

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING
TURÍSTICO PARA EL PERIODO
2014-2018 DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL
BOMBUSCARO EN EL CANTÓN ZAMORA”

Tesis previa a la obtención del Grado
de Ingeniera en Administración
Turística.

AUTORA:
TANIA CAROLINA CALDERÓN MORALES

DIRECTORA:
ING. MAE ROCÍO DEL CARMEN TORAL

Loja - Ecuador
2013

1859

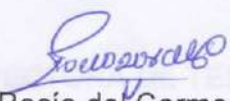
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE APROBACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS, PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Ing. MAE Rocío del Carmen Toral Tinitana
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido el trabajo de tesis denominado “**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL PERÍODO 2014-2018 DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO EN EL CANTÓN ZAMORA**”, elaborado por la estudiante Tania Carolina Calderón Morales. El mismo que cumple con los requisitos del reglamento para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación para la calificación y sustentación respectiva.

Loja, 29 de abril del 2013


Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, MAE
DIRECTORA DE TESIS

Ing. Msc. Rosa Piedad Flores Loiza
Ing. Msc. Adolfo Fernando Flores VanSilla
Ing. Msc. Jaime Fariña Casanova

(Presidente)
(Vocal)
(Vocal)

AUTORÍA

Yo Tania Carolina Calderón Morales declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional – Biblioteca virtual.



AUTORA: Tania Carolina Calderón Morales

CI: 1900585876

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, **Tania Carolina Calderón Morales** declaro ser autora de la Tesis titulada: **"DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL PERÍODO 2014-2018 DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO EN EL CANTÓN ZAMORA"** Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 23 días del mes de julio del dos mil trece, firma la autora.

FIRMA: 

AUTORA: Tania Carolina Calderón Morales

CÉDULA: 1900585876

DIRECCIÓN: Catacocha entre Sucre y Bolívar.

CORREO ELECTRÓNICO: caroalx2009@hotmail.com

TELÉFONO: 2560946 **CELULAR:** 0982633752

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Rocío Toral Tinitana

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Mgs. Rosa Paola Flores Loaiza

Ing. Mgs. Adolfo Fernando Flores Veintimilla

Ing. Mgs. Jaime Armijos Tandazo

(Presidenta)

(Vocal)

(Vocal)

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo que representa la culminación de mi carrera universitaria y el inicio de mi vida como profesional en primer lugar a mis padres, que me han dado la oportunidad de estudiar, a mi esposo y a mi hijo, por su apoyo incondicional, a la Ingeniera Rocío Toral, Directora de tesis, por transmitirme sus conocimientos para el desarrollo de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

La culminación de mi carrera universitaria no habría sido posible sin la valiosa asistencia y colaboración de personas, a quienes deseo agradecer infinitamente:

A Dios, por bendecirme con la existencia para cumplir con los propósitos de vida, que junto a los seres queridos voy logrando día a día.

A la Universidad Nacional de Loja, la Carrera de Administración Turística, a la planta docente, en especial a la Ing. MAE Rocío del Carmen Toral, quien con su acertada dirección contribuyó en mi formación profesional e hizo posible el perfeccionamiento de este trabajo.

A mi Familia, quienes siempre confiaron en mí y constituyeron el vital estímulo para culminar los estudios universitarios.

A todos quienes conforman el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, por su desinteresada colaboración, brindándome su valioso tiempo para el desarrollo de cada paso de este estudio.

Y finalmente, a todas aquellas personas que me han acompañado en el transcurso de mi carrera universitaria, quienes han sido mi apoyo e impulso para conseguir este logro.

LA AUTORA

a. TEMA:

**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING
TURÍSTICO PARA EL PERÍODO 2014-2018 DEL CENTRO
RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO EN EL CANTÓN
ZAMORA”.**

b. RESUMEN

Los temas analizados en este trabajo están relacionados al Plan Estratégico de Marketing Turístico, que se constituye en un medio para alcanzar los objetivos de la organización, involucrando a todos los elementos de la empresa ya sean administrativos u operativos, que buscan la eficiencia en la utilización de los recursos disponibles, la consideración permanente del entorno en el que se desempeña la empresa.

Las empresas turísticas deben estar inmersas en la planificación estratégica, para generar su progreso debe tener en cuenta que la base se encuentra en la planificación, organización y dirección, si éstas son excelentes sin duda el desarrollo de la empresa demostrará aumentando la afluencia de visitantes.

En este caso se hizo el estudio para Diseñar un Plan Estratégico de Marketing Turístico para el período 2014-2018 del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro del Cantón Zamora que contribuirá al desarrollo turístico del lugar. Para el desarrollo de este tema se planteó un objetivo general que es: Diseñar un Plan Estratégico de Marketing Turístico para el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro y tres objetivos específicos que son: Realizar un diagnóstico del estado actual de la actividad turística del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro; Diseñar una propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro para posicionar su imagen corporativa, finalmente: Socializar la propuesta del Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con la Administración del Centro Recreacional.

Mediante el uso de diferentes métodos y técnicas como: método científico, analítico-deductivo, sintético, técnicas: recopilación bibliográfica, observación directa, encuestas, entrevistas, matriz de análisis FODA, matriz de involucrados permitieron lograr cumplir los objetivos planteados.

Para el cumplimiento del primer objetivo específico se realizó un diagnóstico de la situación actual de la actividad turística del Centro Recreacional mediante la observación directa, recopilación bibliográfica, entrevista al Sr. Administrador y a los empleados que laboran en esta empresa, conocer la imagen que proyectan a los visitantes mediante encuestas. Esto permitió establecer políticas y estrategias de acuerdo a los resultados obtenidos con el análisis FODA, lo que hizo posible plantear objetivos estratégicos para la empresa, los mismos que guíen las acciones y regulen la dirección del centro recreacional. Para Diseñar el Plan Estratégico de Marketing Turístico se fijaron las estrategias de marketing, se diseñó el material promocional, se

redactó un manual de funciones para los empleados, se estableció la misión y visión de la empresa, lo que le permitirá expandirse en el accionar empresarial. Finalmente para cumplir con el tercer objetivo se convocó a una reunión con el Ing Jorge Arévalo, Administrador del Centro Recreacional, los empleados de este establecimiento para darles a conocer el plan estratégico de marketing elaborado en este trabajo investigativo.

Cumplidos los tres objetivos específicos planteados inicialmente se establecieron conclusiones sobre la Planificación Estratégica, la empresa no cuenta con un sistema de marketing, tampoco una imagen corporativa, por ello la demanda no tiene el nivel necesario para competir en el mercado actual.

De la misma forma se formularon recomendaciones dirigidas al GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, al Administrador y empleados del Centro Recreacional. Principalmente se recomendó implementar el Plan Estratégico de Marketing, cumplir con la periodicidad y parámetros establecidos con la finalidad de mejorar la organización de esta empresa.

SUMMARY

The topics analyzed in this work are related to the Strategic Plan of Tourist Marketing that is constituted in a means to reach the objectives of the organization, involving to all the elements of the company they are already administrative or operative that look for the efficiency in the use of the available resources, the permanent consideration of the environment in which acts the company.

The tourist companies should be immerses in the strategic planning, to generate their progress he/she should keep in mind that the base is in the planning, organization and address, if these are excellent without a doubt the development of the company will demonstrate increasing the affluence of visitors.

In this case the study will be made to Design a Strategic Plan of Tourist Marketing for the period 2014-2018 of the Center Recreational Bombuscaro of the Canton Zamora that will contribute to the tourist development of the place. For the development of this topic he/she thought about a general objective that is: To design a Strategic Plan of Tourist Marketing for the Center Municipal Recreational Bombuscaro and three specific objectives that are: To carry out a diagnosis of the current state of the tourist activity of the Center Municipal Recreational Bombuscaro; To design a proposal of a Strategic Plan of Tourist Marketing of the Center Municipal Recreational Bombuscaro to position their corporate image, finally: To socialize the proposal of the Strategic Plan of Tourist Marketing of the Center Municipal Recreational Bombuscaro with the Administration of the Center Recreacional.

By means of the use of different methods and technical as: scientific, analytic-deductive, synthetic, technical method: bibliographical summary, direct observation, you interview, interviews, analysis womb FODA, womb of having involved allowed to be able to complete the outlined objectives.

For the execution of the first specific objective he/she was carried out a diagnosis of the current situation of the tourist activity of the Center Recreational by means of the direct observation, bibliographical summary, interviews the Mr. Manager and the employees that work in this company, to know the image that you/they project the visitors by means of surveys. This allowed to settle down political and strategies according to the results obtained with the analysis FODA, that made possible to outline strategic objectives for the company, the same ones that guide the actions and regulate the address of the center recreational. To Design the Strategic Plan of Tourist Marketing they noticed the marketing strategies, the promotional material was designed, a manual of functions was edited for the employees, he/she settled down the mission and vision of the company, what will allow him to expand in working managerial. Finally to fulfill the third objective it was summoned to a meeting with the Ing Jorge Arévalo, Administrator of the Center Recreational, the employees of this establishment to give them to know the strategic plan of marketing elaborated in this investigative work.

Compliments the three specific objectives outlined conclusions initially settled down on the Strategic Planning; the company doesn't have a marketing system, neither a corporate image, for it the demand doesn't have the necessary level to compete in the current market.

