésta técnica se buscó la forma de obtener información de los miembros de la comunidad, en especial a los que ofertan sus servicios turísticos en los balnearios, de la comunidad y de las autoridades locales.

RESULTADOS OBTENIDOS

El presente estudio se direccionó hacia las actividades turísticas incentivando a la población en la organización, controlar el cumplimiento de la reglamentación turística del país, compartir los beneficios del turismo, persiguiendo mejorar los emprendimientos turísticos que permitan la innovación de nuevos productos en el mercado turísticos del sector, para ello se aplicó una encuesta que revelara el trabajo mancomunado para mejorar sus servicios. En base a las encuestas realizadas a los miembros de las empresas públicas y privadas del cantón Montalvo se ha determinado las siguientes respuestas:

El 50% de la población considera de que el proceso que cumplen las empresas turísticas privadas son satisfactorios, porque dicen que cuentan con lo que los turistas buscan siempre, el 30% hace referencia a los jefes de las microempresas turísticas, que consideran que el proceso que cumplen las empresas turísticas privadas son muy satisfactorio, porque dicen haber seguido con todo el proceso adecuado para la construcción de sus instalaciones, mientras que el 20% restante son criterios de los visitantes, ya que manifiestan que el proceso que cumplen las empresas turísticas privadas son insatisfactorio, debido a que carecen de algunos procesos y servicios.

Por otro lado el 60% de la población consideran que los balnearios si están diseñados con las debidas normas de calidad, mientras que el 40% consideran que no, porque no llevan un control de las normas de calidad.

El 50% de los dueños de las microempresas turísticas consideran que es satisfactoria la administración de las autoridades locales hacia los balnearios, por medio de los cobros de impuestos, sin embargo, el 30% considera que es in satisfactorio porque creen que lo único que les interesa a las autoridades es son los impuestos e intereses, pero no velan por la seguridad ni mucho menos de que mejoren sus instalaciones, mientras que el 20% de la población considera que es muy satisfactoria.

El 50% de los visitantes consideran que los dueños de los balnearios si ofrecen servicios de calidad debido a que se sienten a gusto durante su permanencia, mientras que el 40% establece que no, porque no cuentan con instalaciones seguras, señalética, salidas de emergencias, servicios de restauración y bebidas.

El 40% de los visitantes consideran que los productos turísticos en los balnearios son cumplidos correctamente, porque tienen piscina, parqueadero, patios de comidas y bebidas, a diferencia del 60% que piensan que no cumplen.

El 60% de la población consideran que antes de generar un emprendiendo si realizan un debido análisis de mercado para comprobar la competencia y los resultados que vayan a tener, mientras que el 40% considera que no lo hacen.

El 50% de la población califica de manera satisfactoria a las microempresas del cantón Montalvo, debido a sus infraestructuras, el 20% satisfactorio y el 30% insatisfactorio, porque dicen que no cuentan con instalaciones adecuadas.

El 60% de la población cree que los dueños de las empresas no satisfacen las necesidades de los consumidores, debido a la demanda de visitantes que llegan, mientras que el 40% consideran que si satisfacen.

El 60% de la población considera que los dueños de las empresas están a disposición de dar una respuesta inmediata a las peticiones de los clientes, mientras que el 40% dicen que no.

El 60% cree que las empresas turísticas no deben estar en constante cambio para solventar la demanda turística, porque piensas que con los servicios y productos que ofrecen ya están bien, mientras que el 40% afirman que sí, para que los visitantes no se sientan en lo mismo y lo mismo.

CONCLUSIONES

El presente estudio de caso se direcciona a las actividades turísticas que se realizan en los diversos emprendimientos turísticos del cantón Montalvo, incentivando a la población en la organización comunitaria, a las autoridades locales en controlar el cumplimiento de la reglamentación turística del cantón y compartir a los propietarios de los balnearios los beneficios del turismo, la importancia de la innovación de sus productos, procesos, bienes y servicios que ofertan a sus visitantes en el mercado turístico del sector y en el trabajo mancomunado que facilite la contribución con el desarrollo turístico local.

