



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

**TESIS**

**PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADA**

**EN TURISMO Y HOTELERIA**

**PROMOCION TURISTICA DEL BALNEARIO DE BANCHAL**

**PARROQUIA CASCOL CANTON PAJAN PROVINCIA DE  
MANABI.**

**AUTOR:**

**GISELLA ANALUISA ROBALINO**

**JULIO ,2012**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

**INFORME DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACION**

Los suscritos, miembros del tribunal de sustentación de la tesis presentado por la egresada **MARTHA GISELLA ANALUISA ROBALINO**, de la Facultad de Comunicación Social, Carrera de Turismo y Hotelería efectuado en la universidad de Guayaquil, acordamos **APROBAR** la investigación, por constituir un aporte desarrollo académico y científico.

Guayaquil, junio 2012

**Msc.. Cecilia Galarza**  
**Tribunal de Sustentación**

**Lcdo. Rodrigo Castro**  
**Tribunal de sustentación**

**Lcdo. Rene Ortiz**  
**Tribunal de sustentación**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco y brindo en primer lugar a Dios por todas sus bendiciones que ha derramado a mis padres hermanas amigos mi tía querida que Dios la tenga en el cielo por ser una gran mujer y una buena madre para sus hijas ya que siempre me han sabido inculcar por el buen camino de la vida que de buena manera me han apoyado con su comprensión y buena voluntad para poder así culminar mis estudios

### **DEDICATORIA:**

Dedico mi tesis a Dios por haberme dado la vida y haber hecho en mi una mujer de bien para el futuro y agradecerle por la salud y el bienestar de mi familia a mis padres por ser quienes me han brindado su apoyo económico durante todos mis estudios y por que gracias a ellos e culminado con éxitos mis estudios .

## **RESPONSABILIDAD Y DERECHO**

Los resultados y conclusiones de esta investigación son responsabilidad del autor, los derechos corresponden a la universidad de Guayaquil.

.....

**ANALUISA ROBALINO MARTHA GISELLA**

**No CI 092837360-4**

## **RESUMEN:**

El presente trabajo de investigación se inicia con el propósito de conocer nuevos atractivos turísticos

Disfrutar de un ambiente agradable y tranquilo rodeado de la naturaleza y su clima tropical y fresco hace de Banchal su carta de presentación, debido a sus altas montañas que existe en el lugar este es un sitio ideal para las personas que les encanta realizar turismo de aventura, turismo ecológico y sobre todo para las personas que desean tomarse un descanso fuera de la ciudad.

El turista por lo general siempre desea explorar y conocer algo nuevo. como dato curioso cabe indicar que para llegar al lugar se pasa siete veces el mismo río ya que se encuentra rodeado de rocas inmensas que hacen de él un lugar único alrededor de este atractivo encontramos árboles como ceibo, gramalote, guayacán, alamo, beldado y dentro de la fauna encontramos animales como garzas, gallaretas, marías, Martín pescador, ardillas y si tienes suerte puedes observar guatusas, cucuchos, guanta y armadillos ya que existen pocos ejemplares lo hace que las personas se sientan como en el paraíso este se encuentra a 20 minutos de la cabecera cantonal Pajan aquí se puede degustar la comida típica de Manabí entre ellas las famosas empanadas de verde, el seco de gallina criolla, las ricas humitas y el buen seco de chivo entre otras.

## SUMMARY

This research work begins with the purpose of meeting new tourist attractions.

Enjoy a relaxing atmosphere surrounded by nature and its tropical climate and cool Banchal makes your letter, this is an ideal place for people who love adventure tourism, ecotourism and especially for people who want to take a break from the city.

Tourists usually always want to explore and learn something new, Curiously it is noted that to get where it spends seven times Since the same river is surrounded by huge rocks that make it a unique find attractive about this trees such as kapok, gramalote, lignum vitae, cottonwood, winnowed and fauna found in animals such as herons, coots, Marias, kingfishers, squirrels and if you're lucky you can see agoutis, cuchuchos, agouti and armadillos as there are few examples of causes people feel in paradise this is 20 minutes from the main regional town Pajan here you can taste the typical food of Manabi including the famous pies green, creole chicken dry, rich and smooth dry humitas goat among others.

## INDICE

<b>INFORME DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACION</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>iv</b>
<b>RESPONSABILIDAD Y DERECHO</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vi</b>
<b>SUMMARY</b>	<b>vii</b>
<b>INDICE</b>	<b>viii</b>
<b>INDICE DE ANEXOS</b>	<b>xi</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>3</b>
<b>1.-1 ANTENCEDENTES:</b>	<b>3</b>
<b>1.2.- DESCRIPCION DEL TEMA O DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA</b>	<b>4</b>
<b>1.3.- OBJETIVOS GENERALES</b>	<b>5</b>
<b>1.3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>5</b>
<b>1.4. JUSTIFICACION</b>	<b>6</b>
<b>CAPITULO II</b>	
<b>2. MARCO REFERENCIAL</b>	<b>7</b>
<b>2.1 MARCO TEORICO</b>	<b>7</b>
<b>2.1.1. TURISMO ALTERNATIVO Y DESARROLLO CULTURAL Y HUMANO</b>	<b>8</b>
<b>2.1.2. IMPACTO NEGATIVO DEL TURISMO</b>	<b>8</b>
<b>2.1.3. EL PROBLEMA DE CRECIMIENTO EXPOTENCIAL</b>	<b>9</b>
<b>2.1.4. DATOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE MANABI</b>	<b>9</b>
<b>2.1.4.1. CANTONES</b>	<b>9</b>
<b>2.1.4.2. CONDICIONES DEMAGRAFICAS</b>	<b>9</b>
<b>2.1.4.3.LIMITES DE LA PROVINCIA</b>	<b>9</b>
<b>2.1.4.4. CLIMA</b>	<b>9</b>
<b>2.1.4.5. OROGRAFIA</b>	<b>10</b>
<b>2.1.4.6. HODROGRAFIA, RECURSOS NATURALES</b>	<b>10</b>
<b>2.1.4.7. INDUSTRIA Y COMERCIO</b>	<b>10</b>

<b>2.1.5. DETALLES DEL CANTON PAJAN</b>	<b>11</b>
2.1.5.1. ACTIVIDADES DE FIESTAS PATRIAS	11
2.1.5.2. SIMBOLOS PATRIOS	11
2.1.5.3. ACTIVIDAD ECONOMICA DE PAJAN	12
2.1.5.4. GASTRONOMIA	12
2.1.5.5. ATRACTIVOS TURISTICOS	12
<b>2.1.6. CARACTERISTICAS E IMPORTANCIA DE LA SUSTENTABILIDAD TURISTICA</b>	<b>15</b>
2.1.6.1. IMPORTANCIA DEL TURISMO SUSTENTABLE	15
2.1.6.2. PLANTA TURISTICA	15
2.1.6.3. CLASIFICACION DE PLANTA TURISTICA	16
2.1.6.4. METODOLOGIA PARA REALIZAR INVENTARIO	16
2.1.6.5. PROMOCION TURISTICA PARA BALNEARIO DE BANCHAL	16
2.1.6.6. CARACTERISTICA DE LA DEMANDA	16
2.1.6.7. OFERTA TURISTICA	16
2.1.6.8. ACTUALES COMPETIDORES	16
2.1.6.9. ACTIVIDADES A DESARROLLAR	17
2.1.6.10 ANALISIS DE SUTENTABILIDAD DE LA PROPUESTA	17
2.1.6.11. MERCADO LOCAL PRODUCTO	16
2.1.6.12. DESCRIPCION DEL PRODUCTO	19
2.1.6.13. Propuesta de Promoción Turística DEL Balneario de Banchal	19
2.1.6.14. PROPUESTA POR LA COMUNIDAD	19
<b>2.1.7. TURISMO</b>	<b>20</b>
2.1.8. REQUITOS LEGALES PARA LA INDUTRALIZACION DEL PRODUCTO	21
2.1.8.1. CAPITAL XII CONTROL CALIDAD	21
2.1.8.2. AUTORIZACIONES ESPECIALES	21
<b>2.2. ANTECEDENTES HISTORICOS</b>	<b>21</b>
2.2.1. EL TURISMO EN CIFRAS	23
2.2.2. SEGMENTACION DEL MERCADO TURISTICO	25
2.2.3. EL PROPOSITO DEL VIAJE	26
2.2.4. LOS EFECTOS DEL TURISMO EN ECUADOR	27
2.2.5. LA CULTURA O PAIS DE ORIGEN	27

<b>2.3. ANTECEDENTES REFERENCIALES</b>	<b>28</b>
<b>2.4. FUNDAMENTACION</b>	<b>29</b>
<b>2.5. MARCO LEGAL</b>	<b>30</b>
2.5.1. LEY DE TURISMO. CAPITULO 1	31
2.5.2. CAPITULO 2 DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN	32
2.5.3. CAPITULO IV DEL MINISTERIO DE TURISMO	33
2.5.4. CAPITULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL	34
2.5.5. CONSTITUCION DE LA REP DEL ECUADOR CAPITULO I ELEMENTOS COSTITUCIONAL DEL ESTADO	39
2.5.6. CAPITULO VII DERECHOS A LA NATURALEZA	40
<b>2.6. HIPOTESIS</b>	<b>41</b>
2.6.1. HIPOTESIS GENERAL	41
2.6.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	41
<b>CAPITULO III</b>	
<b>3. MARCO METODOLOGICO</b>	<b>42</b>
3.1 TIPO Y DISENO DE INVESTIGACION	42
3.1.2. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO	42
3.2 LOS METODOS Y LAS TECNICAS	43
3.2.1.¿QUE MEDIOS DE PUBLICIDAD UTILIZARE PARA DAR LA PROMOCION TURISTICA AL BALNEARIO DE BANCHAL?	43
3.2.2. TRIPTICOS TURISTICOS.	43
3.2.3. VOLANTES	44
3.2.4. AFICHES	44
3.2.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	45
3.2.6. LA PROMOCION.	45
3.3. METODOS TEORICOS	45
3.3.1. METODO DEDUCTIVO	46
3.3.2. METODO ANALITICO	46
3.3.3. METODO SINTETICO	46
3.3.4. METODO HISTORICO	46
3.3.5. METODO INDUCTIVO	46
3.4. METODOS EMPIRICOS	46

<b>3.4.1. METODO DE MEDICION</b>	<b>47</b>
<b>3.4.2. METODO DE OBSERVACION CIENTIFICA</b>	<b>47</b>
<b>3.5. TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>	<b>47</b>
<b>3.5.1. PROPUESTA TECNICA ACERCA DEL BALNEARIO DE BANCHAL INVESTIGACION TECNICA</b>	<b>48</b>
<b>3.5.2. PRODUCTOS TURISTICOS</b>	<b>49</b>
<b>3.5.3. SEÑALETICAS E IMPLEMENTACION DE RUTAS</b>	<b>49</b>
<b>3.5.4. ARTE Y GASTRONOMIA</b>	<b>49</b>
<b>3.5.5. ECOTURISMO Y TURISMO DEPORTIVO</b>	<b>49</b>
<b>3.5.6 SEÑALETICA</b>	<b>49</b>
<b>IV CONCLUSIONES</b>	<b>49</b>
<b>V RECOMENDACIONES</b>	<b>51</b>
<b>VI BIBLIOGRAFIA</b>	<b>53</b>

## INDICE DE ANEXOS IMÁGENES

<b>Imagen N.1. Bandera de la Provincia de Manabí</b>	<b>56</b>
<b>Imagen N.2. Escudo de la Provincia de Manabí</b>	<b>56</b>
<b>Imagen N.3. Bandera del Cantón Paján</b>	<b>56</b>
<b>Imagen N.4. Escudo del Cantón Paján</b>	<b>56</b>
<b>Imagen N.5. Mapa del Cantón Paján</b>	<b>56</b>
<b>Imagen N.6. Promoción Turística de Manabí</b>	<b>56</b>
<b>Imagen N.7. Población de Paján</b>	<b>56</b>
<b>Imagen N.8. FOTOGRAFIAS DE LA GASTRONOMIA DE PAJAN</b>	<b>57</b>
<b>Imagen N.9. CERRO DE BANCHAL Y CAMINO HACIA EL BALNEARIO</b>	<b>58</b>
<b>Imagen N.10. FOTOGRAFIAS DEL BALNEARIO DE BANCHAL</b>	<b>59</b>
<b>Imagen N.11. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL CANTON EN LA PROV DE MANABI</b>	<b>60</b>
<b>Imagen N.12. VOLANTE DE PROMOCION TURISTICA DEL BALNEARIO DE BANCHAL</b>	<b>61</b>

## **INTRODUCCION.**

La industria turística es un gran motor de desarrollo económico y social debido al alto valor agregado que implica su desenvolvimiento, al elevado efecto multiplicador que produce su demanda, y al importante efecto acelerador de la inversión en infraestructuras y equipamientos.