Of the same one he/she is formed they formulated recommendations directed to the Municipality of Zamora, to the Administrator and employees of the Center Recreational. Mainly it was recommended to implement the Strategic Plan of Marketing, fulfilling the rhythm and established parameters with the purpose of improving the organization of this company.

c. INTRODUCCIÓN

Ecuador está aplicando en varios países de Europa y América un plan integral de Marketing Turístico a través del Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador **PLANDETUR 2020**, en el que se pretende el incremento de turistas hasta el 2020. Además, ha incrementado su presencia en ferias internacionales como Feria Internacional de Turismo en Madrid, donde se ha obtenido recientemente varios reconocimientos.

El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías, pero sobre todo, un atractivo de divisas para el país. El desarrollo del turismo ha provocado un gran impacto en el ser humano, se producen cambios en la valoración social de los recursos naturales.

La variedad de paisajes, flora, fauna, grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventura, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo. El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar la infraestructura e imagen de país.

El plan estratégico de marketing es una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. No se puede olvidar que no debe ser una actividad aislada, sino, por el contrario debe estar involucrada al resto de departamentos de la empresa.

La Planificación Estratégica constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis en el "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias). Con la Planificación Estratégica se busca concentrarse en aquellos objetivos

factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

El Centro Recreacional Bombuscaro, es una empresa ubicada en el cantón Zamora de la provincia de Zamora Chinchipe, está abierta al público con el fin de ofrecer un sitio de distracción para los visitantes y turistas, sin embargo la planificación es un punto débil en el manejo de este lugar, por ello se ha identificado el principal problema que es: “Falta de un plan estratégico de marketing turístico”; esto ha impedido brindar un mejor servicio y satisfacer a cabalidad los requerimientos de sus clientes.

Por dichos motivos se ha visto la necesidad de realizar un estudio a través de esta investigación cuyo tema es: “Diseño de un Plan Estratégico de Marketing Turístico para el período 2014-2018 del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro en el Cantón Zamora”, para lo cual se ha planteado un objetivo general y tres objetivos específicos que son: Realizar un diagnóstico del estado actual de la actividad turística del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro; Diseñar una propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico para posicionar su imagen corporativa, finalmente: Socializar la propuesta del Plan Estratégico de Marketing Turístico con la Administración del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

Se realizó el levantamiento de información necesaria para conocer la situación actual de la actividad turística, un análisis detallado del centro recreacional, de los componentes de marketing mix, FODA, matriz de involucrados, entre otros; esto permitió elaborar un plan de marketing estratégico con la debida misión, visión, objetivos estratégicos, un organigrama y manual funcional para cada uno de los cargos de esta empresa, con la finalidad de mejorar la organización y control de la misma.

Mediante este trabajo investigativo se pretende colaborar con el desarrollo de este Centro Recreacional que brinda un servicio turístico a la comunidad,

a través de la planeación estratégica posicionar a la empresa como una de las mejores del cantón, además, incrementar la afluencia de visitantes para obtener mayor ingresos económicos.

Dentro de los alcances se espera lograr poder llegar a concienciar a las autoridades que manejan este Centro recreacional sobre la importancia de poner en práctica el Plan de Marketing Estratégico que se desarrolla en el presente estudio.

En cuanto a limitaciones que se han encontrado a lo largo de este trabajo investigativo es la poca información existente de este Centro Recreacional que a pesar de ser nuevo no posee la estructura organizativa bien delimitada.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO CONCEPTUAL

Turismo

Turismo es "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación," (CAPECE, 1997)

Diagnóstico

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. (RICAURTE, 2005)

Planificación estratégica

La planificación estratégica es la planificación global que permite la buena administración de un proceso; además, saca de las actividades del día a día de la organización o proyecto y proporciona un esquema de lo que se está haciendo y a dónde va a llegar. La planificación estratégica da claridad sobre lo que se quiere lograr y cómo lo va a conseguir.

Un plan estratégico no es rígido. Sin embargo, da los parámetros en los que trabajar. Por eso, es importante:

- Basar el proceso de planificación estratégica en un entendimiento real del medio externo
- Utiliza el trabajo hecho para aumentar el entendimiento del medio externo y la propia capacidad, fuerzas y debilidades. (SHAPIRO, 2001)

Proceso de Elaboración de un Plan Estratégico

Para abordar correctamente el diseño de un plan estratégico es necesario profundizar en diversas etapas basadas en el análisis y en la toma de decisiones; podemos identificar dichas etapas como se detalla a continuación:

Etapas 1.- Análisis de la situación

Etapas 2.- Diagnóstico de la situación

Etapas 3.- Declaración de objetivos corporativos

Etapas 4.- Estrategias corporativas

Etapas 5.- Planes de actuación

ETAPA 1.- Análisis de la situación

En esta etapa se tendrá en cuenta tanto la situación externa, representada por el mercado y nuestros competidores; así como la situación interna, es decir, las debilidades y fortalezas de nuestra empresa.

Es importante comenzar por un estudio del grado de competitividad del sector, en este caso comercio minorista, y del subsector de actividad en el que opera la empresa, textil, calzado, electrónica

Este estudio podría incluir cantidad y calidad de la competencia, capacidad de negociación con los proveedores o cualquier servicio de valor añadido en su forma de negocio, por ejemplo e-commerce.

El análisis del mercado puede resultar vital para nuestra empresa, por lo que debemos analizar los diferentes tipos de competidores, formatos con los que competimos y los clientes que tenemos. Aquí se tendrán en cuenta aspectos como:

- ✓ Situación del mercado en nuestra área de influencia natural:
 - Tipos de productos
 - Empresas existentes
 - Cuotas de mercado
 - Competidores:
 - Características
 - Fortalezas
 - Debilidades
 - Estrategias
- ✓ Formas comerciales alternativas
- ✓ Situación y evolución de los segmentos de mercado

El análisis de la situación externa nos permitirá descubrir las oportunidades y amenazas del entorno y el mercado, sin embargo, un análisis interno nos permitirá descubrir las debilidades y fortalezas de nuestra empresa.

Este tipo de análisis por lo general se realiza mediante herramientas de auto-diagnóstico estratégico, como las que acompañan a este manual y nos ayudan a valorar si hemos tomado las decisiones estratégicas adecuadas, si hemos aplicado correctamente los planes de actuación.

Más concretamente, nos permitirá responder cuestiones como:

- ¿Qué objetivos nos hemos marcado?
- ¿Son estos objetivos realistas, o debíamos haber fijado otros más cercanos a nuestras perspectivas?
- ¿Hemos definido correctamente nuestra estrategia competitiva?
- ¿Son coherentes nuestra estrategia de precios y de calidad de servicio?
- ¿Cuáles son nuestros objetivos de rentabilidad?

- ¿A qué mercados nos dirigimos?
- ¿Es correcta nuestra estrategia de posicionamiento en el mercado?
- ¿Son adecuados nuestros recursos humanos y materiales para alcanzar los objetivos marcados?
- ¿Es correcta nuestra estrategia de aprovisionamiento, de forma de nos permita abastecer a nuestros clientes en tiempo y en las condiciones esperadas?
- ¿Estamos utilizando los medios de publicidad y promoción adecuados?
- ¿Tenemos una estrategia de venta clara y definida?
- ¿Tenemos en cuenta las necesidades de formación y capacitación del personal, así como la motivación y la satisfacción de sus necesidades?

ETAPA 2.- Diagnóstico de la situación

Es la conclusión del análisis anterior y supone la identificación de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno así como nuestros puntos fuertes o débiles con relación a nuestros competidores.

Este tipo de análisis es denominado DAFO, puesto que pone de relieve:

- **D**ebilidades
- **A**menazas
- **F**ortalezas
- **O**portunidades

Las amenazas y oportunidades se derivan del análisis externo y reflejan aspectos no controlables que marcan el grado de atractivo que tiene para nosotros el mercado en el que nos movemos. Por otro lado, las fortalezas y debilidades son un reflejo del análisis interno y ponen de manifiesto aspectos controlables de ventaja o desventaja frente a nuestros competidores.

El objetivo de este tipo de análisis es utilizar nuestros puntos fuertes para aprovechar las oportunidades del mercado, de la misma forma que para reducir o eliminar las amenazas es conveniente suprimir o al menos corregir

nuestros puntos débiles. Es mediante este tipo de actuaciones que surgen las principales decisiones estratégicas que debemos abordar en las etapas siguientes.

ETAPA 3.- Declaración de Objetivos Corporativos

En esta etapa se recogen las decisiones relacionadas con la razón de ser de nuestra empresa, denominada “Misión”, con los objetivos que nos gustaría alcanzar, denominado “Visión”, con los valores en los que creemos y que compartimos en nuestra empresa, “Valores”.

Naturalmente, dependerá del tamaño de la empresa minorista el grado de exigencia en la declaración de dichos objetivos, es decir, un pequeño comercio minorista puede no incluir estas decisiones en su plan estratégico y optar por realizar una declaración de intenciones informal.

Algunos de los objetivos estratégicos pudieran abordar las siguientes consideraciones:

- El pequeño comercio buscará la consolidación de su negocio alcanzando un determinado nivel de rentabilidad, en vez de perseguir altas tasas de crecimiento.

En este caso, la supervivencia de su negocio para por mantener las ventas a niveles actuales, o ligeramente superiores, con unos beneficios que le compensen seguir con la actividad.