Éste estudio de caso, se basa netamente en la realidad turística actual por la que atraviesan los diversos balnearios del cantón Montalvo, tales como: Balneario Pisagua, Complejo Eco turístico La Perla, Complejo Turístico Camino al Sol, Complejo Eco turístico Campo Alegre, Junior Sport, los mismos que a pesar de tener una gran variedad de recursos naturales no están siendo aprovechados racionalmente por parte de los propietarios de los diversos emprendimientos, todos deciden trabajar en familia y no mancomunadamente con la población para mejorar sus servicios.

Sería una excelente opción que los propietarios de los diversos emprendimientos turísticos, decidan trabajar mancomunadamente con las autoridades públicas y privadas y la misma población, que hablen con el Presidente de la Cámara Provincial de Turismo de los Ríos (CAPTUR), para que les ayuden a buscar socios estratégicos con el fin de mejorar sus productos, bienes, servicios y procesos.

En base a todos los métodos y técnicas se ha notado que los emprendimientos turísticos en el cantón Montalvo, no están aptos para brindar un servicio con calidad y calidez humana, debido a que no están basados en innovar y mejorar sus instalaciones y peor aún por trabajar mancomunadamente con las autoridades locales y la misma población, para mejorar la calidad de vida y el desarrollo turístico del cantón.

Las autoridades locales, por su parte, han optado netamente por controlar solo la parte económica, y no se dedican por controlar o hacer regir la reglamentación turística a todos los prestadores de servicios. Por ende, el Alcalde, como máxima autoridad del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD Municipal) del cantón Montalvo, debe contratar personal capacitado y profesionales en turismo que laboren y presten sus servicios en el Departamento de Turismo, los mismo que cumplirán con sus obligaciones y harán cumplir cada uno de los prestadores de servicios, los requisitos que están en la ley de turismo, logrando de ésta manera mejorar la actividad turística del cantón, contribuir con el desarrollo turístico local, siendo un ejemplo clave para los demás cantones de la provincia de los Ríos.

La comunidad, antes de implementar un emprendimiento o micro emprendimiento no realiza un debido análisis de mercado que les permita salir de la continuidad e igualdad y marcar la diferencia. Para ello, deberían realizar un debido estudio de mercado, por más pequeño que sea el emprendimiento deben brindar un servicio con calidad y calidez humana.

BIBLIOGRAFÍAS

Riveiro, Laura. *Los intereses mancomunados del catolicismo y el trabajo social, en los orígenes de la profesión*. Diss. Facultad de Trabajo Social, 2011.

CALA, Antonia Sáez. Los Microclusters Turísticos:¿ una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas?. *Semestre Económico*, 2009, vol. 12, no 24, p. 57-68.

Tecnológico de Monterrey. Grupo de Desarrollo Regional, Fomento Económico

Mexicano, S.A. de C.V., Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Massonnier, Verónica. *Tendencias de mercado*. Ediciones Granica SA, 2008.

Gaiger, Luiz Inácio. "Emprendimientos económicos solidarios." *La otra economía* (2004): 229-241.

Bronfman, Mario, and Marcela Gleizer. "Participación comunitaria: necesidad, excusa o estrategia? O de qué hablamos cuando hablamos de participación comunitaria." *Cadernos de saúde pública* 10 (1994): 111-122.

Vásquez, A. G., & Dávila, M. A. T. (2008). Emprendimiento social–Revisión de literatura. *Estudios gerenciales*, 24(109), 105-125.

Ramírez, O., Paúl, H., Véliz, N., Tania, I., Roldán Ruenes, A., & Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93.

GESSA, A. y TOLEDANO, N. (2011). Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos: El caso de Andalucía-España. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(5), 1154-1174.

Riveiro, L. (2011). Los intereses mancomunados del catolicismo y el trabajo social, en los orígenes de la profesión (Doctoral dissertation, Facultad de Trabajo Social).

Ibarra Ruano, M. L. (2014). Diseño de un sistema de gestión por procesos para las áreas de producción y comercialización de la fábrica de carnes y embutidos del rancho de la ciudad de Ibarra (Bachelor's thesis).