Mediante mi proyecto quisiera que sea tomado muy en cuenta este lugar turístico ya que Banchal tiene mucho que ofrecer su hermoso balneario rodeado de grandes rocas y la biodiversidad de fauna completan su belleza a más de la acogedora muestra de amistad y cariño de su gente .

Este lugar tiene características especiales que le permiten ser un potencial para el desarrollo turístico, lo que ha originado la evolución de mi proyecto para atraer viajeros de todo el mundo a que conozcan este encanto de naturaleza.

El Balneario de Banchal tiene forma como una piscina (poza) donde es visitado todos los días y con mas afluencia los feriados por bañistas cercanos al sector convirtiéndose en un atractivo turístico mas del cantón.

Este Balneario se encuentra ubicado a 20 minutos de la cabecera Cantonal de Bajan y a una hora y media de su capital Portoviejo. Actualmente, el gobierno ecuatoriano considera a la industria del turismo como factor clave para salir del estancamiento económico por el cual pasa nuestro país. Es por esto que el gobierno tiene la voluntad política de impulsar el sector y desplegar el más amplio esfuerzo, tanto en el ámbito nacional como mundial, para que el Ecuador se convierta en un importante y competitivo destino turístico. Para lograr este objetivo se están realizando acciones como el desarrollo de una intensa campaña para que el Balneario Turístico de Banchal se convierta en un destino más accesible al turismo y, paralelamente, la promoción del país en términos de turismo mundial.

La promoción de la industria turística en el baneario de Banchal ya no es una simple expectativa sino es una realidad. Es imprescindible que todos tomemos conciencia de su importancia y para ello se requieren de planes de desarrollo para fomentarlo.

En la actualidad, hablar de turismo en la Provincia de Manabí es hablar de ciudades como Puerto López, Manta, Jipijapa, Puerto Cayo, Jaramijó; dejando de lado otras regiones y localidades que poseen recursos turísticos no explotados o promovidos entre los cuales se encuentra en el Cantón Pajan, área geográfica del presente análisis.

El balneario de Banchal, se constituye como uno de los lugares turísticos que posea la Provincia de Manabí por contar con atractivos turísticos ya sean naturales que le proporcionan una serie de características especiales. A pesar de las grandes posibilidades de desarrollo que tiene el Cantón Pajan en el sector turístico, esta localidad se ha quedado estancada al igual que otras importantes localidades, sin ningún análisis y plan de desarrollo que le permita en el futuro regirse como un gran destino turístico de la Provincia de Manabí.

Es objetivo de la tesis es la Promoción Turística del balneario de Banchal en el Cantón Pajan en la Provincia de Manabí, así incrementar el desarrollo turístico del balneario, que le permitan al mismo lograr su consolidación y posicionamiento en el mercado tanto nacional como internacional, y a la vez lograr un desarrollo económico, social y cultural de la población residente.

Debido a que nunca se ha llevado un análisis del sector turismo en el balneario, se espera que este trabajo sirva como estudio preliminar para futuros proyectos que tengan como objetivo el posicionamiento de la promoción Turística del Balneario Banchal como destino turístico de éxito, para ello se ha tratado de estudiar todos los factores claves que se requerían para lograr esta meta, este trabajo lleva a cabo un estudio sobre la demanda turística nacional y extranjera que visita el balneario, lo que permitirá contar con un estudio sobre la oferta turística determinando sus principales limitaciones y problemas. Es voluntad del autor que el contenido de este estudio sea de gran utilidad para personas o instituciones que apuesten por el Balneario Banchal como destino turístico.

# CAPITULO I

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### **CARENCIA DE PROMOCION TURISTICA EN EL BALNEARIO BANCHAL PARROQUIA CASCOL CANTON PAJAN PROVINCIA DE MANABI.**

Este proyecto quiero dar a conocer los lugares turísticos no explotados como el balneario de Banchal en el Cantón Paján de la Provincia de Manabí, que cuentan con potencial turístico para ser visitado pero por falta de promoción turística al lugar no es reconocido a nivel nacional por los turistas.

### **1.1. ANTECEDENTES**

En medio de la costa Ecuatoriana se encuentra la provincia de Manabí, tierra de encanto, llena de pasión y belleza.

En Manabí es posible hacer turismo de aventura, deportivo, de naturaleza, gastronómico, arqueológico, ecológico, artesanal de diversión, de descanso, religioso, cultural o de sol y playa.

La Provincia de Manabí es por su tradición una zona rica en artesanías cuyas bondades son conocidas fuera de nuestras fronteras, sus tradiciones se mantienen como premisa fundamental la cortesía y hospitalidad como parte inherente de la forma de ser Manabita, lo que marca un estilo de vida propio.

La Provincia de Manabí posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destaca por su variada cultura étnica, gastronomía, cultural y gran biodiversidad de ecosistemas es la principal causa del crecimiento y desarrollo del turismo nacional es así el interés de conocer nuevos lugares mediante mi proyecto quiero promocionar este balneario turístico Banchal este lugar turístico tiene mucho que ofrecer, rodeado de grandes rocas, y la biodiversidad de flora y fauna y su gente acogedora hacen de Banchal un lugar paradisíaco y único de la provincia de Manabí, este lugar tiene características especiales que le permiten ser

Un potencial para el desarrollo turístico, lo que ha originado la evolución de mi proyecto para atraer turistas del Ecuador y de todo el mundo que conozcan este encanto de naturaleza.

El balneario de Banchal tiene forma de una piscina (poza) donde es visitado todos los días y con más afluencia los feriados por los bañistas de diferentes lugares convirtiéndose en un atractivo turístico mas de este cantón.

Y así difundir este lugar a todas las provincias del Ecuador para que sea reconocido en primer lugar en Ecuador y luego en el exterior este balneario se encuentra ubicado a 20 minutos de la cabecera cantonal de Pajan y a una hora y media de Portoviejo capital manabita.

El Cantón Pajan tiene mucho potencial para crecer y darse a conocer a nivel local, nacional e internacional en el ámbito turístico ya que posee los mejores paisajes de sus ecosistemas, lagunas y diversidad de culturas con gran oportunidad para realizar turismo de aventura, ecoturismo y pesca deportiva; la riqueza arqueológica, testimonio de su cultura ancestral son los ejes sobre los cuales se desarrolla la floreciente industria del turismo local es por esta razón la elaboración de este proyecto para fomentar el desarrollo, promoción y comercialización de todos sus rincones turísticos ya que el Balneario Banchal siendo poseedor de una esplendida riqueza natural y cultural no se ha involucrado en la actividad turística tal vez porque la gente desconoce lo que tiene o porque sus autoridades no le han dado la importancia debida a sabiendas de que será la actividad del futuro.

## **1.2. DESCRIPCION DEL TEMA O DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA**

En el Ecuador existen lugares que aun no son explotados debido a la falta de acogida que se le da al lugar y a la poca difusión que le brinda el ministerio de turismo, cámara de turismo, municipalidades de dichos sectores y otras entidades públicas por lo cual hacen que las personas desconozcan las bellezas que tiene Ecuador.

Existen todavía muchos lugares sin explotar pero con gran potencial turístico cabe recalcar que este problema se da por el poco interés que las entidades gubernamentales le dan al lugar.

Una vez terminado el diseño de cada uno de los elementos del programa de promoción turística del balneario de Banchal, es importante determinar el plazo más eficaz para usarlos. La programación de la promoción describe el orden en el que cada herramienta promocional será introducida y la frecuencia de su uso durante la campaña.

### **1.3. OBJETIVO GENERAL**

Evaluar la propuesta de promoción turística, en el Balneario de Banchal del Cantón Paján en la Provincia de Manabí, dando a conocer los lugares poco visitados pero con gran potencial a nivel del Ecuador.

#### **1.3.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- a. Incentivar a la municipalidad del Cantón Paján a desarrollar y promocionar el turismo y crear nuevos atractivos turísticos.
- b. Capacitar a los moradores del sector para que ellos puedan brindarle información del lugar al turista.
- c. Promover el turismo del Balneario Banchal basado en la gran diversidad de atractivos naturales y culturales que posee con la participación de la Cámara de turismo
- d. Realizar ferias nacionales e internacionales para dar a conocer los atractivos turísticos del Balneario.
- e. Mantener una infraestructura hotelera de calidad para brindar un buen servicio a los visitantes.
- f. Promover el Turismo de Paján con el apoyo del sector privado.
- g. Crear campañas para prevenir la contaminación y deterioro de la zona y áreas Turísticas.
- h. Realizar alianzas estratégicas con la Cámara de Turismo y las organizaciones para obtener crédito para impulsar el Turismo.

## **1.4. JUSTIFICACION**

Para la elaboración del presente proyecto existen documentos y bases bibliográficas que sustentan esta investigación así como también cuento con la ayuda y asesoramiento de expertos en el tema que con sus conocimientos me ayudaran a lograr la realización y ejecución de este estudio y sobretodo con el respaldo de la “CAMARA DE TURISMO DE MANABI” quienes con entrega y apoyo gestionan la investigación facilitando información lo que permite el desarrollo eficaz de este proyecto.

La dirección de este proyecto esta enfocada principalmente en el desarrollo deL balneario Banchal en el cantón Pajan lugar turístico ya que todos sabemos que el turismo hoy en día es un factor importante porque genera riqueza; el turista deja mucho dinero en (hoteles, restaurantes, compras...). Y se crean muchos puestos de trabajo esto beneficia mucho al pueblo de Pajan ya que las personas serán empleadas directamente en actividades turísticas o relacionadas con ellas, (camareros, conductores de autobuses, guías turísticos, empleados de hotel...) Además contribuye al intercambio de actitudes sociales y culturales entre los pueblos.

El proyecto que presento nace como fruto de la evaluación y reflexión en el campo turístico del Ecuador, es por eso basándose en la promoción turística de sitios no explotados del país el Ecuador se encuentra ubicado en el noroeste de América del Sur es por eso que se ha ganado el corazón de los viajeros como uno de los lugares favoritos para visitar en América Latina.

En la mitad del mundo se encuentra el país tropical de Ecuador. Un lugar de extraordinario contraste, donde el verdor ilimitado de la selva es tan sorprendente como la nieve perpetua que corona la cordillera o la tibieza del mar que arrulla la Costa.

Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta. Su amplia gama de climas en sus cuatro regiones, ha dado lugar al nacimiento de miles de especies de flora y faunas en medio de extensos territorios naturales muchos de los cuales están protegidos por el estado.

Aquí se puede encontrar bosques tropicales y húmedos selvas, montañas, paramos, desiertos, húmedos y nevados.

Basado en alto potencial turístico este proyecto fue creado con el fin de promocionar sitios que no son reconocidos, impulsar estos sitios para un mejor desarrollo turístico específicamente se lo va a realizar en la Provincia de Manabí Cantón Paján Parroquia Cascol Recinto Banchal para luego tomar un posicionamiento a nivel nacional logrando una mayor afluencia turística

Porque Nuestro Ecuador Cuenta Con Diversidad, Sitios De Interés, Playas, Clima, Historia Y Tradición Para Competir Con Otros Destinos A Nivel Nacional E Internacional.

La realización de este proyecto permitirá al balneario Banchal posicionarse como uno de los lugares mas Turísticos a nivel regional ya que se implantaran estrategias de crecimiento y promoción para dar a conocer todos los rincones turísticos que posee convirtiéndolo en una nueva alternativa para los turistas porque aquí se puede encontrar un escenario de atractivos naturales y culturales como ríos, lagunas, bosques primarios, flora, fauna, montañas, ruinas arqueológicas y hasta casas de hacienda que son engalanadas por los ecosistemas existentes en la zona.

## **II. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1.- MARCO TEORICO.**

La estratégica ubicación del Ecuador, ha hecho que muchos inversionistas y empresarios del siglo XXI se den cita en el Ecuador. El turismo se encuentra como el cuarto rubro y el petróleo genera el principal ingreso de divisas. Sus principales urbes ofrecen todo tipo de servicios, con las más importantes cadenas hoteleras del mundo e infraestructura y tecnología de vanguardia.

El desarrollo turístico del Ecuador ayudará, por un lado, a reducir los niveles de pobreza, creando empleo, integrando a las municipalidades. Por otro lado, la acción del gobierno, preservando el ambiente, abriendo espacios para una mayor participación de los organismos estatales y del sector privado, son objetivos del plan.

### **2.1.1. Turismo Alternativo y Desarrollo Sustentable Cultura de desarrollo humano sustentable**

Una cultura sustentable no es mas que una forma de vida sostenible por mucho tiempo

porque no agota el sistema social ni el medio que lo hace posible. Por otro lado la contaminación ambiental es uno de los problemas más alarmantes ya que se producen cambios en el comportamiento del clima, las industrias que necesitan emplear tecnología más sofisticada para tratar de reducir la contaminación. Los problemas de la nación son la pobreza, la deuda externa, el consumo irracional de los recursos naturales, son problemas que dificultan el tener un desarrollo humano sustentable, estos son puntos críticos inevitables dentro de un país, pero con un control y una buena legislación y manejo de una nación se puede reducir y evitar estos problemas.

### **2.1.2. IMPACTOS NEGATIVOS DEL TURISMO.**

**Suelo.-** puede ser causado por; autos, caballos, bicicletas, etc. esto produce un compactamiento del suelo y disminución de la porosidad.

**Recursos hídricos.-** la contaminación por organismos, arrastre de partículas contaminantes orgánicas e inorgánicas, navegación de embarcaciones motorizadas las cuales causan daños por la descarga de aceite.

**Vegetación.-** se debe a las caminatas, campamentos, y por el uso de medios de transporte.

**La fauna silvestre.-** es amenazada por los cazadores, la pesca, la basura, la falta de información de los turistas en cuanto a las áreas protegidas y sus limitaciones en las visitas.

**Alteración del paisaje.-** la actividad turística irresponsable, la falta de educación ambiental es uno de los problemas que perjudican a este punto.

### **2.1.3. EL PROBLEMA DE CRECIMIENTO EXPOTENCIAL.**

Con el crecimiento de la población la capacidad de consumo es mayor el hombre ha solucionado este problema con el mayor consumo de los recursos, creando problemas como; la sobrepoblación, el uso de irracional de los recursos, mayor cantidad de desechos y donde contener estos desechos, la contaminación que crece de manera exponencial, la sobrepoblación es un problema que la solución esta en las manos del hombre. La conservación de los recursos naturales es el deber de todos los seres humanos para asegurar la supervivencia de nuestras futuras generaciones, es por esta razón que en la actualidad se están desarrollando proyectos y planes en donde intervienen la sustentabilidad de los recursos naturales asegurando nuestra supervivencia y la de la naturaleza.

### **2.1.4. DATOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE MANABI.**

La capital fue fundada el 12 de marzo de 1535 por el capitán Francisco Pacheco. Portoviejo alcanza su independencia el 18 de octubre de 1820. La provincia se creó mediante la expedición de la Ley de División Territorial del 25 de junio de 1824.

#### **2.1.4.1.CANTONES**

Portoviejo, Bolívar conocido como Calceta, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Junín, Jipijapa, Manta, Montecristi, Paján, Pichincha, Olmedo, Puerto López, Pedernales, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre conocido como Bahía de Caráquez, Tosagua, 24 de Mayo, San Vicente, Jaramijó y Jama.

#### **2.1.4.2. LIMITES PROVINCIALES**

Norte: Esmeraldas.

Sur: Guayas.

Este: Guayas y Pichincha.

Oeste: Océano Pacífico.

#### **2.1.4.3. CONDICIONES DEMOGRAFICAS.**

La tasa de natalidad de Manabí es bastante alta, gran parte de la población se encuentra en el sector rural pese al crecimiento acelerado de la población urbana.

Los habitantes de esta provincia son relativamente jóvenes. El fenómeno migratorio registra tasas muy elevadas, cuyos destinos son básicamente Guayas y Pichincha.

#### **2.1.4.4 CLIMA**

El clima de Manabí oscila entre subtropical seco y tropical húmedo; la temperatura no es uniforme, podemos citar a Portoviejo, cuya temperatura media es de 25 grados centígrados, y al Puerto de Manta con 23.8 grados centígrados de temperatura. El verano en esta región, debido a la corriente fría de Humboldt, no es tan caluroso y va de junio a diciembre. El invierno es caluroso, comienza en diciembre y termina en mayo.

#### **2.1.4.5. OROGRAFIA**

Al ser una provincia de la región costanera, sus elevaciones no sobrepasan los 700 metros sobre el nivel del mar. La costa manabita tiene una extensión de 350 kilómetros; su principal cordillera, la de Chongón-Colonche que viene del Guayas, es la columna vertebral de la región y toma los nombres de Paján y luego de Puca.

#### **2.1.4.6. HIDROGRAFIA**

El río más importante por su caudal es el Chone, que nace en las faldas occidentales de la cordillera de Balzar para desembocar en Bahía de Caráquez. Sus afluentes son los ríos Mosquito, Garrapata y San Lorenzo por la margen derecha y el río Tosagua con sus afluentes el Canuto y el Calceta por la margen izquierda; esta cuenca es una de las

Mas importantes de la Provincia.

Al Noroeste del cantón Chone nace el río Quinindé, que viene de la vertiente del río Esmeraldas, va hacia el Oriente y el Norte y recibe las aguas de importantes ríos como el Piojito y el Mongoya. Hay otros ríos de importancia como el Jama con su tributario el Mariano y el Canoa, que recibe las aguas del

Tabuchilla y del Muchacho. En las montañas de Paján y Puca nace el río Portoviejo, que desemboca en la bahía de Charapotó.

#### **2.1.4.7. RECURSOS NATURALES Y COMERCIO**

Cacao, café, banano, arroz, algodón, recursos pesqueros y minerales.

Exportación a través del puerto marítimo de enlatados de pescado, sombreros de paja toquilla, alimentos, frutas, café, banano y productos derivados del cacao.

#### **2.1.5. DETALLES DELCANTON PAJAN.**

**Cabecera Cantonal:** Paján.

**Fecha de Cantonización:** 7 de Noviembre de 1951.

##### **Fiestas más Importantes**

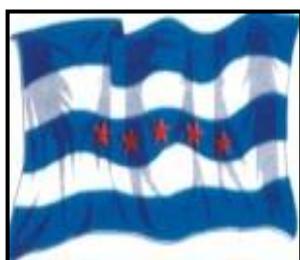
Cantonización: el 7 de noviembre; Fiestas religiosas en honor de la Virgen de La Merced: 24 y 25 de septiembre; San Juan Bautista: 24 de junio; La conformación del Primer ayuntamiento 5 de marzo.

##### **2.1.5.1. Actividades de las Fiestas:**

Las fiestas son alegres y se las celebra con bailes, desfiles, ferias, rodeo montubio sin que falte el tradicional canelazo.

##### **2.1.5.2. SIMBOLOS PATRIOS.**

###### **BANDERA DEL CANTON PAJAN**



###### **ESCUDO DEL CANTON PAJAN**



Fuente. Municipio del Cantón Paján

### **2.1.5.3. ACTIVIDAD ECONOMICA DE PAJAN.**

La agricultura y la ganadería es el principal rubro económico de su población; café, maíz, arroz, paja mocora, achiote y la ganadería. En las comunidades las personas reciben a los visitantes de manera cortés y amable, por lo general nadie se va de allí sin probar una verdadera comida Manabita hecha en fogón o cocinada con leña.

Paján tiene muchos puntos a su favor, por ser un pueblo pequeño la delincuencia es casi inexistente, sus calles y veredas desde su entrada en el Recinto Colimes lucen limpias y bien asfaltadas.

### **2.1.5.4. GASTRONOMIA.**

Su gastronomía se caracteriza en platos típicos como tortillas de yuca, empanadas, seco de gallina y carne de cerdo.

### **2.1.5.5. ATRACTIVOS TURISTICOS DE PAJAN**

En Paján su población es mestiza y conservan sus rasgos y tradiciones Manabitas, como Lidias de gallos, bailes populares, rodeos montubios, amor finos, velorios, para recordar a los difuntos y venerar imágenes en los que no, falta como plato principal el y greñoso hecho con maíz, maní y gallina criolla.

Un paseo por el campo es volver a recordar el ayer Manabita, sus senderos están llenos de frutas y rodeados por innumerables árboles de diferentes especies. Cuenta además con lugares maravillosos y apropiados para desarrollar turismo de aventura y excursión gracias a sus grandes montañas donde existen cuevas, cascadas, y plantaciones.

En la comunidad Prócer, de la parroquia Campozano, existe una cascada de 20 m. de altura, y en Las Cruces, que son verdaderos atractivos turísticos. Las aguas azufradas en el sitio Guayabito; aguas saladas en El Piojo.

#### **2.1.5.5.1 Iglesia de la Merced Paján.**

Su estilo es romano, tiene dos torres cuadradas a sus lados, su entrada está adornada con un conjunto de arquerías de medio punto y en el centro un arco ojival de color azul donde está dibujada su patrona la virgen de la Merced.

En su interior esta compuesta por tres naves, en el fondo esta la imagen de un Cristo, y a su lado están las imágenes de San Juan Bautista, La Virgen, la imagen de diferentes Santos y la pílela bautismal.