- La empresa de tamaño medio que apuesta por ser alguien en el sector, y por pervivir en el negocio con el mayor grado de independencia posible, debe marcarse como objetivo prioritario alcanzar la masa crítica cuanto antes para estar consolidada en el mercado. Por ello, debe crecer a tasas superiores a las de sus competidores más directos, sacrificando la rentabilidad a corto plazo.

ETAPA 4.- Estrategias Corporativas

Las diferentes estrategias corporativas y funcionales que deben abordarse en un plan estratégico son las siguientes:

Definición del negocio:

En este apartado deben concretarse aspectos como el tipo de necesidades que van a ser satisfechas por nuestros establecimientos, segmentos de consumidores que van a ser atendidos, así como áreas geográficas, tecnologías que van a ser empleadas (por ejemplo venta electrónica), o la cartera de negocios.

Estrategias competitivas genéricas:

En este apartado se tendrán en cuenta aspectos como la diferenciación y especialización-concentración en un segmento del mercado. Lo más habitual es el que el pequeño comercio adopte la especialización y la concentración en el cliente potencial de su zona de influencia como estrategia competitiva.

Estrategia de Crecimiento:

Se definirá una estrategia de penetración en su mercado natural con el crecimiento mínimo posible y mediante desarrollo interno u orgánico.

Estrategia de Cartera:

Una vez definidas las actividades de la empresa, se concretarán todas las alternativas de negocio, de producto y de mercado.

En la estrategia de desarrollo de nuevos productos nos movemos en un mercado que ya conocemos, pero que necesita una adaptación del formato

a nuevos gustos o preferencias de los usuarios, o la adopción de un nuevo formato transaccional como el comercio electrónico.

Por otro lado, en la estrategia de desarrollo de nuevos mercados, se mantienen los mismos formatos y se intenta una expansión geográfica, o la búsqueda de nuevos segmentos de clientes.

Mención aparte merecen las estrategias de segmentación y posicionamiento, pues para cada binomio producto-mercado define un segmento estratégico al que deberá dirigirse la empresa y su posicionamiento. Esto implica:

- Identificación de los diversos segmentos existentes en el mercado, es decir, el conjunto de clientes o potenciales clientes que mantienen una posición semejante en cuanto a sus percepciones de valor para un determinado producto o servicio.
- Detección del segmento más atractivo para nuestra empresa, que sea suficientemente grande como para que recompense nuestros esfuerzos y nos sea accesible y en el que tenemos ventajas competitivas.
- Determinación del posicionamiento adecuado de la empresa ante el cliente, lo cual pasa por conseguir una posición singularizada y significativa en el mercado.

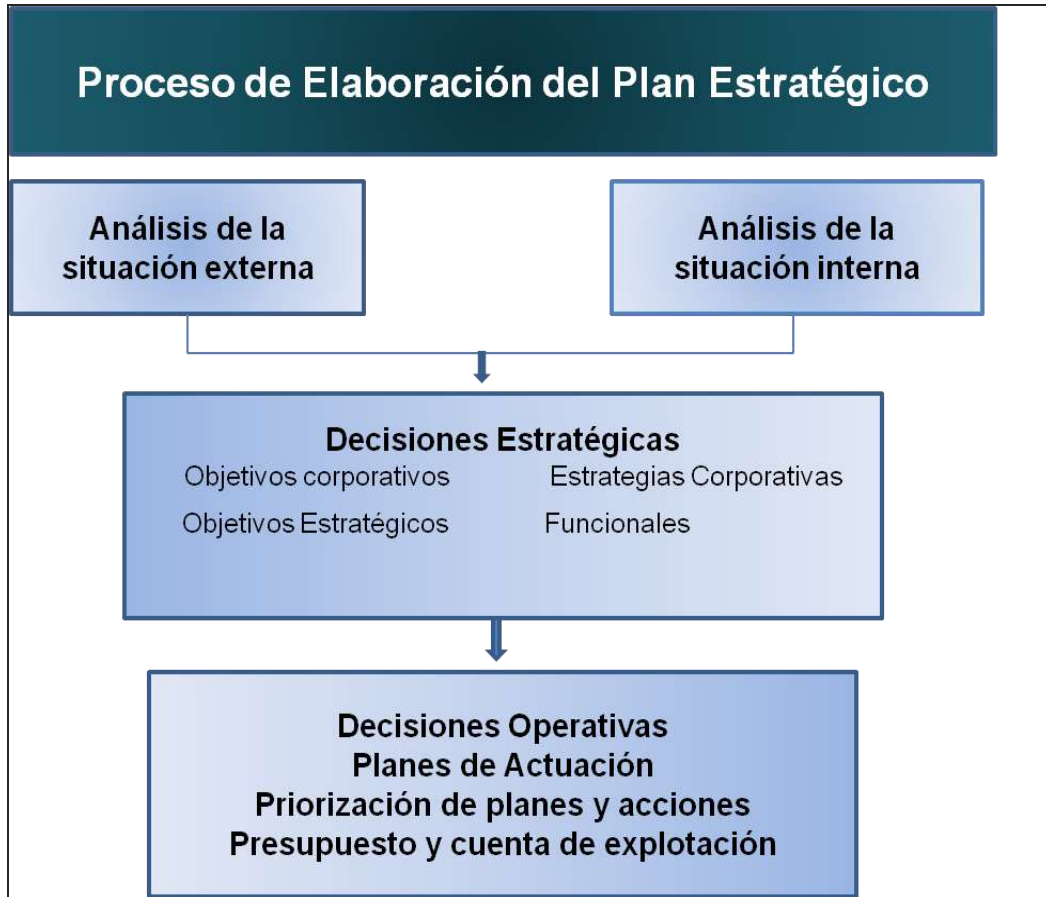
ETAPA 5.- Planes de Actuación

La definición de las decisiones operativas es, sin duda, la fase de mayor concreción en la toma de decisiones. Es, por lo tanto, la hora de actuar.

Para ser efectiva, una estrategia debe traducirse en acciones concretas. Además, es importante asignar un responsable de supervise y ejecute los planes de acción marcados en los plazos previstos, así como asignar los recursos humanos, materiales y financieros requeridos, evaluar los costes y

jerarquizar la atención y dedicación que se debe prestar a dichos planes en función de su urgencia e importancia.

Figura N° 1 **Proceso de Elaboración del Plan Estratégico**



Fuente: Manual de Buenas prácticas- Diseño de Planes estratégicos
Elaboración: Tania Calderón

Estrategias del Marketing

La estrategia de Marketing es un proceso que puede permitir una organización concentrar sus limitados recursos en las mayores oportunidades para aumentar las ventas y lograr una ventaja competitiva.

Una buena estrategia de marketing debe integrar los objetivos, las políticas y las tácticas en un conjunto coherente de la organización.

La estrategia de marketing es más efectiva cuando es un componente integral de la estrategia de la empresa, definir la forma en que la organización va a emprender con éxito, los clientes, las perspectivas y competidores en el mercado. El cliente constituye la fuente de ingresos de la empresa, la estrategia de marketing está estrechamente vinculada con las ventas.

Algunas de las estrategias son:

Estrategias basadas en el Dominio del Mercado.- En este esquema, las compañías se clasifican en función de su cuota de mercado y dominio de un sector. Generalmente, existen cuatro tipos de estrategias de dominio del mercado:

- Líder
- Retador
- Seguidor
- Buscador de nichos

Estrategias de Innovación.- Tiene que ver con la tasa de desarrollo de producto e innovación del modelo de negocio dentro de la compañía. Pregunta si la compañía trabaja en tecnología de punta e innovación de negocio.

Existen tres tipos:

- Pioneros
- Seguidores próximos
- Seguidores retrasados

Estrategias de Crecimiento.- En este esquema se realiza la siguiente pregunta ¿Cómo puede crecer la compañía?. Existen diferentes modos de responder a esta pregunta, pero generalmente se dan cuatro respuestas:

- Integración horizontal
- Integración vertical
- Diversificación

- Intensificación

Estrategias de Agresividad o Guerra.- Este esquema establece paralelismos entre las estrategias de marketing y las de guerra, pueden ser agrupadas en:

- Estrategias de guerra ofensivas
- Estrategias de guerra defensivas
- Estrategias de guerra lateral
- Estrategias de guerrilla

Marketing Mix

Borden comenzó a utilizar el término en su enseñanza en la década de 1940 finales después de que James Culliton describió el Director de marketing como una "mesa de mezclas de ingredientes". Los ingredientes en la comercialización de Borden mezclan producto incluye planificación, precios, branding, canales de distribución, venta personal, publicidad, promociones, embalaje, pantalla, mantenimiento, manipulación física y averiguación de los hechos y análisis. (BARTON, 2010) Agrupados más tarde estos ingredientes en las cuatro categorías que hoy se conocen como las 4 P del marketing, estas son:

- Producto
- Precio
- Plaza (distribución)
- Promoción

Precio

Es la cantidad de dinero que el comprador desembolsa a cambio de un producto del cual espera que le proporcione unas ventajas y satisfacciones que compense el sacrificio que representa el gasto realizado.

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal. (RICAURTE, 2005)

Plaza

La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo

Canales de Distribución

Los canales de distribución son el conjunto de instituciones o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial.

Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de Mercadotecnia.

Promoción

No es suficiente con disponer de un buen producto, y comercializarlo a través del canal de distribución más adecuado, con un buen precio. Además, hay que comunicar su existencia.