Tudel, G. F. (2006). Turismo rural: las ventajas de la promoción y comercialización conjunta. *Estudios turísticos*, (171), 105-114.

Burne, S. M. A., & Arnaiz, F. C. Las Megatendencias del Turismo.

Carrillo Hidalgo, I., & Pulido Fernández, J. I. (2012). Análisis del papel de los organismos financieros internacionales en la financiación del turismo.

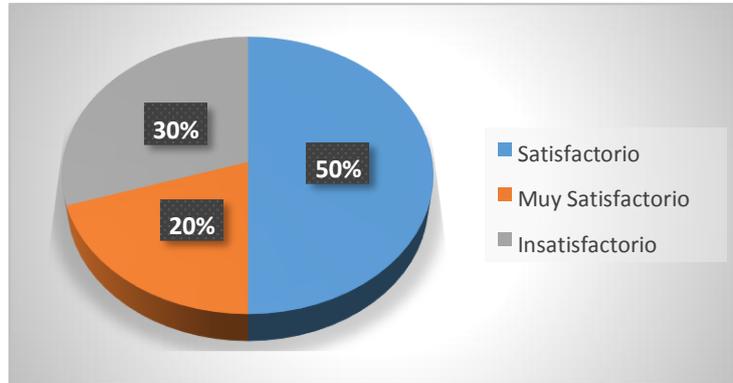
López, L. A. (2001). El medio ambiente y las nuevas tendencias turísticas: referencia a la región de Extremadura. *Observatorio medioambiental*, 4, 205-252

ANEXOS

Variable Dependiente	Concepto	Indicadores	Ítems (Preguntas)
Tendencias de Mercado	Se basan en investigaciones que analizan cambios en el entorno de los negocios, su impacto en el comportamiento de los consumidores y la respuesta de las empresas para intervenir en el mercado y sacar provecho de éstos cambios.	Analizan. Negocios. Consumidores. Respuesta. Cambios.	<p>-¿Cree Ud. Que la población antes de generar un emprendiendo realiza un debido análisis de mercado?</p> <p>Si () No ()</p> <p>-¿Cómo calificaría Ud. Las micro empresas del cantón Montalvo?</p> <p>Satisfactorio ()</p> <p>Muy Satisfactorio ()</p> <p>Insatisfactorio ()</p> <p>-¿Cree Ud. que los dueños de las empresas satisfacen las necesidades de los consumidores?</p> <p>Si () No ()</p> <p>. ¿Considera Ud. que los dueños de las empresas están a disposición de dar una respuesta inmediata a las peticiones de los clientes?</p> <p>Si () No ()</p> <p>¿Cree Ud. Que las empresas turísticas deben estar en constante cambio para solventar la demanda turística?</p> <p>Si () No ()</p>

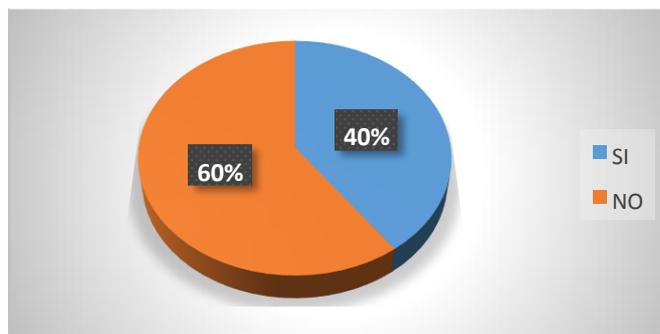
-¿Considera Ud. Que el proceso que cumplen las empresas turísticas privadas son?