#### **2.1.5.5.2. Salto de San Andrés**

En el recinto San Andrés de la Parroquia Campozano se encuentra uno de los lugares más hermosos del cantón dotado de una exuberante flora y fauna. La Cascada tiene una altura de 30 metros y una poza de 12 metros de diámetro con la profundidad de 15 metros, además el agua es fresca y cristalina

#### **2.1.5.5.3. Cuevas de San Isidro**

La Cueva tiene 100 metros de profundidad todo este recorrido es libre de peligro, esta cueva se encuentra rodeada de exuberante vegetación donde la entrada de la cueva existe un estero, esta cueva en su interior tiene forma de cono donde al inicio existe una entrada que al final se unen.

A 30 minutos de Paján, existen dos cuevas totalmente oscuras donde solo se escucha el aleteo de los murciélagos que habitan en este lugar.

#### **2.1.5.5.4. ORIGEN**

Su origen encierra una amalgama de mitología, las personas que viven ahí dicen haber visto. Hermosas mujeres bañándose en un salto de agua existente en pocas pasadas y escuchando bandas de música por las noches, antes de que se deslizara una ladera del cerro. Es un magnifico sitio ecoturismo donde se esconden muchas leyendas.

#### **2.1.5.5.5. SUPERFICIE.**

La Cueva tiene 100 metros de profundidad. A 30 minutos de Paján, existen dos cuevas totalmente oscuras donde solo se escucha el aleteo de los murciélagos que habitan es este lugar.

#### **2.1.5.5.6. Balneario de agua dulce y saltos de agua de Banchal**

Es uno de los atractivos más importantes de Paján, inclusive quienes han visitado saben de su existencia pues las inusuales formaciones rocosas y la exuberante vegetación y con una gran variedad de fauna que se encuentra en esta zona convierten en el lugar de paseo preferido de los Pajanenses. Como el dato curioso cabe indicar que para llegar al lugar se pasa siete veces el mismo Río.

A 15 minutos de caminata, del puente Banchal, se encuentra un balneario de agua dulce formado por remanso en lecho de un río; por donde se puede ir vadeando hasta llegar hasta un salto de agua que ha formado una piscina por la caída de la misma, que invita a bañarse. Como el dato curioso cabe indicar que para llegar al lugar se pasa siete veces el mismo Río.

#### **2.1.5.5.7. Ubicación**

Este hermoso balneario se encuentra ubicado en el Recinto Banchal vía Guayas – Manabí, a 20 km. Desde la cabecera cantonal.

#### **2.1.5.5.8. Clima**

La temperatura media anual es de 24 grados centígrados, con precipitaciones medias anuales de entre 1.000 y 2.000 milímetros. El clima es tropical y fresco, con marcada diferencia entre invierno y verano.

#### **2.1.5.5.9. BIODIVERSIDAD.**

Alrededor de este atractivo encontramos árboles como: Ceibo, moral, gramalote, guayacán, álamo, beldad dentro de la fauna encontramos animales como: Garzas, galleretas, marías, martín pescador, caciques ardillas.

Si se tiene suerte pueden observar guatusos, cuchuchos, guantas y armadillos ya que existen pocos ejemplares.

#### **2.1.5.5.10. DESCRIPCION DEL NEGOCIO**

Empresa de promoción turística es encargada de promocionar sitios que son reconocidos y explotados a nivel del país, con un personal altamente capacitado haremos de Ecuador un sitio reconocido no solo nacionalmente sino internacional y ser reconocido.

### **2.1.6. CARACTERÍSTICAS E IMPORTANCIA DE LA SUSTENTABILIDAD DEL TURISMO.**

Dentro del ámbito turístico el término Turismo sustentable implica desarrollo sin degradar, ni agotar los recursos, en otras palabras continuidad y equilibrio, para lo cual se utilizan herramientas como: estudios de impacto ambiental, análisis de biodiversidad, evaluación de niveles de fragilidad del entorno, capacidad de carga, manejo de desechos, diseño de infraestructura, planificación de actividades y capacitación del personal.

#### **2.1.6.1. IMPORTANCIA DEL TURISMO SUSTENTABLE.**

Los turistas pueden ejercer un impacto negativo en las culturas que visitan a pesar de todo esto sí es posible llegar al crecimiento de la actividad turística de un destino determinado, en el cual se maximicen los efectos positivos. Esto será posible implementando la teoría del turismo sustentable como una necesidad para el desarrollo de cualquier destino turístico.

En el caso específico de esta tesis, el diagnóstico del balneario de Banchal tendrá su base principal en estos conceptos tan importantes que aseguran el mantenimiento de cada recurso a lo largo del tiempo.

.

#### **2.1.6.2. PLANTA TURÍSTICA**

El inventario fue fundamental para la recolección de información necesaria sobre el cantón para determinar sus atractivos e identificar su planta turística. Los Objetivos del inventario fueron:

1. Identificar los atractivos turísticos y planta turística que posee el cantón Paján.
2. Obtener toda la información disponible sobre los atractivos turísticos y la planta para realizar fichas.
3. Seleccionar cuales atractivos tienen mayor posibilidad de desarrollo (de acuerdo al nivel de interés, iniciativa y compromiso)
4. Establecer que atractivos pueden ser utilizados y promocionados a corto plazo.

#### **2.1.6.3. CLASIFICACION DE LA PLANTA TURISTICA**

Del inventario se concluye que en lo referente a alojamiento el cantón Paján y del Balneario de Banchal carece de instalaciones de este tipo, sin embargo en algunos ranchos y haciendas se están reacondicionando para recibir turistas mas aún no están en funcionamiento; en alimentación la concentración de establecimientos (restaurantes) se encuentra en la cabecera cantonal, en los demás recintos no existen este tipo de instalaciones; y en esparcimiento posee 2 instalaciones de este tipo.

#### **2.1.6.4. METODOLOGIA PARA REALIZAR EL INVENTARIO.**

La metodología empleada durante el inventario de atractivos turísticos y de planta fue el método descriptivo y la observación directa. Los recursos auxiliares utilizados para el inventario fueron las Fichas de Inventario.

#### **2.1.6.5. PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL BALNEARIO DE BANCHAL EN EL CANTON PAJAN.**

El inventario de atractivos turísticos y clasificación de la planta turística, permite determinar las bases de la promoción del cantón.

#### **2.1.6.6. CARACTERISTICA DE LA DEMANDA.**

Para la promoción de un lugar, se debe primero que nada, conocer los intereses tanto de los habitantes del lugar estudiado como de los potenciales turistas.

#### **2.1.6.7. OFERTA TURISTICA DEL CANTON.**

No existe una oferta turística deL balneario de Banchal, hasta la actualidad que podría ser considerada como un medio de desarrollo del lugar.

#### **2.1.6.8. ACTUALES COMPETIDORES.**

El Cantón de Paján y el balneario de Banchal, esté en proceso de desarrollo tanto turístico como económico, por el momento no cuenta con infraestructura

adecuada para albergar turistas, pero sí cuenta con infraestructura para excursiones diarias. Estos factores no han permitido colocar al cantón dentro de la lista de destinos turísticos nuevos, aún, pero de acuerdo a un análisis de competencia, se consideró al cantón Puerto López como un actual competidor.

#### **2.1.6.9. ACTIVIDADES A DESARROLLAR.**

Dentro de las actividades deportivas tenemos:

- Caminatas, paseos a caballo o en bicicleta, vía a la Victoria y la zona urbana.
- Pesca en el río Paján, ya se realizan pequeñas reuniones de pescadores durante los fines de semana.
- Descenso en Montaña en la cascada Mariano Alto.
- Parapente, desde el mirador de Paján.
- Camping, en la zona alta de Suncamal.
- Recorridos por haciendas (visita a plantaciones, ordeñar vacas y observar elaboración de productos) como la hacienda San Ramón.

#### **2.1.6.10. ANALISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA**

La sostenibilidad no solo involucra el aspecto ambiental sino que también hace referencia a las vertientes económica, social y cultural de cualquier actividad productiva, incluida la turística.

Entonces, en el caso específico del balneario de Banchal, la propuesta será sostenible si no esquilmamos los recursos naturales del lugar, también será sostenible si no contamina

a ritmo superior los recursos de la propia naturaleza, si no congestiona el espacio disponible, y quizás el más importante si no genera ningún tipo de tensiones sociales.

#### **2.1.6.11. MERCADO LOCAL DEL PRODUCTO**

La promoción turística del Ecuador suele estar sujeta a las iniciativas, buena voluntad y euforia de un momento, pero no responde a planes sistemáticos y permanentes para llevarla adelante, ni se enmarca dentro de una firme política de estado para el desarrollo del turismo.

El turismo representa para Ecuador un 4,2% de PIB, pero bien podría multiplicar por dos o tres veces su aporte, puesto que las condiciones del país

son excepcionales como destino turístico. Es un acierto el mercadeo internacional acentuado la riqueza de la biodiversidad del país, una de las mayores del mundo. Naciones latinoamericanas, como Costa Rica, consiguieron un ejemplar impulso en el desarrollo de esta actividad, con la promoción del turismo verde. Ecuador tiene un capital inexplorado en su entorno ecológico. Pero la promoción tiene que ser constante y requiere una inversión económica suficiente para producir frutos. Hasta ahora, la promoción mayor es la de Galápagos, pero allí el incremento se halla restringido por necesarias razones de conservación.

Una policía de Estado para el desarrollo turístico debería apoyar el trabajo que, en la misma dirección, realizan los municipios ecuatorianos, como los de Quito y Cuenca tienen el reconocimiento de la UNESCO. Pero hay condiciones previas de infraestructura, servicio y seguridad ciudadana que son necesario asegurar para que todo aquello sea aprovechable.

La promoción turística requiere persistencia e inversión económica constante, pero sobre todo ser parte de una política de Estado para el desarrollo del turismo que empiece incluso con la coordinación, que ahora no hay eficaz sobre el tema, entre las propias instancias gubernamentales, como los Ministerios de Turismo, del Ambiente y de Relaciones Exteriores.

El Ecuador cuenta con aproximadamente 13 millones de habitantes con una tasa de crecimiento poblacional total anual del 2.1% y una amplia diversidad étnica. Tras la creación del Plan de Marketing Turístico del Ecuador en el 2003 y 2004, hasta el turista de los mercados considerados prioritarios para Ecuador como: Norteamérica, Europa y MERCOSUR.

Según encuestas de turismo Interno el volumen del turismo interno en ECUADOR alcanza casi los 10 millones de visitantes los cuales el 36% SON excursionista, y 64% son turista con al menos una pernoctación fuera de su residencia actual.

Se determina que los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar y segundo lugar en las preferencias de los turistas nacionales (29,5%) y les siguen la preferencia de otros sitios y atractivos.

El Ecuador tiene una posición privilegiada para el desarrollo del turismo sostenible gracias a su mega diversidad; se estima que solo 17 países en el

planeta están dentro de la categoría de albergar entre 60 y 70 de la biodiversidad del planeta.

Se nota un crecimiento mayor de 20% de visitantes proveniente de Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Estado Unidos, Francia y España para los periodos del 2004 \_ 2006.

Los meses de mayor afluencia de turista que llegan del extranjero son Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto, y Diciembre. (Temporadas de vacaciones en diversas partes del mundo).

#### **2.1.6.12. DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

MI empresa como ya fue mencionando tiene como objetivo la Promoción Turística de lugares turísticos no explotados al nivel del Ecuador, y así dar a conocer a los diversos turistas tanto Nacionales o Extranjeros.

#### **2.1.6.13. Propuesta de Promoción Turística DEL BALNEARIO DE Banchal integrando al Cantón de Paján como parte de un destino.**

Para realizar estas propuestas se ha tomado como referencia el Análisis del comportamiento Turístico de los habitantes de la población de Paján pues solo así se podrá tener en cuenta cuales sus actitudes inapropiados que están imposibilitando un mayor desarrollo turístico.