Ricaurte, indica que las herramientas promocionales son las cuatro que se describe a continuación:

- Publicidad: cualquier forma auspiciada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.
- Promoción de ventas: incentivos de corto plazo para alentar las compras de un producto o servicio.
- Relaciones públicas: la creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena imagen corporativa, y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- Ventas personales: presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta

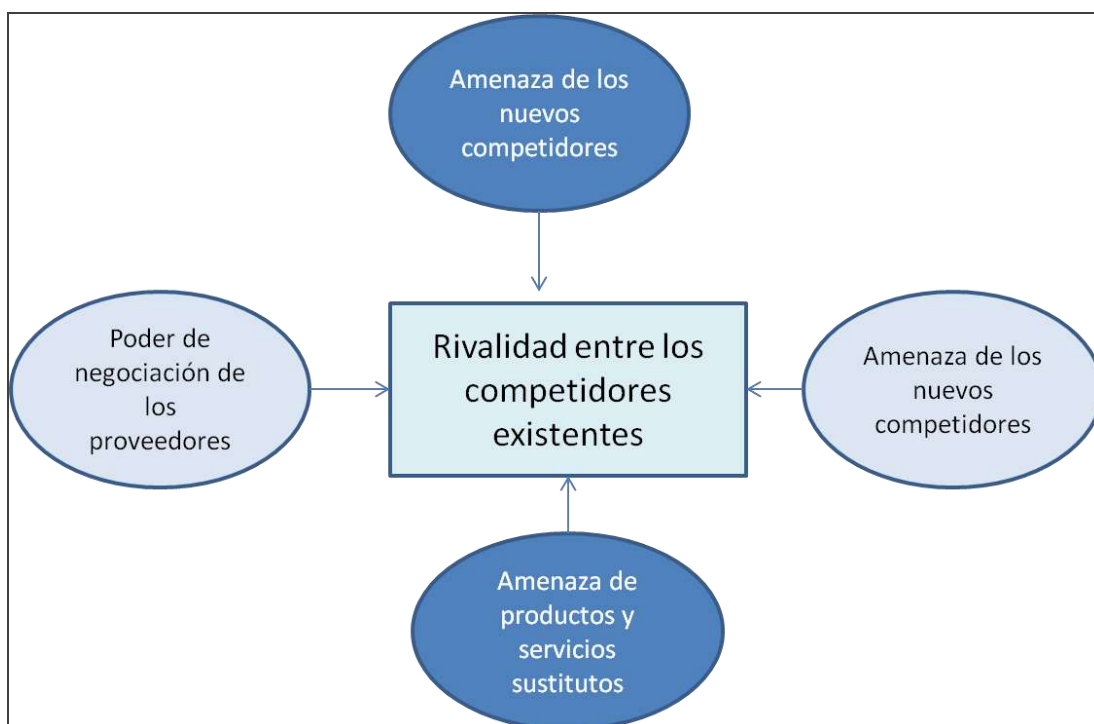
Producto Turístico

El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos del sector turístico.

Las Cinco Fuerzas Michael Porter

“Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro fuerzas o elementos.” Se resumen en la siguiente gráfica:

Figura N° 2 Las Cinco Fuerzas de Porter



Fuente: Michael Porter

Elaboración: Tania Calderón

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter propone un modelo de reflexión estratégica sistemática para determinar la rentabilidad de un sector, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector." (PORTER, 2000)

Análisis FODA

Fortalezas

Son las capacidades especiales con que cuenta el proyecto, y por los que cuenta con una posición privilegiada. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente

Oportunidades

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa el proyecto, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente

Amenazas

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia o desarrollo del proyecto. (ORLICH & Jessie, 2008)

MARCO REFERENCIAL

Zamora Chinchipe

El cantón Zamora se encuentra al nor-occidente de la provincia de Zamora Chinchipe a 45 km de distancia de la ciudad de Loja. Su cabecera cantonal es la ciudad de Zamora.

Zamora ha sido conocida a nivel nacional como la Capital Minera del Ecuador, actualmente también como la Ciudad de las Aves y Cascadas, dada la constante presencia de diversas aves y cascadas que sobresalen de las quebradas que rodean la ciudad. La ciudad se extiende desde oeste a este en dirección a Cumbaratza.

Datos generales del Cantón Zamora

Extensión: 1872 km²

Límites:

Norte: Cantón Yacuambi

Sur: Cantón Palanda

Este: Cantón Yantzaza, Centinela del Cóndor y Nangaritza

Oeste: Provincia de Loja

Posee una latitud de 04°04'09'' S y una Longitud 78°57'24''. Su altura varía desde los 1000 msnm en el punto más bajo (La Saquea- San Vicente del Chamico en Cumbaratza) hasta los 2200 msnm en el punto más alto (Cordillera de Tunantza y la unión de las parroquias de Timbara e Imbana).

División Política: el cantón está dividido políticamente en ocho parroquias que son: Cumaratza, Guadalupe, Zamora y el Limón, Imbana, Sabanilla, San Carlos, Timbara.

Población

Según el censo del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos del año 2010 existen 25.510 habitantes distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro N° 1 Población del Cantón Zamora

| PARROQUIAS | | POBLACIÓN | |
|-----------------|-------------------------|-----------|--------------|
| | | HOMBRES | MUJERES |
| URBANAS | Zamora y El Limón | 7.002 | 6.385 |
| | Cumbaratza | 2.259 | 2.157 |
| RURALES | Guadalupe | 1.412 | 1.445 |
| | La Victoria de Imbana | 567 | 559 |
| | Sabanilla | 301 | 283 |
| | San Carlos de las Minas | 1.280 | 900 |
| | Timbara | 494 | 466 |
| SUBTOTAL | | 13.315 | 12.195 |
| TOTAL | | | 25510 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010

Elaboración: Tania calderón

Topografía

Se destaca por su zona de montañas bajas con altitudes variadas que van desde los 1000 msnm hasta 2200 msnm.

Hidrografía

Cuenta con un gran potencial hídrico que baña valles y montañas de toda la región con sus caudalosos y majestuosos ríos como: el Zamora y sus principales afluentes: Bombuscaro, Zamora, Jamboé, Sabanilla y Yacuambi.

Clima y Temperatura

Húmedo subtropical, subhúmedo temperado, húmedo temperado, muy húmedo temperado, en cuanto a la temperatura es de: 16 a 22° c.

Precipitación: 1000 a 2000 mm

Flora

En sus bosques se puede encontrar una endémica biodiversidad en la que destacan árboles de madera fina en peligro de extinción debido a la explotación de las industrias madereras.

Existen especies de: romerillo, guayacán, laurel, pituca, alcanforero, aguacatillo, yumbingue, almendro, entre otros. Plantas frutales de: membrillo, maní de bejuco, sacha cacao, uva caimarona, ñaco. Epífitas: aráceas, orquídeas. Plantas acuáticas, medicinales, aromáticas, alucinógenas: guayusa, matema, guabiduca, sangre de drago, carqueja, cola de caballo. Helechos, musgos.

Fauna

La fauna selvática es típica y variada: pumas, jaguares, tigrillos, osos de anteojos, dantas, ciervos cola blanca, lobos andinos, lobos de río, capibaras, pacas, armadillos, coatíes, pecaríes, variedad de monos. Aves como: gallitos de la peña, oropéndolas, guácharos, colibríes, halcones, búhos, jocotocos, guataracos, tucanes, garzas, pescadores, urogallos, perdices, palomas, pájaros carpinteros, entre otros.

Anfibios y reptiles: boa, anaconda, coral, equis, macanche, hoja podrida, yamunga. Peces: bagre, zumba, anguila, corroncho, tilapia, trucha, bocachico, blanco, guanacha, vieja, sabina.

Tipos de Turismo:

Aviturismo

El aviturismo se puede desarrollar en varios lugares del cantón como: Parque Nacional Podocarpus, Área de Bosque y Vegetación Protectora Corazón de Oro, cascada La Chismosa, La Poderosa, Reserva San Francisco (Arco Iris), Bombuscaro. La observación de aves se puede realizar en diferentes épocas del año, para ver aves migratorias se puede hacer entre los meses de octubre a marzo. La hora ideal para observarlas es de 06h00 a 09h00 de la mañana y de 16h00 a 18h00 por la tarde.

Turismo de Aventura

Los distintos ríos y cascada que conforman la hidrografía de Zamora dan la posibilidad de desarrollar deportes de aventura: ascenso y descenso de cascadas, trekking, rápel.

Ecoturismo

La ubicación del cantón en la Amazonía hace que la mayoría de sus atractivos sean sitios naturales por donde se puede realizar la observación de flora, fauna, caminatas, senderismo. Estos lugares son: cascada La Gentil, cascada El Destrozo, Parque Nacional Podocarpus, cerro Tres Picachos; cascadas: La Chismosa, San Antonio de Guadalupe, Velo de Novia, El Aventurero, riberas del río Bombuscaro, área de bosque y vegetación Protectora Corazón de Oro, Reserva Arco Iris.

Turismo Cultural

Zamora tiene varios sitios de interés cultural como: La Iglesia, Vicariato apostólico, Comunidad Saraguro El Tibio, Comunidad Shuar San Martín Ujukam, Comunidad shuar Guadalupe, Plaza Cívica, monumentos.

Turismo Científico

Se pueden realizar investigaciones en: Reserva Arco Iris- Sitio San Francisco, Sitio Arqueológico de San Juan del Oro.