- Satisfactorio ()
- Muy Satisfactorio ()
- Insatisfactorio ()



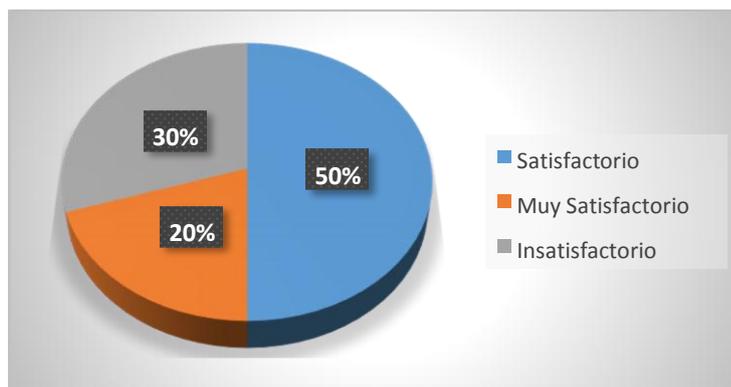
-¿Cree Ud. Que los balnearios están diseñados con las debidas normas de calidad?

Si () No ()



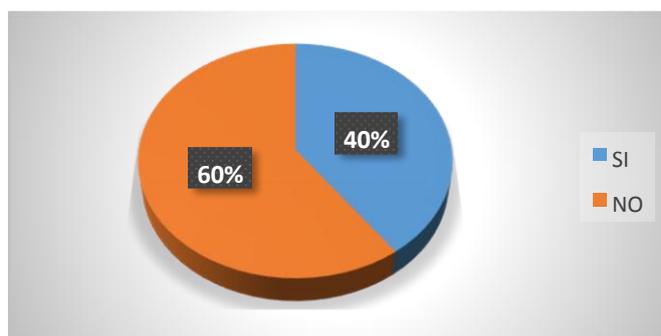
-¿Cómo evaluaría Ud. La administración de las autoridades locales hacia los balnearios?

- Satisfactorio ()
- Muy Satisfactorio ()
- Insatisfactorio ()



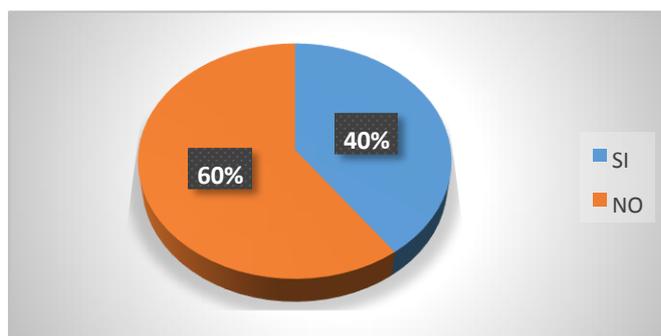
- **¿Considera Ud. Que los dueños de los balnearios ofrecen servicios de calidad?**

Si () No ()



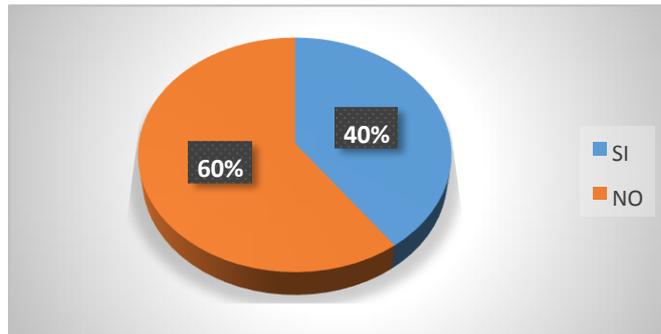
- **¿Cree Ud. Que los productos turísticos en los balnearios son cumplidos correctamente?**

Si () No ()



-¿Cree Ud. Que la población antes de generar un emprendiendo realiza un debido análisis de mercado?

Si () No ()

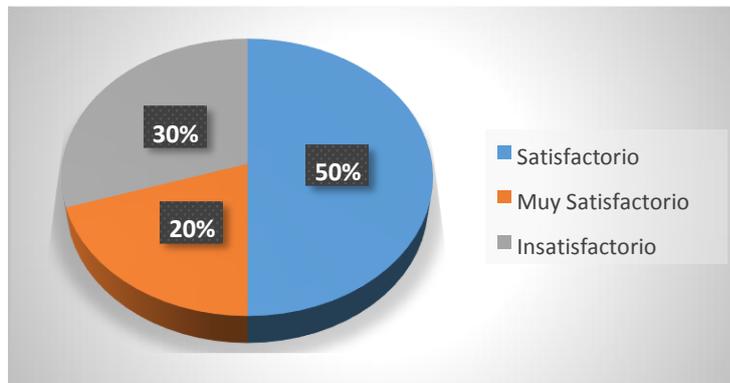


-¿Cómo calificaría Ud. Las micro empresas del cantón Montalvo?