También se hizo uso del Estudio de Mercado de esta población, ya que en el momento de establecer que Atractivos Naturales se Ofertan se podría definir que actividades turísticas serian factibles de ser ahí desarrolladas. Además utilizar el análisis de catastro turístico como una herramienta para sugerir ideas y de esta manera aprovechar las oportunidades, mitigar las debilidades y las amenazas.

#### **2.1.6.14. Propuesta de integrar a la Comunidad en el desarrollo de la Actividad Turística.**

Organizar programas de educación a fin de capacitar a sus habitantes para que aprendan lo importante que es la cultura del buen servicio hacia los turistas.

Efectuar un curso para capacitar a los habitantes de la comuna que estén interesados en estar preparados para poder dar primeros auxilios.

Construir centro de salud, para que de esta forma los turistas sientan la seguridad de transitar por las zonas ecoturísticas o montañosas de la zona.

Impulsar mediante cursos auspiciados por Organismos no Gubernamentales el desarrollo de artesanías, y de esta manera involucrar directamente a las mujeres de la Comuna.

Desarrollar el Cerro como un mirador, involucrando directamente a un grupo de estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad de Jipijapa ( la mas cercana), para la creación de un sendero y al mismo tiempo sirvan de guías del mismo.

Centrar los esfuerzos de promoción en una imagen basada en turismo de paz y tranquilidad.

### **2.1.7. TURISMO**

En el estudio de Matheison y Wall, el turismo es considerado como el desplazamiento temporal de las personas a lugares fuera de su lugar de residencia y trabajo. Al igual que las actividades que se llevan a cabo durante su estancia en aquellos destinos, así como las facilidades que son creadas para satisfacer todas sus necesidades. La Organización Mundial del Turismo (OMT) hace mención que para esta definición dicho desplazamiento debe ser menor al periodo de un año, para que no deje de ser considerado turismo.

Como es evidente en esta definición el turismo abarca gran cantidad de personas, desde el turista, o aquella persona que hace turismo, hasta el pequeño prestador de servicios en una remota locación. La misma definición abarca recursos naturales que atraen al turista, los medios tecnológicos que facilitan la prestación de los servicios requeridos por el turista, y los otros medios que facilitan la reducción de las distancias y facilitan la comunicación entre los proveedores y los interesados en el producto turístico.

Es conveniente mencionar que la industria del turismo es la industria de más alto crecimiento del siglo XXI, y mismo crecimiento que ha tenido desde el siglo pasado. En el contexto de la era de las comunicaciones y el fenómeno de la globalización las distancias se han acortado y los turistas gozan de una cartera considerable en tamaño para elegir su próximo destino o actividad.

Es perceptible que los turistas o viajeros tienen una declarada necesidad por viajar, el instinto de curiosidad y el deseo de obtener mayores conocimientos

que caracteriza al ser humano facilita a que el turismo se dé. Por tanto y para seguir comprendiendo mejor los objetivos de esta investigación es importante conocer un poco sobre los antecedentes del turismo.

### **2.1.8. REQUISITOS LEGALES PARA LA INDUSTRIALIZACION DEL PRODUCTO**

Publicidad engañosa toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, símbolos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

Publicidad Abusiva Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar al medio, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o induce al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva.

#### **2.1.8.1. CAPITULO XII CONTROL DE CALIDAD**

Art. 64 Bienes y servicios controlados

El instituto ecuatoriano de normalización INEN, determinara la lista de bienes y servicios, provenientes tantos del sector privado como sector publico, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de practica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios que se consideran peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo.

#### **2.1.8.2. Art. 65 Autorizaciones Especiales**

El registro sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el código de salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones, y códigos de práctica, oficialmente por el instituto ecuatoriano de normalización INEN, y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento.

## **2.2. ANTECEDENTES HISTORICOS.**

Fue antiguamente un caserío, que recibió el nombre de Paján por la abundancia de paja mocora. Su Cantonización tuvo lugar el 7 de noviembre de 1952, considerando su

Aporte a la Provincia.

Antes de la incursión española, Paján fue conquistado por Huayna Capac, emperador inca, cuando cruzó el territorio de Jipijapa a Manta. Este soberano inca, hijo de Tupac-Yupanqui en su hermana Mama Oclo, nació en Tumipamba (Tomebamba-Cuenca) en

El año de 1471.

Desde muy pequeño inició su carrera de guerrero, y junto a su padre extendió los dominios del imperio. Huayna Capac reinó por más de medio siglo, fue el más poderoso

de los incas y el mas afortunado.

En 1534, cuando los españoles llegaron a Paján, la expedición comandada por Pedro de

Alvarado llamo a este lugar las Golondrinas.

Se dice también que el español, que viajaba con destino a Manta, tomo prisioneros en el camino a varios indios y al jefe de esa tribu, quienes al darse cuenta que estaban próximos a un poblado empezaron a gritar, logrando alertar al pueblo aborigen asentado en Paján, el que huyó con todas sus pertenencias. Fue por eso que Alvarado decidió dar un escarmiento a los prisioneros, y ordenó colgar al jefe indio en el centro del poblado.

Como se ha planteado anteriormente las razones que motivaron al ser humano a movilizarse a otras regiones fueron variadas, así se empieza a entender el inicio del fenómeno del turismo.

La historia provee importantes aspectos relevantes que indican que los viajes eventualmente desarrollaron lo que actualmente conocemos como turismo. Son varias las marcas en el tiempo que se dieron en el los siglos pasados, principalmente en la primera parte del siglo XX y que dieron vida al desarrollo del actual turismo. Los hitos sobresalientes comienzan en 1841 con el primer viaje organizado para un grupo por el Ingles Thomas Cook. Tiempo después

para el año de 1914, Henry Ford en su planta de Detroit, Estados Unidos comenzó la producción en masa del famosísimo Modelo T, el cual sería el primer automóvil fabricado en serie. Cinco años más tarde, el primer vuelo comercial con itinerario despegaría de Londres con destino a París. En 1945 la Segunda Guerra Mundial finalizaba e inició una nueva era de prosperidad para millones de personas que dispondrían paulatinamente de más tiempo libre, dinero e interés por viajar por motivos de negocios o placer. En 1950 Diners Club introdujo al mercado la primera tarjeta de crédito en el mundo, y por último dos años más tarde, en 1952, fue inaugurado el primer vuelo de un jet de pasajeros entre Londres y Johannesburgo, Sudáfrica.

Todos estos hitos de cierta forma influenciaron el rumbo de la industria del turismo, porque solo por esos primeros pasos de los pioneros se hizo más práctica y fácil la evolución de otras necesidades, mismas que resultaron eventualmente en el buen crecimiento del ramo. Desde el primer viaje en grupo y la fabricación masiva del automóvil, hasta los viajes por avión propulsados por una turbina, el desarrollo no sería el mismo. Facilitar a los viajeros los modos más adecuados de transportación, desde décadas atrás, ha beneficiado el desarrollo de otras actividades que han impulsando el surgimiento de nuevas tecnologías.

Ya que el consolidamiento de la industria era más que un hecho, el 11 de septiembre de 2001 (9/11), un atentado terrorista derribaría, estrellando dos vuelos comerciales, las torres gemelas del WorldTrade Center de la ciudad de Nueva York; acto que marcó un episodio nuevo en la historia de la industria del viaje. Las cosas cambiarían la percepción del viajero sobre su entorno y disminuirían la confianza del mismo para realizar viajes. El 9/11 provocó un desaceleramiento en la economía mundial, incluyendo una afectación notoria en la disminución de los viajeros mundiales y el surgimiento de nuevas batallas y guerras para frenar a los grupos terroristas (Travel and Tourism Forecast: Americas, 2005b).

### **2.2.1. EL TURISMO EN CIFRAS**

Un reciente estudio titulado World Travel and Tourism relata lo siguiente: “El inicio del siglo XXI será recordado como uno de los periodos más difíciles en la industria del viaje. Del terrorismo a la guerra a los miedos provocados por las enfermedades que acosan al mundo, gran parte del sector se encuentra a modo de estar luchando contra fuego perpetuo” (p. 10). Sin embargo, para el año de 2005 la adversidad había quedado atrás, ya que el año 2004 mostró un incremento del 8.6% en el total de viajeros mundiales en comparación del año 2003 (Travel and Tourism Forecast: Americas, 2005b). Como se muestra en la Tabla 2.1, el turismo mundial presenta un ritmo de crecimiento sostenido. Después del mínimo crecimiento obtenido del año 2001 al 2002 y el revés del 2003 se presenta un gran salto en 2004. El año 2005 por su parte mostró un incremento regular en comparación con el año anterior y para el tiempo de la redacción de este documento se espera que el 2006 cierre de modo similar. Los pronósticos también indican que para los siguientes cuatro años, del 2007 al 2010, se espera un incremento de poco más de 90 millones de personas que viajaran.

Por otra parte es importante para el estudio presentar la manera de cómo se distribuyen los viajeros internacionales en el mundo, conociendo cuales son los principales países receptores de turismo se puede tener una visión más grande del fenómeno. Más adelante conforme avance la investigación se profundizara sobre el ámbito en Ecuador.

De otro lado, según las cifras oficiales, en estos tres años, se habría producido en el país una reducción de la pobreza. La Senplades señaló el pasado mayo que la pobreza cayó ligeramente entre diciembre de 2006 y diciembre de 2009 y se redujo más a marzo de 2010. Sin embargo, un análisis de Cordes objeta esos datos de la Senplades por no incluir los índices de pobreza de diciembre de 2007 y 2008 y por comparar índices de diciembre y de marzo, y no entre los de diciembre, "que son comparables entre sí pues las encuestas se realizan en un mismo número de cantones y a un número similar de personas". Conclusiones de Cordes, en cuanto a evolución de pobreza urbana, son que la pobreza cayó entre diciembre de 2006 y diciembre de 2008 y que subió en diciembre

De 2009. Las cifras presentadas por el presidente de la República reflejan un país en marcha. Sin embargo, en cuanto a reducción de la pobreza y empleo resulta débil la consistencia de las cifras con el bajo crecimiento de la economía, un 0,36% en 2009. El Ecuador no se hace con discursos.

**Tabla 1. Turismo Mundial Fuente: Travel and Tourism Forecast: Americas, 2005b, p.10**

<b>Año</b>	<b>Turistas Internacionales (millones)</b>	<b>Gasto por turistas en el mundo (USD miles de millones)</b>
2001	577	401.6
2002	587.4	417.3
2003	576.7	474.9
2004	626.2	545.9
2005	651.6	585.9
2006/p	678.8	627.2
2007/p	704.9	676.3
2008/p	7334.2	697.6
2009/p	766.1	721.1
2010/p	797	760.2
2011/p	827.9	799.3

La Tabla 2.2 presenta el orden de los países con mayor recepción de turistas mundiales en los resultados parciales del año 2012. Se puede notar que los principales países receptores son los europeos, junto con los norteamericanos y China. Cabe mencionar que no solo un buen producto establece los primeros lugares de la lista, si no todos los otros facilitadores que ayudan a que el turismo se dé.

En tiempos muy recientes el turismo ha empezado a ocupar la mayor parte de los esfuerzos estratégicos de algunas naciones, es decir, han cambiado sus políticas y dado propiedad a procurar por la captación de turistas dando utilidad a su infraestructura y sentido a sus inversiones con el propósito de obtener mayores ingresos de la industria turística en su conjunto. El desarrollo de las

actividades turísticas para algunos países en vías de desarrollo brinda una posibilidad que encaja perfectamente con los objetivos de desarrollo global, diversificación económica y reducción de la pobreza.