Turismo Gastronómico

La gastronomía zamorana agrupa elementos locales con los traídos de la sierra, de la ciudad de Loja. Es muy rica en nutrientes y proteínas, se caracteriza por ser elaborada con productos del medio para la preparación de platos típicos como ancas de rana, tilapia roja frita, yamala frita.

Centros Recreacionales

Los centros recreacionales del Cantón Zamora son los siguientes:

Cuadro N° 2 Centros Recreacionales del Cantón Zamora

| PARROQUIA | N° | ESTABLECIMIENTO |
|------------------|-----------|--|
| Zamora | 4 | Estadero “7 Pingas” |
| | | Centro Recreacional Municipal Bombuscaro |
| | | Balneario La Ballenas |
| | | Complejo Recreacional El Paraíso |
| Timbara | 1 | Puerto Alegre |

Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Tania Calderón

Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

El Centro Recreacional cuenta con piscinas, toboganes, sauna, turco, hidromasaje, bar, salón auditorio con capacidad para 100 personas, cancha sintética con cubierta, cancha de ecuavoley y áreas verdes recreativas.

El financiamiento para la creación del centro recreacional fue aportado por: Banco del Estado (Lorena Acosta- Gerente Regional). Fue inaugurado en el año 2011.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

- ✓ Material de escritorio
- ✓ Computadora
- ✓ Infocus
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Copias
- ✓ Internet

Métodos

Método científico- descriptivo.- Utilizado para el análisis de las características que forman parte del fenómeno en estudio; el método descriptivo está dirigido a las condiciones dominantes que determinaron la situación actual del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

Método analítico deductivo.- Utilizado para el diagnóstico, se obtuvo un conocimiento profundo de los aspectos que intervienen en el desarrollo de la actividad turística, las variables que se desarrollaron fueron:

- Características generales del cantón
- Características básicas de la población
- Características ambientales de la zona
- Servicios básicos disponibles

Método sintético:- Con los datos recopilados con el método anterior, se procedió a realizar un resumen de los componentes del Centro Recreacional para elaborar el plan estratégico de marketing.

Técnicas:

Observación directa, recopilación bibliográfica, matriz de análisis FODA, matriz de involucrados, entrevistas, encuestas

Metodología para cumplimiento de los objetivos específicos

Para cumplir el primer objetivo específico: **Realizar un diagnóstico del estado actual de la actividad turística en el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro** se utilizó el método científico- descriptivo para conocer de forma directa los fenómenos que forman parte del problema, del sitio en estudio. La técnica de la observación, visitando el centro recreacional, recopilación bibliográfica. Se elaboró una matriz **FODA** y matriz de involucrados para conocer quién y qué papel desempeñan en el desarrollo turístico de la empresa, además las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas.

Para cumplir el segundo objetivo específico: **Diseñar una propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro para posicionar su imagen corporativa** se utilizó el método analítico deductivo para fijar las estrategias de marketing, análisis y síntesis de la información, el método científico-descriptivo para la elaboración del plan; se utilizó la técnica de la muestra en base al número de habitantes del Cantón Zamora para obtener la cantidad de encuestas, que se aplicaron a los visitantes, turistas y pobladores que conocen el centro recreacional lo que permitió desarrollar estrategias de publicidad y promoción. También se realizó una entrevista al Administrador del centro,

entrevistas a los empleados del centro recreacional para conocer sus roles y las funciones que desempeñan.

Se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{[(N - 1)(e^2)] + (z^2 * p * q)}$$

Dónde:

z: nivel de confianza 1.96

p: probabilidad a favor 0.5

q: probabilidad en contra 0.5

N: universo (25510 habitantes. Datos INEC Censo 2010)

e: margen de (0.05)

$$n = \frac{3.84. (0.5)(0.5).25510}{25510(0.0025) + 3.84. (0.5)(0.5)} = 384.30$$

Para cumplir el tercer objetivo: **Socializar la propuesta del Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con la Administración del centro recreacional** se utilizó la técnica de recopilación bibliográfica, la información necesaria para socializarla, la técnica de la exposición mostrando los resultados de la investigación desarrollada. Fueron convocados al salón de eventos del centro recreacional el administrador Ing. Jorge Arévalo y empleados del Centro Recreacional.

f. RESULTADOS

Para cumplir con el primer objetivo específico: **Realizar un diagnóstico del estado actual de la actividad turística en el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro**, se recurrió a las técnicas de observación y recopilación bibliográfica para obtener información esencial del funcionamiento y organización del sitio en estudio; con la información recopilada se realizó una Matriz de Análisis FODA y una matriz de involucrados.

Diagnóstico

Análisis externo

La auditoría externa involucra el análisis de diferentes escenarios que permiten estructurar de mejor manera el estudio, el éxito de éste va acompañado de muchas interrogantes, las cuales se las ha incluido en los diferentes análisis para poder cubrir de mejor manera su alcance.

Con este análisis es posible detectar las oportunidades y amenazas, de manera que se pueden formular estrategias para aprovechar las oportunidades, y estrategias para eludir las amenazas o en todo caso, reducir sus consecuencias.

Análisis del Entorno Económico, Social y Político

Estos indicadores macroeconómicos de naturaleza: demográfica, económica, tecnológica, política, jurídica, social, cultural y ecológica tienen una incidencia en el desarrollo del mercado.

Entorno económico

Para el 2013 se ha cumplido uno de los objetivos planteados en el Plan Nacional del Buen Vivir, el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador: 4,3% creció más que el promedio de América Latina calculado en 3.5%.

El Producto Interno Bruto del Ecuador, creció más que el de América Latina, del cual se destina para el pago de la deuda externa el 4% del PIB.

De acuerdo al Índice de Competitividad Global se lo usa en todo el mundo, Ecuador ha ascendido 15 puestos en el ranking, esto, sugiere al Gobierno promover la flexibilidad laboral, la apertura de mercado, así como la seguridad para las inversiones. (ORTIZ, 2013)

El sector agropecuario es el motor productivo de la economía ecuatoriana. De acuerdo al Censo Agropecuario del 2000 la superficie de tierra dedicada a la producción agropecuaria es 12'654.242 hectáreas, dividida en 842.910 unidades, de dicha superficie el 24% es utilizado para cultivos permanentes, transitorios, barbecho y descanso, el 40% está destinado a pastos y páramos y el 36% corresponden a bosques.

Los cultivos permanentes ocupan una superficie de 1'363.414 has., los principales son: banano, café, caña de azúcar, palma africana, plátano. Los cultivos transitorios ocupan 1'231.711 has., los de mayor producción son: arroz, maíz, papa y soya.

El Cantón Zamora al estar ubicado en la Amazonía ecuatoriana posee un clima privilegiado que permite tener variada producción de suelos, en donde se cultivan: plátano (287 has.), guineo (257 has.), yuca (133 has.), maíz (137 has), café y el cacao (198 has), caña de azúcar (298 has.) (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2011)

En lo que respecta a ganadería el 90% de su producción está destinada al autoconsumo y el 10% restante de la producción agrícola y pecuaria está destinada a la venta directa al intermediario.

La riqueza de la tierra y la producción agrícola, ganadera y pecuaria de Zamora han permitido el establecimiento de una población numerosa, que para la empresa representa actuales y potenciales clientes.

Precios al Consumidor

En enero de 2013 el índice de precios al consumidor se ubicó en 142.34; lo cual representa una variación mensual de 0.50%. el mes anterior fue de -0.19%.

La variación del IPC (Índice de Precios al Consumidor) en enero de 2013 se debe principalmente al incremento de precios de tres categorías: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles; y Transporte; las cuales aportan en 72.91% a la variación mensual. (ROSERO, 2013)

Las regulaciones de precios de los productos y servicios que se dan en el centro recreacional se rigen a las establecidas por la ley.

Precios al Productor

El Índice de Precios al Productor en enero de 2013 alcanzó un valor de 1.664,25; y una variación mensual de 0.42%

Según datos del INEC en Zamora Chinchipe se han registrado 378 establecimientos de: alojamiento, servicios, y comidas, conformados por 809 personas.

Los constantes cambios del índice de precios al consumidor influyen de forma directa en la empresa en relación a costos de la materia prima que utilizan para brindar el servicio al público.

Entorno tecnológico

El desarrollo tecnológico ha tenido grandes avances en los últimos años, estructuración, diseño e implementación de una empresa es más rápida y eficiente. La distribución de las dependencias se realiza conforme a las necesidades de los clientes, de forma más práctica.

Es importante brindar a los turistas y visitantes las comodidades necesarias para satisfacer todas sus expectativas, atender todas sus preguntas y requerimientos.

Entorno socio-demográfico y cultural

Zamora Chinchipe cuenta con 25.510 habitantes de acuerdo al Censo del INEC 2010, de los cuales 12.195 son mujeres y 13.315 hombres.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, la misma que servirá para homologar las herramientas de estratificación, así como para una adecuada segmentación del mercado de consumo.

La encuesta reflejó que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.

Para esta clasificación se utilizó un sistema de puntuación a las variables. Las características de la vivienda tienen un puntaje de 236 puntos, educación 171 puntos, características económicas 170 puntos, bienes 163 puntos, TIC's 161 puntos y hábitos de consumo 99 puntos.

Es fundamental conocer que esta estratificación no tiene nada que ver ni guarda relación con indicadores de pobreza o desigualdad.

Entorno político

La ley que reglamenta la actividad Turística es la Ley de Turismo. Esto se debe al Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país.

Esta 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.