- Satisfactorio ()

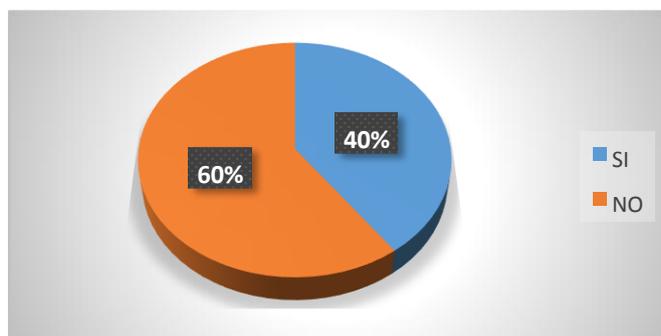
- Muy Satisfactorio ()

- Insatisfactorio ()



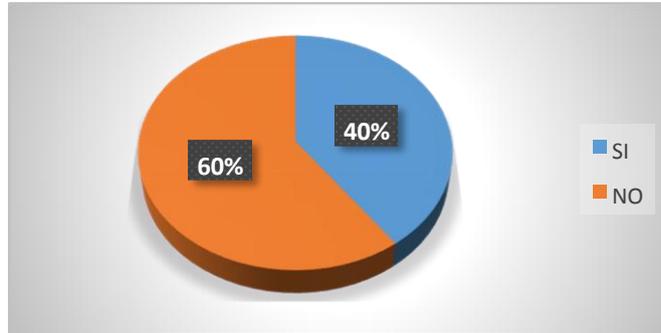
-¿Cree Ud. que los dueños de las empresas satisfacen las necesidades de los consumidores?

Si () No ()



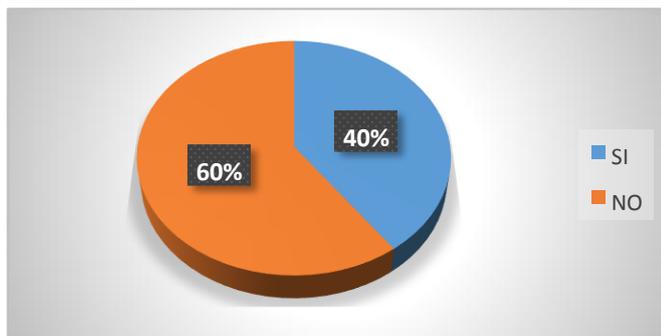
- **¿Considera Ud. que los dueños de las empresas están a disposición de dar una respuesta inmediata a las peticiones de los clientes?**

Si () No ()