**Tabla 2. Mercado Turístico Mundial.**

POSICION	2011 PARTICIPACION	
1	FRANCIA	33%
2	ESPAÑA	
3	ESTADOS UNIDOS	
4	CHINA	
5	ITALIA	
6	REINO UNIDO	14%
7	MEXICO	
8	ALEMANIA	
9	AUSTRIA	
10	CANADÁ	
11	TURQUIA	9%
12	MALASIA	
13	POLONIA	
14	HONG KONG	
15	ECUADOR	
	<b>OTROS</b>	<b>44%</b>

**Fuente: Secretaria de Turismo (SECTUR), 2011, p. 4.**

### **2.2.2. SEGMENTACION DEL MERCADO TURISTICO**

No todos los turistas son iguales, no todos tienen la misma cultura, los mismos gustos o preferencias o los mismos propósitos para realizar el viaje. Los segmentos del mercado turístico son numerosos y sería inapropiado para esta investigación hondar mucho en el tema, por tanto las variables de segmentación que se presentaran están situadas desde el punto de vista del mercado aéreo.

Desde siempre la segmentación del mercado aéreo se ha basado en la utilización de tres únicas variables: el propósito del viaje, la distancia ó el

tiempo de viaje, y la cultura ó país de origen del viajero. Un segmento de mercado puede ser definido como un grupo de consumidores que tiene suficientes características en común para ser agrupado, agrupado en un nicho de mercado.

### **2.2.3. EL PROPOSITO DEL VIAJE**

La motivación del viaje determina la segmentación del mercado turístico más importante. Son varios los tipos de turistas que se pueden desprender de éste corte: los viajeros de placer, los de negocios, los de turismo de convenciones y exposiciones, los de por motivos de estudio, los de enfermedad, los con motivos oficiales, los culturales,

los de visita de amigos o familiares, los viajeros para observar o hacer deportes, entre muchos otros propósitos.

La manera más común para fines prácticos de segmentación, es separar a los viajeros en el mundo en dos grandes nichos, que son: placer y negocios. Un viajero de placer se entiende que es aquel que no hace un viaje por trabajo. Mientras que el de negocios es que no viaja por relajamiento.

Por su parte los viajes de negocios son una necesidad, nada puede remplazar una reunión cara a cara. Paula Green (2006) afirma en su artículo publicado en Global Finance que los viajeros de negocios están gastando cada vez más dinero en sus travesías debido a un incremento en la interdependencia de los mismos en una economía cada vez más global. No nada más están gastando más, si no que también lo hacen viajando con más frecuencia, y esto una vez superado el bajo ritmo que presento la economía mundial en 2004. Ahora que los miedos en cuanto a seguridad se están desvaneciendo, ellos viajan más.

### **2.2.4. LA CULTURA O PAIS DE ORIGEN**

Por ultimo, este tipo de segmentación ayuda a los proveedores de servicios a encontrar las adecuaciones a los mismos (servicios) que serán prestados a los turistas. Considerar aspectos como la religión y las costumbres son muy importantes para el diseño de los productos turísticos. Por otra también es necesario considerar otros aspectos como lo son las tallas de los turistas que ayudara a diseñar las instalaciones o infraestructura para brindar los servicios.

En Ecuador se pueden encontrar adaptaciones y servicios complementarios brindados por hoteles y restaurantes para los visitantes de otras culturas, como lo puede ser desde ofrecer practicas de higiene bastante elevadas para evitar enfermedades, hasta vestir a los empleados de un hotel o restaurante conforme la cultura que sirven.

### **2.2.5. LOS EFECTOS DEL TURISMO EN ECUADOR**

Una vez que ya se ha hablado de lo que es el turismo y revisar la parte de la segmentación turística útil para estudiar los efectos de las aerolíneas de bajo costo en el país, es importante continuar con los efectos del turismo en Ecuador. Entender los parámetros nacionales pondrá en perspectiva la necesidad de atender los efectos que pueden tener las aerolíneas de bajo costo en la economía nacional.

La belleza natural de Ecuador, así como su abundante herencia cultural que incluye ruinas arqueológicas, y sitios y ciudades coloniales, hacen del país una verdadera opción para ser considerada como destino turístico. Desde inicios de la década de los 90 el gobierno tomo las riendas de la promoción turística, lo que ha facilitado el crecimiento del sector.

**Tabla 3. Principales Generadores de Divisas en Ecuador en 2011.**

Posición	País	Millones de Dólares
1	Petróleo	\$ 3988
2	Remesas	\$ 2358.8
3	Turismo	\$ 626

**Fuente ; Diario Hoy edicion de 20 Septiembre 2011**

### **2.3. ANTECEDENTES REFERENCIALES**

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo, ya que genera una importante derrama económica, inversión empleos directos e indirectos y puede contribuir al crecimiento económico y al progreso social del país en vía de desarrollo pues favorece la realización de actividades que atiendan la demanda de los turistas como hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión el conocimiento de tradiciones, atractivos y de cultura entre otras. Además atrae inversión nacional y extranjera e impulsa la infraestructura regional mediante vías de comunicación aérea, terrestre o marítima.

Una fuerte cantidad de divisas ingresa a los países por esta actividad , derivado de los intercambios internacionales pero además el turismo interno que practican los nacionales dentro de su territorio contribuye a equilibrar la economía nacional mediante la redistribución del ingreso . Al mismo tiempo por la cantidad de servicios que requiere el turismo es un factor de creación de empleos en diferentes actividades...

En un rincón del Ecuador se encuentra Banchal ubicado en la parroquia Cascol Cantón Pajan tiene lugares maravillosos y apropiados para desarrollar el turismo de aventura y de excursión gracias a sus grandes montañas donde existen cuevas, cascadas y plantaciones tiene mucha historia que contar ya que hace años nadie conocía de este lugar ni los mismos moradores del sector ya que en este lugar no hay acceso a carros

para poder entrar debido a las inmensas rocas y la exuberante vegetación y a la gran variedad de fauna que se encuentra en la zona.

A 15 minutos de caminata del puente Banchal se encuentra el balneario de agua dulce formado por remanso en lecho de un río: por donde se puede ir vadeando hasta llegar a un salto de agua que ha formado una piscina por la caída de la misma que invita a bañarse.

Como dato curioso cabe indicar que para llegar al lugar se pasa siete veces el mismo río Banchal Se encuentra rodeado de haciendas agrícolas y ganadera el cual es el principal rubro económico de su población ya que estas tierras son fértiles en el cual el hombre de esta zona no contamina el medio ambiente con químicos que afecten el ecosistema.

El Balneario de Banchal es sin duda uno de los atractivos más importantes de Pajan inclusive quienes han visitado saben de su existencia pues las inusuales formaciones rocosas y la exuberante vegetación y con una gran variedad de fauna que se encuentra en esta zona convierten en el lugar de paseo preferido de los pajanenses y de las personas que viven cerca a este balneario.

Cada fin de semana el balneario recibe a turistas que conocen de este atractivo que son pueblos cercanos del sector, como lo es el canton Pedro Carbo que las personas conocen de la existencia de este balneario ya que ellos desean ir a pasar un rato de tranquilidad con sus familiares y q mejor que ir a disfrutar a este balneario rodeado de un ambiente agradable y tranquilo que se siente en este lugar. Como el dato curioso cabe indicar que para llegar al lugar se pasa siete veces el mismo rio.

Tuve la oportunidad de conocer este sitio en mi temporada colegial y desde ahí no he dejado de visitarlo ya que como dicen si te llevas una muy buena impresión del lugar regresas, su ambiente natural la armonía de este lugar haces que el estrés diario de la

ciudad se te desaparezca por completo, sus bellas aves y sus grandes arboles hacen del lugar único y original este sitio es ideal para las personas que les gusta la naturaleza y que deseen conocer algo nuevo y hermoso. .

#### **2.4. FUNDAMENTACION**

Esta propuesta tiene como finalidad lo que considero los fundamentos de lo que debe ser la planeación del turismo sustentable ; uno de lo mas importante tiene que ver con la necesidad de considerar al turismo como parte de una propuesta global de planeación del desarrollo nacional, es decir no puede ser analizado ni hacer propuestas sectoriales sin tomar en cuenta los problemas y las propuestas de los demás sectores económicos sociales y políticos , además de los aspectos naturales que limitan o favorecen las actividades humanas.

Con mi proyecto espero que el Ministerio de Turismo le brinde acogida este balneario ya que cuenta con un gran potencial turístico ya que como lo he recalcado es algo nuevo e innovador que tiene que ser explotado y que no sean los mismo lugares turísticos que siempre promocionan en agencias de viajes programas de televisión revistas, el periódico..

El turista debe de conocer otros lugares que nunca antes hayan sido escuchados y va a quedar satisfecho de a ver visitado este lugar , vale la pena que sea reconocido y sobre todo esto ayudaría a fomentar mas el turismo a nuestro Ecuador ya que generaría ingresos brindando oportunidades de trabajo a las personas que habitan en dichos sector.

## **2.5. MARCO LEGAL**

### **2.5.1. LEY DE TURISMO.**

#### **CAPITULO 1**

#### **GENERALIDADES**

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos

**Art 4.** La política Estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno

## **CAPITULO II**

### **2.5.2. DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 6.-** Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

**Art. 7.-** Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficios de terceros.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

**Art. 11.-** Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

**Art. 12.-** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados,

en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

### **2.5.3. CAPITULO IV DEL MINISTERIO DE TURISMO**

**Art. 15.-** El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

**Art. 16.-** Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la

planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

**Art. 17.-** El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

**Art. 18.-** El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

- a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado;
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d) Los centros de información turística;
- e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,
- f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto de descentralización de competencias.

#### **2.5.4. CAPITULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL**

**Art. 26.-** Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean Aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de Aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La Compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Unica de funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la Municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás Actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística

será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles

Que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo,

Así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

**Art. 27.-** Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría.

Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y

otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley.

El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

**Art. 28.-** Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea esta impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias y eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente. Estos gastos no requerirán de certificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o representación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país.

Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

**Art. 29.-** Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta. El Servicio de Rentas Internas

establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

**Art. 30.-** Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00. El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio, también contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

**Art. 31.-** Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija. El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamada. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en ese mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya

sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

**Art. 32.-** Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en Esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y Consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el Cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

**Art. 33.-** Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y Naturales en sus respectivas circunscripciones.

**Art. 34.-** Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá

Demostrar:

- a. Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
- b. Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c. Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

**Art. 35.-** El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el Cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos.

Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las Respectivas resoluciones de calificación y concesión de

beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas, para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales

Correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de Acuerdo con la Ley y el Reglamento. De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se Procederá a la cancelación del registro y de la Licencia Unica Anual de Funcionamiento y a la Clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las Leyes correspondientes.

## **2.5.5. CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR – MONTECRISTI 2008**

### **CAPITULO I**

#### **ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO**

##### **Principios fundamentales**

**Art. 1.-** El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

**Art. 2.-** La bandera, el escudo y el himno nacional, establecidos por la ley, son los símbolos de la patria.

El castellano es el idioma oficial del Ecuador; el castellano, el Quichua y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. El Estado respetará y estimulará su conservación y uso.

**Art. 3.-** Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en

particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.

2. Garantizar y defender la soberanía nacional.

3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.

4. Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

#### **2.5.6. Capítulo séptimo - Derechos de la naturaleza**

**Art. 71.-** La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

**Art. 72.-** La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la

restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

**Art. 73.-** El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.

Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

**Art. 74.-** Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

## **2.6. HIPOTESIS**

### **2.6.1. HIPOTESIS GENERAL**

Incentivar la Propuesta de Promoción Turística del balneario de Banchal en el Cantón de Paján en la provincia de Manabí que traerá como beneficio mayor la afluencia de visitantes y alto ingreso económico para el cantón.

Los actuales clientes poseen un nivel de ingreso medio y estarían dispuestos a utilizar servicios adicionales en los atractivos aledaños del balneario de Banchal.

A los residentes de Guayaquil y Quito les agrada vacacionar en la Provincia de Manabí y estarían dispuestos a visitar los atractivos turísticos que posee el cantón de Paján como sitio alternativo de descanso, salud y relajación.

### **2.6.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

En vista que Banchal se encuentra lejos de la provincia del Guayas con mi proyecto espero que se conozcan lugares como este que no son explotados pero que tienen un gran potencial turístico.

Considero que el ministerio de turismo debe brindarle acogida a este lugar maravilloso que es Banchal ya que es un encanto de la naturaleza y es algo nuevo e innovador que al turista le va encantar ya que tiene mucho por ofrecer.

### **III MARCO METODOLOGICO**

Este capítulo da a conocer la metodología utilizada en el presente estudio como parte del proceso de investigación. En este mismo se describen el tipo de investigación seleccionada, los sujetos de estudio, la selección de tipo de muestra, y el instrumento. Sobre el ultimo se hace un análisis de los resultados que serán presentados en el siguiente capitulo.

#### **3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION**

Para determinar los estimadores que serían más idóneos en el diseño de la investigación se recurrió a una investigación exploratoria que en primera instancia tuvo como finalidad la recolección de información secundaria mediante estudios de mercados previos, y datos tomados por los departamentos de turismo de Paján y entrevistas realizadas a uno de los administradores del complejo termal de Banchal y al Director de turismo de la Municipalidad del Cantón Paján, que permitieron definir el marco de referencia que nos permitirá identificar mejor éste tipo de mercado.

Por las características del estudio y el tipo de investigación adecuado empleare una serie de métodos que ayudaran a proyectar mi tesis.

Empleare el método de entrevista para saber la opinión de cada una de las personas.

El método de análisis me ayuda a analizar punta a punta mi proyecto.

El método deductivo de lo general a lo particular ya que se hablara de manera específica a palabras cortas.

El método inductivo de lo particular a lo general ya que este se hablara de lo pequeño a lo inmenso del proyecto.

Por otro punto me basare en el método de modelación en el cual puedo seguir algún modelo.

#### **3.1.2. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.**

El Plan de desarrollo con las aplicaciones al sector turístico. Se emplea cuando el grado

de desarrollo es incipiente y la disponibilidad de información es escasa. Para la inserción del Plan Estratégico de Promoción y Desarrollo Turístico, se mantendrá una estrecha relación con la Administración Municipal del Cantón, y la comunidad, mostrándoles las ventajas que brindará el PDT (Plan de Desarrollo Turístico), así encontramos:

Promoción de los atractivos del cantón

Mayor afluencia de turistas al cantón.

Nuevas fuentes de empleo.

Capacitación permanente a las comunidades para mejorar la atención al turista. Fortalecimiento al comité cantonal de turismo.

Trabajo conjunto con la comunidad y posible turismo comunitario.

Por medio de la comercialización del producto en general y conjuntamente con el mejoramiento de la infraestructura turística se esperarán los resultados con el transcurso del tiempo, esperando que estos sean positivos y que llenen con las expectativas del cantón.

Los productos turísticos se ofertarán por medio de la red informática (Internet), agencia de viajes, ferias internacionales y nacionales, medios de comunicación visual (televisión) en fechas de festividades del cantón. Con un manejo adecuado y con la capacitación adecuada a las comunidades se tratará de prevenir los impactos ambientales a los atractivos naturales.

## **3.2. LOS METODOS Y LAS TECNICAS**

### **3.2.1.¿QUE MEDIOS DE PUBLICIDAD UTILIZARE PARA DAR LA PROMOCION TURISTICA AL BALNEARIO DE BANCHAL?**

Crear una página web donde podrás encontrar información Turística y Generalidades del Cantón Paján y del Balneario de Banchal algo nuevo y mejor donde encontraras sitios turísticos del Ecuador. Lugares no explotados pero de un encanto natural de disfrutar y recrear, las cuales serán los siguientes:

### **3.2.2. TRIPTICOS TURISTICOS.**

Los Tripticos turísticos tienen como objetivos describir los atractivos naturales y socioculturales de un lugar que sea visitado.

Con esto se promueve el turismo sea rural, cultural, religioso o de aventura de diversos lugares, contienen ubicación geográfica del lugar, su descripción topográfica, histórica, y la descripción de los atractivos y actividades turísticas.

Algunos Tripticos contienen, además, recorridos turísticos, información sobre los servicios que se ofrecen en el lugar y números telefónicos o direcciones electrónicas para proporcionar informes.

Estos textos también tiene una función conativa o apelativa ya que pretenden provocar una reacción en el receptor y se pide que haga algo como Visite, saboree, disfrute o descanse.

### **3.2.3. VOLANTES**

Un volante propagandístico es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve y conciso, por lo cual se diferencia del tríptico y del folleto, aunque se acepta que el volante es un cierto tipo de folleto breve. Se conoce en inglés como flyer.

### **3.2.4. AFICHES**

Es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves. Ha sido definido por algunos estudiosos como "un grito en la pared", que atrapa la atención y obliga a percibir un mensaje. También puede definirse como un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a

Adoptar la conducta sugerida por el cartel.

En conclusión, **el afiche** es un material gráfico, cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido por el propio **afiche**.

### **3.2.6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**

Con el término **medio de comunicación** (del latín *medius*), se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o *mass media*); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

### **3.2.6. LA PROMOCION.**

Diseñar campañas de promoción a nivel provincial para luego enfocarse a nivel nacional e internacional.

Promover la difusión del Cantón por medio de diferentes medios.

Elaborar con el sector privado campañas de promoción turística.

Elaborar información para los centros de información turística.

Colaborar con la actualización del inventario de atractivos turísticos.

## **3.3. METODOS TEORICOS**

En los métodos teóricos permiten relevar las relaciones esenciales de los objetos de investigación.

**3.3.1. Método Deductivo**, se llega a una conclusión directa sin intermediarios

**3.3.2. Método Analítico**, nos permitirá analizar en que situación o condición se encuentra el cantón y sus alrededores.

**3.3.3. Método Sintético**, permite sintetizar toda la información bibliográfica con la finalidad de extraer datos que nos permita elaborar de forma precisa el plan.

**3.3.4. Método Histórico**, nos permitirá recolectar datos históricos que ayudará a realizar un análisis actual del manejo de los recursos turísticos que tiene el Balnerio de Banchal.

**3.3.5. Método Inductivo**, nos permitirá ir de generalidades ha conceptos concretos para obtener un mejor entendimiento de la temática.

### 3.4. METODOS EMPIRICOS

El **método empírico** es un modelo de investigación científica, que se basa en la **experimentación** y la **lógica empírica**, que junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico, es el más usado en el campo de las ciencias sociales y en las ciencias naturales.

Es un método **fáctico**: se ocupa de los hechos que realmente acontecen

Se vale de la **verificación empírica**: no pone a prueba las hipótesis mediante el mero sentido común o el dogmatismo filosófico o religioso, sino mediante una cuidadosa contraestación por medio de la percepción.

Es autocorrectivo y progresivo (a diferencia del fenomenológico). La ciencia se construye a partir de la superación gradual de sus errores. No considera sus conclusiones infalibles o finales. El método está abierto a la incorporación de nuevos conocimientos y procedimientos con el fin de asegurar un mejor acercamiento a la verdad.

**Muestra:** El muestreo es una parte importante del método analítico ya que si se toma mal la muestra los resultados serian erróneos o inservibles

El investigador conoce el problema y el objeto de investigación, estudiando su curso natural, sin alteración de las condiciones naturales, es decir que la observación tiene un aspecto contemplativo.

La observación configura la base de conocimiento de toda ciencia y, a la vez, es el procedimiento empírico mas generalizado de conocimiento. Mario Bunge reconoce en el proceso de observación cinco elementos:

- a. El objeto de la observación
- b. El sujeto u observador
- c. Las circunstancias o el ambiente que rodean la observación
- d. Los medios de observación
- e. El cuerpo de conocimientos de que forma parte la observación

**3.4.1. Método de la observación científica:** Fue el primer método utilizado por los científicos y en la actualidad continua siendo su instrumento universal. Permite conocer la realidad mediante la percepción directa de entes y

procesos, para lo cual debe poseer algunas cualidades que le dan un carácter distintivo. Es el más característico en las ciencias descriptivas.

**3.4.2. Método de la medición:** Es el método empírico que se desarrolla con el objetivo de obtener información numérica acerca de una propiedad o cualidad del objeto, proceso o fenómeno, donde se comparan magnitudes medibles conocidas. Es la asignación de valores numéricos a determinadas propiedades del objeto, así como relaciones para evaluarlas y representarlas adecuadamente. Para ello se apoya en procedimientos estadísticos.

### **3.5. TECNICAS E INSTRUMENTOS**

**Muestreo aleatorio simple**, permitirá seleccionar al azar los elementos que componen la muestra para la investigación.

**El cuestionario**, para obtener la información necesaria para tomar en requerimientos de la demanda.

**Método matemático y estadístico**, para analizar los resultados.

#### **3.5.1. Propuestas Técnicas de Comunicación acerca Balneario de Banchal Instrumentos técnicos.**

Elaborar un cd con información del Cantón, mostrando en él los diferentes aspectos geográficos, históricos, culturales, sociales así también como de sus principales atractivos.

Crear una página web con información detallada, atractiva y actualizada de la población de Paján y sus alrededores resaltando promociones, ofertas y servicios particulares, contando con gran cantidad de fotografías y descripción en castellano e inglés y de esta manera promover y difundir la enorme riqueza natural que esta posee.

Idear trípticos con información sobre sus principales atractivos, tanto visual y textual y repartirlos a agencias de viajes, operadoras y counter de información.

Realizar un calendario de propuestas turísticas para todo el año. Y hacerlo conjuntamente con la máxima autoridad de la Comuna.

Incluir señalización adecuada y atractiva en la entrada de cada comuna, especificando los principales servicios que pueden ofrecer a los posibles turistas.

Debe existir señalización en los diferentes atractivos que permita a los turistas orientarse de forma adecuada.

### **3.5.2. PRODUCTO TURISTICOS**

Los productos turísticos es la oferta que se posee el cantón a parte de su infraestructura, los productos turísticos deben conjugar armoniosamente la sostenibilidad y rentabilidad manteniendo la calidad del producto para su competitividad. Los tipos de productos turísticos que se desea implementar son:

**3.5.3. Señalética e implementación de rutas** en este caso es indispensable en todo destino turístico, el cantón no posee señalización en las zonas rurales y es indispensable crear nuevas rutas para realizar actividades como: senderismo, fotografía, caminatas, mountainbike.

**3.5.4. Artesanía y Gastronomía** es un producto que necesita un proceso para llegar a posesionarlo en el mercado turístico con un producto de calidad y diversidad.

**3.5.5. Ecoturismo y el Turismo Deportivo**, Turismo Cultural, para estos productos turísticos es indispensable conocer el perfil de mercado para desarrollarlos, cada uno de estos productos tienen un concepto diferente, requisitos, barreras para su desarrollo en función de las cuales se pueden determinar las estrategias y alianzas para desarrollar estos productos turísticos, con la finalidad de fortalecer la oferta turística del cantón.