El centro recreacional de igual forma se rige ante esta ley puesto que ofrece servicios turísticos de distracción y esparcimiento.

Entorno ecológico

El 80% de las empresas en el país no invierte en protección ambiental. Más del 80% de las empresas no cuentan con un estudio de impacto ambiental. El 2% de las empresas han incluido sistemas de gestión ambiental mediante certificaciones internacionales dentro de sus organizaciones.

Ocho de cada diez empresas no registran gastos en protección ambiental ni estudios de impacto ambiental. Sin embargo en la región Amazónica existe mayor gasto en protección ambiental. Dos de cada diez establecimientos realizan estudios de impacto ambiental.

El estudio de impacto ambiental es costoso y frecuentemente o es incluido en el presupuesto para implantar una empresa.

Análisis de la competencia

Nuestra principal competencia en la zona son los establecimientos que ofrecen servicios similares o adicionales al nuestro y que se localizan cerca del área de ubicación de la comunidad.

En este sentido distinguimos a los competidores, los cuales caracterizaremos a continuación.

- **Centro Recreacional El Paraíso**

El Centro Recreacional El Paraíso, se encuentra ubicado a dos cuadras del redondel de los Shuaras, en el Cantón Zamora, esta cuenta con servicios de piscina, canchas, sauna, hidromasaje, turco, bar- restaurante

- **Balneario Las Ballenas**

El balneario Las Ballenas está ubicado a 3 km desde el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, es de acceso libre, cerca de este río existen sinnúmero de negocios que ofrecen servicio de alimentación.

Proveedores del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Los proveedores son una parte fundamental en el desarrollo de una empresa de una empresa ya que suministran de aquello que se requiera, materia prima y recursos elementales para el desarrollo de las actividades.

El centro recreacional funciona de tal manera que el Administrador realiza un plan de pedido por el período de un año es decir doce meses, puesto que el

GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, realiza compras grupales para todos los departamentos incluido el Centro Recreacional.

Cuadro N° 3 Proveedores del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

| EQUIPOS DE LIMPIEZA | | |
|--|----------------------------------|--------|
| Cloro granulado HTH | Quimicalzen | Cuenca |
| Sulfato de Aluminio Tipo A Fino | | |
| Jabón líquido Papel higiénico Ambientales Antisarro Trapeadores Escobas | Químicos Blanca Villavicencio | Zamora |

Fuente: Ing. Jorge Arévalo

Elaboración: Tania Calderón

Productos sustitutos o complementarios

En lo referente a los bienes y servicios sustitutos o complementarios; el Centro Recreacional Bombuscaro, puede considerar como competidores reales al Centro Recreacional El Paraíso, Balneario Las Ballenas; los ciudadanos zamoranos y regionales visitan con frecuencia estos sitios de distracción, el Balneario Las Ballenas no es un sitio con infraestructura turística, no tiene marca registrada, el Paraíso si está registrado como un centro de recreación y esparcimiento.

Fuerzas competitivas: Porter

Para conocer las fuerzas competitivas es necesario analizar los siguientes puntos:

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Actualmente amenaza de nuevos competidores para el Centro Recreacional no existen, este establecimiento se inauguró el año pasado, la segunda etapa está en construcción, es decir posee todas las instalaciones prácticamente nuevas.

La rivalidad entre los competidores

Las empresas competidoras son el Complejo El Paraíso, Balneario Las Ballenas, puesto que su ubicación es cercana a la del Centro Recreacional. La guerra constante es de precios, promociones y publicidad, son más antiguas y conocidas en el mercado, El balneario natural Las Ballenas es gratuito.

Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores del Centro Recreacional son de Zamora y de Cuenca, las compras se hacen al por mayor, lo que les permite abaratar costos de manutención del lugar.

Poder de negociación con los competidores

El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro ofrece variedad y calidad de productos para la distracción y recreación de niños y adultos. Su poder radica en que es una construcción grande nueva e innovadora en el mercado.

Amenaza de ingresos de nuevos productos sustitutos

El producto que puede sustituir al Centro Recreacional Municipal Bombuscaro es el Complejo El Paraíso, el Balneario Las Ballenas. El balneario natural constituye un lugar de distracción gratuito, aunque sin comodidades como en el centro recreacional, el Paraíso en cambio ofrece servicio similares.

Análisis interno

Historia de la empresa

El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro abrió sus puertas en el año 2011, el proyecto es una idea del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, con la finalidad de dar esparcimiento a los ciudadanos.

El administrador de esta empresa es el Ingeniero Jorge Arévalo que al mismo tiempo es el contador-financiero del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, está a cargo desde el inicio del manejo del Centro Recreacional.

Descripción de la empresa

El Centro recreacional Municipal Bombuscaro es una empresa financiada con fondos del Banco Nacional de Fomento. Las instalaciones que ofrece al público son: piscinas, toboganes, sauna, turco, hidromasaje, bar, salón auditorio con capacidad para 100 personas, cancha sintética con cubierta, cancha de ecuavoley y áreas verdes recreativas.

Actualmente ofrece los servicios de:

- ✓ Parqueadero
- ✓ Salón de eventos
- ✓ Piscinas
- ✓ Cancha de Ecuavoley

- ✓ Cancha sintética
- ✓ Tobogán

Tamaño Estructural del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, es una pequeña empresa conformada por la Administración del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, actualmente cuenta con un empleado administrativo: Ingeniero Jorge Arévalo, dos personas en la planta operativa: Diego Patiño y María Cabrera.

Filosofía del Centro Recreacional

La empresa tiene la finalidad de brindar un lugar de recreación a la población, en este lugar se brinda el espacio para terapia deportiva y acuática para niños con capacidades diferentes.

Misión

La misión y visión por la cual actualmente se rigen es la del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora en general:

“El Gobierno Autónomo Descentralizado de Zamora ejecuta políticas, normas, planes, programas y proyectos, que con enfoque participativo e incluyente, impulsan de manera sostenible la realización del buen vivir sustentado en el desarrollo y bienestar económico, social, ambiental y cultural de la colectividad, privilegiando la educación, salud, comunicación, turismo y la dotación de infraestructura básica a nivel urbano y rural.(Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Zamora 2012-2021)”

Visión

“Zamora, tierra de aves y cascadas, al 2021, será un territorio ordenado, turístico, con servicios básicos de calidad que con su riqueza pluricultural, gestiona sus recursos naturales y biodiversidad, producción agropecuaria, agroindustrial, minera sustentable y energía limpia, con equidad social, económica y ambiental, articulada al desarrollo local, nacional e internacional, garantizando el Buen Vivir de sus habitantes.(Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Zamora 2012-2021)”

Valores

- **Actitud abierta a la participación interna y externa.-** Porque el trabajo conjunto institucional e interinstitucionales nos permite multiplicar logros.
- **Equidad Institucional.-** Como medio para erradicar las exclusiones y fomentar la igualdad de condiciones para todas las oportunidades en el ambiente interno y hacia el entorno.
- **Profesionalismo y Calidad en el trabajo.-** Porque creemos en el desarrollo de las habilidades y destrezas de nuestro Talento Humano para lograr productos y servicios dignos para nuestro cantón.
- **Puntualidad.-** Como una característica de identidad de nuestra institución.
- **Ética.-** Como un sistema irremplazable que regula el comportamiento individual y colectivo en todas las actitudes.
- **Respeto a las leyes personales e institucionales.-** Para convertirnos en el paradigma de lo correcto.
- **Iniciativa.-** Como norma general de trabajo permanente y diario.

- **Trabajo en Equipo.-** Porque creemos en poder de los sistemas altamente sincréticos
- **Compromiso Institucional.-** Porque es al GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, a quien nos debemos y es el desarrollo cantonal lo que nos mueve.

Políticas

El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro actualmente se rige a las condiciones y horarios de atención, sanciones e indemnizaciones de daños según las ordenanzas municipales que a continuación se detallan:

Art 9.- Horario de funcionamiento.- El horario de funcionamiento del centro será, de martes a domingo de 08h00 a 20h00.

Art 10.- Condiciones para la utilización de las instalaciones y prohibiciones.- Para la correcta utilización de las instalaciones se establecen las siguientes condiciones.

- a) El ingreso al centro se verificará, previo el pago de la tasa por los servicios que se presta, según corresponda;
- b) Se prohíbe el ingreso de niños sin que estén al cuidado de sus padres o personas adultas;
- c) Tampoco se permitirá el ingreso de animales o mascotas para evitar que deambulen en las instalaciones;
- d) Para uso de las piscinas, turco, sauna e hidromasaje, previamente la persona tendrá la obligación de ducharse y utilizar el traje de baño adecuado;

- e) Queda prohibido el uso de anillos, collares o cualquier objeto corto punzante que pueda provocar accidentes, durante el uso de las instalaciones;
- f) Para el ingreso y utilización de la cancha sintética, se lo realizarán en traje deportivo y con zapatillas de lona apropiadas;
- g) El uso del salón social será supereditado a la regulación que establezca la ley para estos casos;
- h) Se prohíbe en forma terminante el ingreso o permanencia de personas en estado etílico; el ingreso de comidas, refrigerios, bebidas alcohólicas, sustancias estupefacientes o psicotrópicas;
- i) Se prohíbe el estacionamiento de vehículos en las aceras, espacios peatonales o en lugares que no sean destinados a parqueaderos.

Art 11.- Sanciones.- La inobservancia de las condiciones o prohibiciones establecidas en el Art 11, será causa suficiente para exigir que la o las personas, abandonen el centro sin derecho a reclamo alguno.