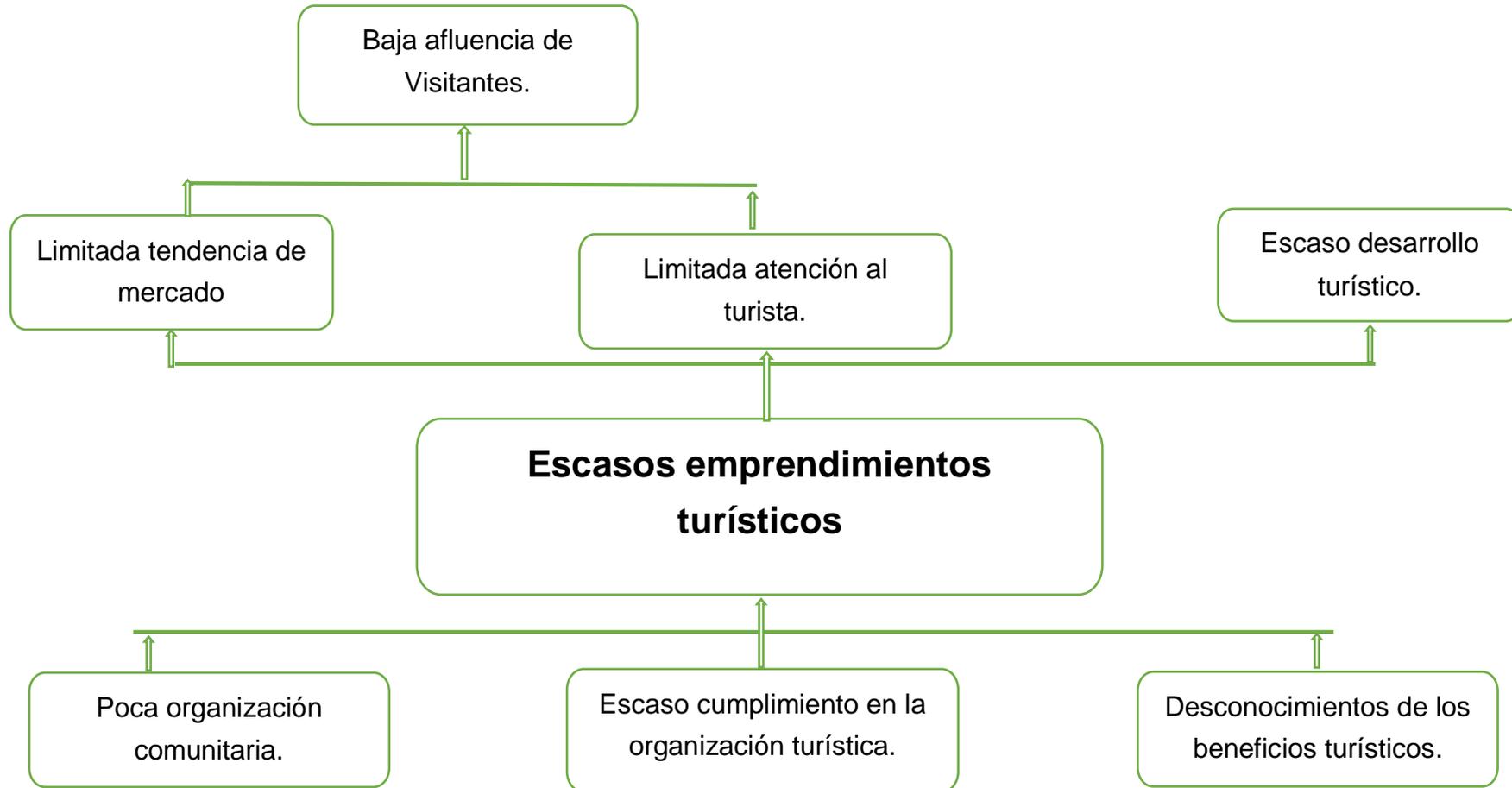


-**¿Cree Ud. Que las empresas turísticas deben estar en constante cambio para solventar la demanda turística?**