### **3.5.6 Señalética**

Diseñar un Plan de Señalética, que permita identificar todos los puntos de interés el mismo que debe satisfacer las necesidades presentes y futuras.

## IV CONCLUSIONES

1. La realización de esta promoción Turística al balneario de Banchal incrementará el estatus económico de los pobladores darán un buen trato al turista y les ayudará a mejorar sus servicios, para lo cual el Municipio debería encargarse de la capacitación.
2. La creciente demanda ayudará a producir un efecto multiplicador en la población.
3. Se podrá captar la atención de operadores turísticos grandes que incluso podrían iniciar el flujo de turistas extranjeros al cantón.
4. La población del cantón tanto de la zona urbana como rural, tienen un conocimiento medio del potencial turístico de BANCHAL, esto se pudo concluir durante la realización de las entrevistas a turistas ya que al preguntarle por los atractivos daban una extensa descripción de cada uno.
5. Con las entrevistas aplicadas a turistas siendo preguntas de aptitud turística se pudo determinar que el 87% de la población general del cantón (en especial de la zona rural con un 86%), tiene la iniciativa de trabajar por el turismo como actividad complementaria, siempre y cuando reciban una capacitación adecuada.
6. El 43% de la población general de la Población de Paján considera que la administración municipal ha dejado mucho que desear durante los últimos años,
7. Se observa basura a las orillas del río Banchal así como numerosas obras de regeneración en la vía principal de acceso que se encuentran abandonadas, lo que corrobora la opinión de los habitantes sobre la administración municipal.

**8.** Durante los recorridos por la zona rural se pudo determinar, por medio de un listado y posterior calculo de porcentajes, que el 60% de la señalización de atractivos se encuentran ya casi borrados para ser apreciados con facilidad.

**9.** Balneario de Banchal puede convertirse debido a su ubicación como lugar de paso en un sitio adecuado para excursiones diarias, hasta contar con una infraestructura adecuada para albergar turistas que deseen pernoctar.

**10.** En vista de que el balneario tiene mucho que ofrecer ya que es algo nuevo q no a sido explotado por el hombre considero que va a tener mucha acogida como lo estoy haciendo, por ahora una pequeña parte de la provincia de Manabí conoce ya este encanto de la naturaleza y asi conseguir primero que lo conozca todas las personas ecuatorianas para después sea promocionado a nivel internacional.

## **V RECOMENDACIONES.**

- 1.** Sería beneficioso que se haga conocer este atractivo turístico a los estudiantes de turismo de las principales universidades de la Provincia de Manabí.
- 2.** Modificar la información presentada en la página web del cantón, de manera que se excluyan los datos sobredimensionados que en ella existen; actualizarla y añadir información sobre los paquetes turísticos, y finalmente es importante que se mantenga activa.
- 3.** El Municipio de Paján deberá llevar una estadística de los visitantes durante los años de ejercicio.
- 4.** A partir del primer año sería conveniente que se realice un fam trip invitando a los representantes de las principales agencias operadoras; presentando las estadísticas de sus visitantes y los beneficios que obtendrían del “Plan de Desarrollo Agropecuario y Turístico” si invirtieran en el cantón.
- 5.** Es necesario buscar la ayuda de la llamada “publicidad no pagada”, que comprende periódicos y demás medios de comunicación que ayuden a la difusión de este atractivo.
- 6.** Considero que el ministerio de turismo, la cámara de turismo debe prestar mayor atención a este lugar para que así sea reconocido a nivel nacional e internacional promocionándolo en ferias turísticas como lo es la Fite.
- 7.** Es imprescindible que el Municipio busque realizar un convenio con la Policía Nacional de Tránsito de manera que se produzca orden en el tránsito vehicular y peatonal colocando las señales de tránsito faltantes y haciéndolas respetar.

**8.** Un aspecto imprescindible para el desarrollo turístico es que el cantón cuente con todos los servicios básicos incluyendo el alcantarillado y la recolección de basura en **todos** los sectores de la ciudad.

**9.** La actual administración municipal de Paján debería, en caso de no contar con los recursos económicos necesarios, concesionar el Antiguo Palacio Municipal a algún organismo o empresa privada interesada en la restauración del edificio.

## VI BIBLIOGRAFIA

- ❖ **AYALA JORGE.** Monografía del Cantón Pajan.
- ❖ **Arosemena Guillermo,** El fruto de los dioses, vol.1, “El cacao en el Ecuador desde la colonia hasta el ocaso de su industria 1600-1983”.
- ❖ **Biblioteca municipal de la parroquia Cascol** Dirección de Mercadotecnia. Phillip Kotler, Prentice Hall. Octava edición 1996.
- ❖ **ENDERICA ALFREDO.** 1997 Material Didáctico de la Materia Planificación Turística.
- ❖ **Estrada Jenny,** “El Montubio, un forjador de identidad”, auspiciado por el Banco del Progreso, Guayaquil,1996.
- ❖ **Gabriel Vaca Urbina.** McGraw Hill. Tercera edición. Pág. 133-174, 179-205. Formulación y Evaluación de Proyectos. Cristóbal Mariscal. Centro de difusión y publicaciones de la ESPOL. Mayo 2001. Pág. 27-31, 35-49.
- ❖ **GUERRA ALEJANDRO.** Apuntes para la Historia de la Cuenca Costera.
- ❖ **Gobierno Municipal del Cantón Pajan**
- ❖ **IVÁN SIERRA.** Diplomado en Gerencia en Marketing 2001
- ❖ Libro enciclopedia LEXUS de ecología y de medio ambiente
- METODOLOGIA PARA REALIZAR EL INVENTARIO** Ministerio de Turismo.
- ❖ Mercadotecnia para Hotelería y Turismo: **Phillip Kotler,** John Bowen, Prentice Hall. 1era. Edición 1996. Pág. 669
- ❖ **Quintana Manuel y Palacios Luis, Monografía** y Album de Los Ríos, Impreso por Reed & Reed, Guayaquil, 1937
- ❖ **Revista Gestión Hoteles.** Noviembre 2000. Pág. 51-55 8. Gestión. Septiembre 2001. Pág. 27-28.
- ❖ **Sra Mariah Merchan** especialista en el sector
- ❖ **Sr Jose Villavicencio** especialista en el sector
- ❖ **Vera Barahona Jaime,** Venegas Rojas Fausto, Suárez Carmen, Mite Francisco, “ **Manual de Cultivo del Cacao**”, INIAP, Quevedo,1987 ,1-3

## REFERENCIAS DE INTERNET

- ❖ [http://www.viajandox.com/manabi/mana\\_pajan\\_fiesta.htm](http://www.viajandox.com/manabi/mana_pajan_fiesta.htm)
- ❖ <http://www.ecuaventura.com>,
- ❖ <http://www.fecol.org.ec>
- ❖ <http://www.monografias.com>, <http://www.eluniverso.com>
- ❖ [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)
- ❖ . [www.viveecuador.com](http://www.viveecuador.com), [www.ecoturismoecuador.com](http://www.ecoturismoecuador.com),
- ❖ [www.omt.com](http://www.omt.com).

***ANEXOS***

## ANEXOS DE FOTOGRAFIAS

**BANDERA DE LA PROVINCIA**



**ESCUDO DE LA PROVINCIA**



**BANDERA DE PAJAN**



**ESCUDO DE PAJAN**



**MAPA DEL CANTON PAJAN**



**PROMOCION TURISTICA DE MANABI**



**POBLACION DE PAJAN**

FUENTES DE IMÁGENES.  
DPTO DE TURISMO MUNICIPIO PAJAN

## FOTOGRAFIAS DE LA GASTRONOMIA DE PAJAN

**TORTA DE CHOCLO DULCE**



**PLATOS DE MARISCOS DE AGUA DULCE**



**SANCOCHO DE PESCADO**



**TORTILLAS DE MAIZ DE PAJAN**



**BOLLOS DE PESCADOS**



**CAZUELA DE MARISCOS AGUA DULCE**



**COMIDAS TIPICAS DE PAJAN: MADURO CON QUESO, SALPRIETA, CEVICHE DE CAMARON**

**FUENTES DE IMÁGENES: MUNICIPIO DE PAJAN DPTO DE TURISMO Y PLANIFICACION.**

## CERRO DE BANCHAL Y CAMINO HACIA EL BALNEARIO



FUENTE: FOTOS REALIZADAS POR LA AUTORA

## FOTOGRAFÍAS DEL BALNEARIO DE BANCHAL – IMÁGENES DE CAMPO

**BOSQUE PARAJO AZUL DE BANCHAL**



**PIEDRAS PETRIFICADAS DE BALNEARIO**



**RÍO DE BANCHAL LAGUNA IGUANA**



**CASCADAS DE BAJO ALTO BANCHAL**



**POZOS Y PISCINAS DE BANCHAL**



**LAGUNA DE BANCHAL**



FUENTE. IMÁGENES TOMADAS EN EL CAMPO INVESTIGATIVO POR LA AUTORA

## BALNEARIO DE BANCHAL – CANTON PAJAN PROV. DE MANABI

RIBERAS RIO GUALE PAJAN



Riberas del río Guale Paján

LAGUNA SULFUROSA DE BANCHAL



LAGUNA SULFUROSA DE BANCHAL



PISCINA SULFARADA DE BANCHAL



### UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL CANTON EN LA PROV DE MANABI

## Paján

Tiene lugares maravillosos y apropiados para desarrollar turismo de aventura y excursión gracias a sus grandes montañas donde existen cuevas, cascadas, y plantaciones.

En la comunidad Procel, de la parroquia Campozano, existe una cascada de 20 m. de altura, y en Las Cruces, que son verdaderos atractivos turísticos. Las aguas azufradas en el sitio Guayabito; aguas saladas en El Piojo.

La agricultura y la ganadería es el principal rubro económico de su población. Su gastronomía se caracteriza en platos típicos como tortillas de yuca, empanadas, seco de gallina y carne de cerdo.

**Municipio de Paján**  
 (593) 05 - 2649119 / 2649122 / 2649133

FUENTE. MUNICIPIO DE PAJAN – DPTO DE TURISMO

# **VEN Y CONOCE EL BALNEARIO DE BANCHAL**

## **EN EL CANTON PAJAN DE LA PROVINCIA DE MANABI**



### **CUALIDADES DE PAJAN.**

Tiene lugares maravillosos llenos de encanto donde se desarrolla turismo de aventura y el ecoturismo gracias a sus grandes montañas donde existen cuevas lagunas y cascadas.

La agricultura y la Ganadería es su principal rublo de su economía, su gastronomía se caracteriza por platos típicos como tortillas yucas empanadas

### **BANCHAL.**

Es uno de los atractivos mas importantes de Paján, quienes han visitado saben que su existencia es una de las mas bellas formaciones y la exuberante vegetación convierten en un lugar de paseo preferido por



### **UBICACIÓN DEL BALNEARIO.**

SE ENCUENTRA EN EL RECINTO BANCAL VIA GUAYAS MANABI A



### **Puntos de interés especial:**

CASCADA DE GRAMOTOTAL.

BALNEARIO DE AGUA DULCE.

CUEVAS DE SAN ISIDRO.

TURISMO DE AVENTURA Y ECOTURISMO,



**DISFRUTA CONOCE Y ENCANTATE CON ESTE PARAISO TROPICAL "BALNEARIO DE BANCHAL"**