Art 12.- Indemnización de daños.- En el evento de que los trabajadores municipales o personas particulares por negligencia, descuido o de manera intencionada produjeran daños en las instalaciones del centro, serán responsables civil y penalmente por los perjuicios ocasionados, previo informe del Administrador del centro, la Dirección Financiera emitirá el correspondiente de crédito.

Art 13.- A partir de la vigencia de la ordenanza, quedan derogadas todas las disposiciones que se opongan a la presente;

Art 14.- La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su sanción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Es dada en la sala de sesiones del Concejo Municipal, a los diez días del mes de junio del mes de junio de dos mil once.

Proceso administrativo

Planeación

El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro abrió sus puertas en el año 2011, la misión y visión no han sido estructuradas, es así que las consideran a las del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, además carece de un plan estratégico de marketing turístico.

Dentro del proceso de planificación el Administrador se ocupa de organizar horarios, dar autorización para eventos, realizar los pedidos de insumos necesarios para el funcionamiento correcto de la empresa.

Organización

Actualmente no cuenta con un organigrama estructural establecido, sin embargo tienen un orden en lo que se refiere a la distribución de cargos y responsabilidades en cada área que deben desempeñar los colaboradores internos de la empresa.

Dentro de la ordenanza se menciona:

Art 2.- Estructura Administrativa.- Para una correcta administración, operatividad y servicio, el centro tendrá la siguiente estructura del proceso correspondiente:

- a) Un Administrador
- b) Recaudador
- c) Dos guardianes

d) Los trabajadores que requieran en función de la capacidad instalada.

Dirección

La persona encargada de la Administración del Centro está también a cargo de la contabilidad del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado), labora en el centro del poblado en las instalaciones de esta entidad, mientras el Centro Recreacional pasa a cargo del recaudador.

Los motivos antes mencionados han impedido la relación directa del Administrador hacia las dos personas más que laboran en el Centro Recreacional, el presupuesto no ha permitido darles capacitación o algún tipo de motivación a los subordinados.

Control

En el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro debido al poco personal es fácil el control de horarios y funciones del trabajo.

Entre sí se encargan del control y supervisión de actividades.

Proceso de mezcla de Marketing Mix de la Empresa

Cuadro N° 4 Marketing Mix

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|-------|------------|---------|------------|----------------|----------|-------|---------|-------------------------|---------|----------------|----------|---------|---------|--|----------|---|----------|--|----------|
| PRODUCTOS <ul style="list-style-type: none">▲ Piscinas▲ Cancha sintética▲ Cancha de ecua vóley▲ Salón de eventos▲ Parqueadero privado▲ Bar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PRECIOS <p>Los precios detallados a continuación son los cobrados según la ordenanza municipal.</p> <p>Servicio de cancha sintética: (por partido)</p> <table><tr><td>Niños</td><td>\$5.00 c/h</td></tr><tr><td>Adultos</td><td>\$7.50 c/h</td></tr><tr><td>Discapacitados</td><td>Gratuito</td></tr></table> <p>Cancha de ecuavoley</p> <table><tr><td>Niños</td><td>\$ 0.50</td></tr><tr><td>Adultos mayores y niños</td><td>\$ 0.50</td></tr><tr><td>Discapacitados</td><td>Gratuito</td></tr><tr><td>Adultos</td><td>\$ 3.00</td></tr></table> <p>Arrendamiento del bar junto a la piscina(mensual)</p> <table><tr><td></td><td>\$100.00</td></tr></table> <p>Alquiler del salón social</p> <table><tr><td>Local, mobiliario, amplificación (por evento)</td><td>\$150.00</td></tr><tr><td>Eventos de capacitación Por 1 día mas el 50% adicional por día</td><td>\$ 50.00</td></tr></table> | | Niños | \$5.00 c/h | Adultos | \$7.50 c/h | Discapacitados | Gratuito | Niños | \$ 0.50 | Adultos mayores y niños | \$ 0.50 | Discapacitados | Gratuito | Adultos | \$ 3.00 | | \$100.00 | Local, mobiliario, amplificación (por evento) | \$150.00 | Eventos de capacitación Por 1 día mas el 50% adicional por día | \$ 50.00 |
| Niños | \$5.00 c/h | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Adultos | \$7.50 c/h | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Discapacitados | Gratuito | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Niños | \$ 0.50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Adultos mayores y niños | \$ 0.50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Discapacitados | Gratuito | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Adultos | \$ 3.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | \$100.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Local, mobiliario, amplificación (por evento) | \$150.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Eventos de capacitación Por 1 día mas el 50% adicional por día | \$ 50.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PLAZA <p>Sirven a turistas nacionales, regionales con la utilización de las instalaciones.</p> <p>Se contará con apoyo tecnológico a través de Internet para promocionar abiertamente, también a través de ferias preferentemente solicitar apoyo a la carrera de turismo de la MINISTERIO DE TURISMO, exposiciones locales, visitas a entidades públicas y privadas</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROMOCIÓN <p>La promoción que se da a la empresa es escasa, convenios con entidades públicas y privadas.</p> <p style="text-align: right;">Precios incluyen IVA</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Tania Calderón

- ▲ **Bar – Restaurante:** El centro contará con un sitio de entretenimiento para sus clientes como se lo merecen, estará dividido en dos ambientes: el primero dirigido al sector del bar, para que se puedan deleitar con bebidas especiales preparadas con frutas del lugar, el sector del restaurante en donde se ofrecerán platos típicos a elección del cliente.

- ▲ **Otros servicios:** Contará con una piscina para grandes y otra para niños, una cancha sintética, personal de servicio, recepción, bar – restaurante.

- ▲ **Atracciones locales:** Flora y fauna, arborización.

Matriz de Involucrados

Cuadro N° 5 Matriz de Involucrados

| INVOLUCRADOS | INTERESES | PROBLEMAS PERCIBIDOS | RECURSOS Y MANDATOS |
|--------------------|---|---|--------------------------------------|
| El Administrador | Controlar y posicionar como el mejor lugar de recreación y distracción del Cantón Zamora. | Escasa promoción y publicidad falta de un Manual orgánico-funcional | Financieros Humanos Materiales |
| Personal Operativo | Los servicios que se brinden y ofrezcan sea de forma ágil y de buena calidad | Falta de capacitación en temas de servicios y Talento humanos Falta de motivación. | Financieros Humanos Materiales |

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: Tania Calderón

Figura N° 3 Análisis FODA



Fuente: Estudio de Campo

***Elaboración:** Tania Calderón

g. DISCUSIÓN

Para cumplir con el segundo objetivo específico: **Diseñar una propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro para posicionar su imagen corporativa**; para lo cual se recopiló información a través de las encuestas y entrevistas a aplicadas a los visitantes y trabajadores respectivamente del centro recreacional. Se fijaron estrategias de desarrollo con el fin de mejorar su funcionamiento.

Interpretación de datos

Encuestas aplicadas a los visitantes del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

Mediante la fórmula aplicada a la población actual de la ciudad de Zamora se obtuvo una muestra, que es igual a trescientas ochenta y cuatro encuestas a los visitantes del Centro Recreacional, de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

- **Procedencia**

Análisis Cuantitativo

De los encuestados el 85% son de procedencia local, 13% regional y 2% nacional, lo que quiere decir que los visitantes frecuentes del centro recreacional son de la ciudad de Zamora.

Análisis Cualitativo

Se puede determinar que la mayor parte de visitantes son locales, el público al que se dirige la promoción será personas de ciudades y regiones vecinas, porque en Zamora es muy conocido el Centro Recreacional.

- **Edad**

Análisis Cuantitativo

De los encuestados el 35% tienen entre 21 y 25 años, el 28% 16-20 años, 17% 26-30 años, 14% 31-40 años, 5% de 41-50 años, finalmente el 1% de 50 años en adelante. Los visitantes del centro recreacional tienen una edad comprendida entre 21-25 años de edad.

Análisis Cualitativo

Mediante este dato se conoce cuál es la edad promedio de los visitantes del centro recreacional.

- **Género**

Análisis Cuantitativo

El 68% de los encuestados es de género masculino, el 32% femenino. La mayor parte son hombres debido a que ellos son quienes prefieren jugar fútbol y ecua vóley en las instalaciones

Análisis Cualitativo

Los clientes que se deben atraer son del sexo femenino, crear actividades más atractivas para las mujeres, porque actualmente la mayoría de clientes son hombres.

- **Ocupación**

Análisis Cuantitativo

De los encuestados el 33% son estudiantes, el 25% (policías), 12% comerciantes, 10% ingenieros, 10% ama de casa, 8% profesores, 2% arquitectos. La mayor parte de visitantes son estudiantes y policías por el convenio existente entre esta entidad y el GAD de Zamora (Gobierno Autónomo Descentralizado).

Análisis Cualitativo

Esta pregunta da a conocer la ocupación actual de los visitantes del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

- **¿Con qué frecuencia visita el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?**

Análisis Cuantitativo

El 38% de los visitantes van semanalmente, el 24% quincenalmente, 16% mensualmente, el 15% en días feriados y el 7% rara vez.

Análisis Cualitativo

Cabe destacar que la frecuente visita que hacen hacia el centro se debe a los bajos costos y a la cercanía de este lugar.

- **¿Qué servicios ofrece el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?**

Análisis Cuantitativo

El 64% de los encuestados han encontrado servicio de canchas deportivas, el 24% piscinas, el 10% salón de eventos, el 2% caminatas.