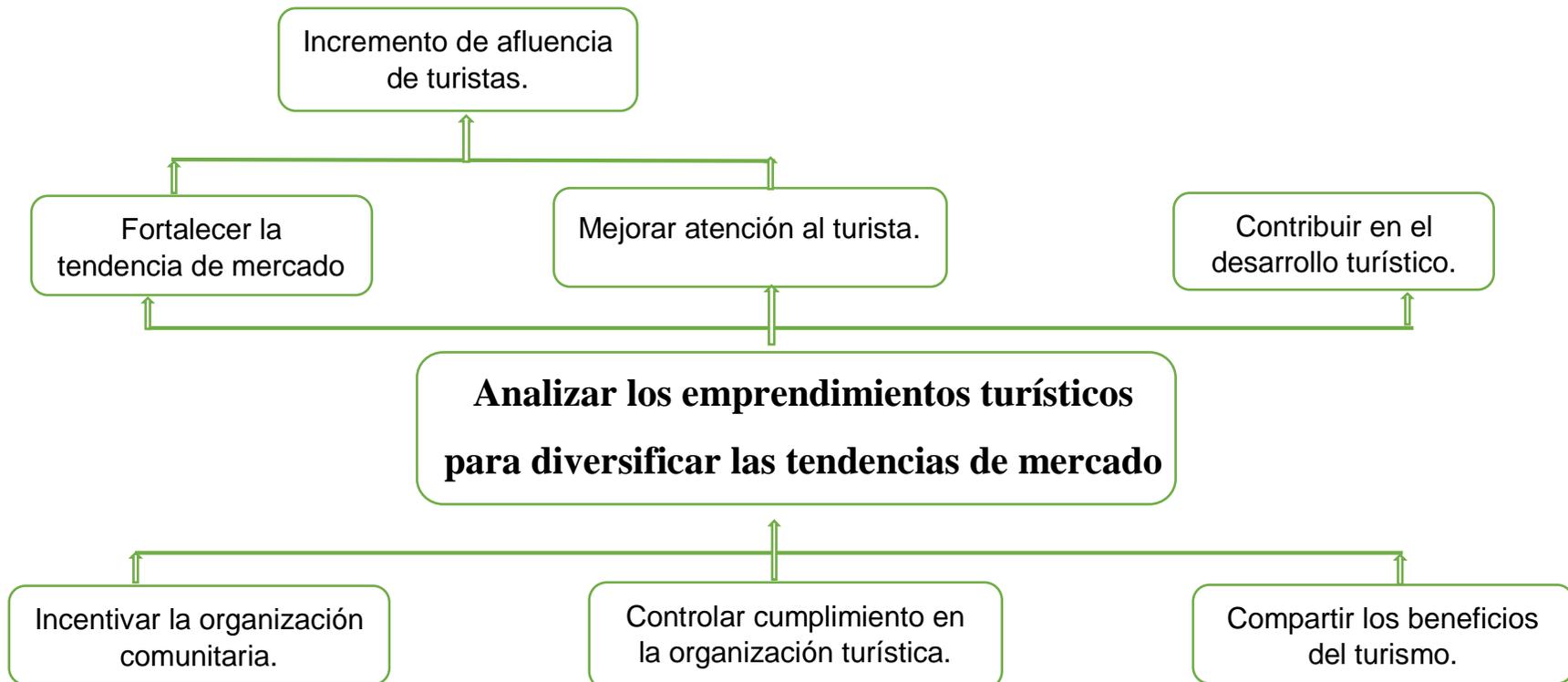
Si () No ()



ÁRBOL DEL PROBLEMA



ÁRBOL DE OBJETIVOS



MATRIZ DE PROBLEMATIZACIÓN

PROBLEMA	CAUSAS	POSIBLES SOLUCIONES	UNIDADES DE OBSERVACIÓN
<p>Escasos emprendimientos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desinterés en incluir a la población en actividades turísticas. - Poca organización comunitaria. - Escaso cumplimiento en la reglamentación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar actividades con población. - Talleres organizativos. - Controlar el cumplimiento de la reglamentación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - CAPTUR - MINTUR - GAD - CAPTUR - MINTUR - GAD - UTB - POBLACIÓN - CAPTUR - MINTUR - GAD - UTB - POBLACIÓN

MATRIZ DE INTERRELACIÓN

TEMA	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
<p>Emprendimientos y la Tendencia de Mercado en el cantón Montalvo</p>	<p>Escasos Emprendimientos</p>	<p>Incluir a la población en actividades turísticas para mejorar para mejorar la tendencia de mercado.</p>	<p>Incluyendo a la población en actividades turísticas se mejorará para mejorar la tendencia de mercado.</p>
	<p>Sub problema</p>	<p>Objetivo Especifico</p>	<p>Sub hipótesis</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desinterés en incluir a la población en actividades turísticas. ○ Poca organización comunitaria. ○ Escaso cumplimiento en la reglamentación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer los beneficios que tiene la demanda turística. - Analizar la importancia turística que tienen los emprendimientos. - Incentivar a la población y a las autoridades locales para que se interesen por las actividades turísticas. 	