Análisis Cualitativo

Los encuestados han descrito que los servicios más utilizados en el Centro Recreacional son las canchas deportivas y la piscina.

- **¿Mediante qué medio se enteró de la existencia de este Centro Recreacional?**

Análisis Cuantitativo

El 62% de los encuestados llegaron por conocimiento propio, el 35% por recomendación de amigos y familiares, el 2% por afiches y el 1% por anuncios en la radio. La promoción y difusión del Centro Recreacional es sumamente escasa.

Análisis Cualitativo

Del análisis hecho se pudo determinar que el medio por el cual conoció la existencia del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro fue a través de recomendaciones de otras personas y conocimiento propio.

- **Califique la calidad de servicios que ofrece el Centro Recreacional**

Análisis Cuantitativo

Los servicios prestados en el Centro Recreacional son calificados el 82% como bueno, el 16% como excelentes y el 2% regular.

Análisis Cualitativo

Básicamente son buenos pero deberían ser excelentes para llenar todas las expectativas de los clientes.

- **¿Considera que el costo de entrada al establecimiento es el adecuado en relación a los servicios que ofrece?**

Análisis Cuantitativo

El 92% considera que el costo de entrada es adecuado en comparación a los servicios prestados, el 8% piensan que no. El costo de entrada es muy económico por lo cual tiene bastante aceptación.

Análisis Cualitativo

Con relación al costo del precio de la entrada al Centro Recreacional la mayor parte de usuarios consideran que es económico, por tal razón es un centro que tiene mayor afluencia.

- **¿En compañía de quién visita el centro recreacional?**

Análisis Cuantitativo

El 62% de los visitantes visitan el lugar junto a sus amigos, el 18% con familiares el 20% con parejas, compañeros de trabajo, entre otros.

Análisis Cualitativo

Con respecto a esta interrogante los encuestados manifiestan que acuden al Centro Recreacional Municipal Bombuscaro en compañía de sus amigos, esto demuestra que el deporte que ahí se propaga induce al sano entretenimiento.

- **¿Qué recomendación daría para mejorar la imagen del Centro Recreacional Bombuscaro?**
 - ✓ Poner en funcionamiento sauna, turco e hidromasaje.
 - ✓ Dar mayor promoción al Centro Recreacional.
 - ✓ Organizar eventos para dar a conocer el lugar.
 - ✓ Aumentar convenios con fin de incrementar las visitas y el rubro de ingresos para continuar con la segunda fase del proyecto.

Encuestas dirigidas a los empleados

Resumen de las encuestas realizadas a los empleados que laboran el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro:

Se diseñó un tipo de encuesta que fueron aplicadas a dos empleados, con la finalidad de obtener una información verídica acerca de la realidad interna del Centro Recreacional; la entrevista se realizó al Recaudador: Sr. Diego Patiño y a la Guardia del turno nocturno: Sra. María Cabrera

Recaudador:

El señor Diego Patiño tiene 35 años de edad; labora en el Centro Recreacional un año y medio, su función es de Recaudador, se encarga de la boletería, limpieza, mantenimiento de piscinas. Su nivel de instrucción es secundario, no tiene estudios afines a Turismo o servicio, ha recibido constante capacitación en talento Humano de diferentes cursos y eventos que se realizan en el salón de eventos y participa en ellos. El servicio que brinda califica como bueno. Ambos trabajadores cuentan con todos los materiales necesarios para desempeñar sus funciones.

Guardia:

La señora María Cabrera tiene 52 años de edad; labora en el Centro Recreacional menos de un año, su función es Guardia, además de ocuparse de la seguridad nocturna del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, se encarga de la limpieza de la cancha, barre las instalaciones y delinea la cancha. Su nivel de instrucción es secundaria, no tiene estudios afines a Turismo o servicio, no ha recibido capacitación sin embargo expresó que en su antiguo trabajo recibió capacitación en servicio al cliente. Califica los servicios que brinda en la empresa como bueno.

Entrevista realizada al Administrador

La entrevista se la realizó al Ingeniero Jorge Arévalo, Administrador del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, quien también cumple con funciones de contador financiero del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora , supo manifestar que la empresa está en el mercado dos años y medio, este es un proyecto netamente del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, financiado por el Banco Nacional de Fomento, no cuentan con un Plan de Marketing enfocado al turismo netamente, crearon convenios con instituciones públicas a cambio de servicios ellos prestan sus instalaciones con fines deportivos.

El centro recreacional se regula bajo ordenanza municipal, ésta a su vez contiene las funciones que deben realizar los empleados. Señala que los costos de la entrada son mínimos, muy económicos en comparación con otros lugares que ofrecen precios similares.

Los servicios que ofrece el Centro Recreacional son: Cancha Sintética, cancha de ecua vóley, piscinas, tobogán, salón de eventos, próximamente se ofrecerá turco, sauna e hidromasaje.

Se pudo evidenciar que la falencia principal es la falta de capacitación constante, por lo que es necesario dar capacitación a los empleados en el centro recreacional, el personal mejoraría su desempeño en sus labores, lamentablemente el presupuesto es bastante limitado en el mes de Agosto se presentará el presupuesto 2013-2014 en el que se propondrá un rubro para este aspecto.

Los ingresos del Centro Recreacional son recaudados y enviados al GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora, este a su vez, es la entidad encargada de llevar la contabilidad.

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CENTRO RECREACIONAL BOMBUSCARO 2014-2018

Fecha:

Marzo 2013

Duración:

Enero 2014- Diciembre 2018

Responsable:

Planta administrativa del Centro Recreacional

Costo:

\$15.000.00

Financiamiento:

Instituciones Bancarias Públicas.

Elaboración:

Tania Carolina Calderón Morales

Después de concluir un análisis de los factores internos y externos del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro de la ciudad de Zamora, se ha procedido a realizar una propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico en el cual se definen: mercado objetivo, así como los objetivos, metas, estrategias, técnicas y costos, permitirán realizar el plan para un período de cuatro años.

Plan Estratégico

Cuadro N° 6 Misión

| Que somos | Base fundamento político filosófico | El propósito y finalidad mayor | Área de campo de acción | Grupos sociales y usuarios |
|--|---|--|-------------------------|----------------------------|
| La organización está a cargo de una Institución pública: GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado de Zamora. | El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro ofrece el servicio de distracción y recreación, además un salón para eventos sociales | Brindar un espacio para la recreación y esparcimiento a las familias zamoranas y sus visitantes. | Cantón Zamora | Público en general. |

Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Tania Calderón Morales

Misión

“Ofrecer a la comunidad y a sus visitantes un espacio sano de recreación y distracción de excelente calidad en un espacio abierto, rico en flora y fauna, que contribuya al desarrollo del turismo local.”

Cuadro N° 7 Visión

| Posicionamiento a futuro | Que necesidades requiere satisfacer | Personas y grupos que se beneficiaran | Bienes y servicios que se ofrece | Como se va a ofrecer el bien o servicio |
|---|---|--|----------------------------------|--|
| El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro se posicionará como el mejor centro recreacional del cantón | Brindar servicios de calidad con instalaciones de primera calidad y con personal experto y comprometido a la buena atención al cliente. | Los clientes y el GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora. | Recreación y esparcimiento | Completando la segunda fase del proyecto y poniendo en funcionamiento todos los servicios. |

Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Tania Calderón Morales

Visión

“Ser el líder en recreación y esparcimiento del Cantón y Provincia de Zamora, brindando un servicio de calidad eficiente y eficaz, con el personal altamente capacitado y servicios innovadores”

Valores empresariales

Respeto.- Es una manera de cultivar el reconocimiento, de aprecio y de valoración de las cualidades y aptitudes de los demás.

Honestidad.- Actuar todo un siempre en base a la verdad y con justicia (brindando a cada quien lo que le corresponde, incluida a la empresa).

Servicio.- Adquirir una actitud de permanente colaboración hacia los demás. Las personas que son serviciales están con todo siempre atentos, observando y buscando la oportunidad para ayudar y colaborar con alguien.

Responsabilidad.- De esta depende el equilibrio de las relaciones, en el cumplimiento del deber con justicia e igualdad.

Puntualidad.- Indispensable para dotar al personal, de carácter, orden y eficacia, pues al practicar este valor a plenitud estaremos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor el trabajo asignado, ser merecedores de una total confianza.

Lealtad.- Es la obligación que se tiene al haber alcanzado algo provechoso e importante, el compromiso a defender en lo que se cree y en quien creemos. Cuando la empresa nos ha dado algo bueno, le debemos mucho más que agradecimiento y compromiso en la empresa donde se labora.

Comunicación.- Entender de una forma eficaz y hacerse comprender, porque facilita las relaciones humanas y la armonía en todo lugar, ayudar a que exista un ambiente de cordialidad y respeto, buscando el enriquecimiento personal y de de la empresa.

Propuesta del logotipo del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

El logotipo será la imagen corporativa, el objetivo de su creación es posicionar en la mente de los clientes, visitantes una imagen que inmediatamente identifiquen al Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

Figura N° 4 Logotipo del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro



Propuesta para la elaboración de un banner o roll up

La elaboración de contar con un sistema de publicidad y promoción del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro es indudablemente necesaria, ya que en la actualidad no cuenta con un plan de marketing para aumentar la afluencia de visitantes y turistas.

Objetivo

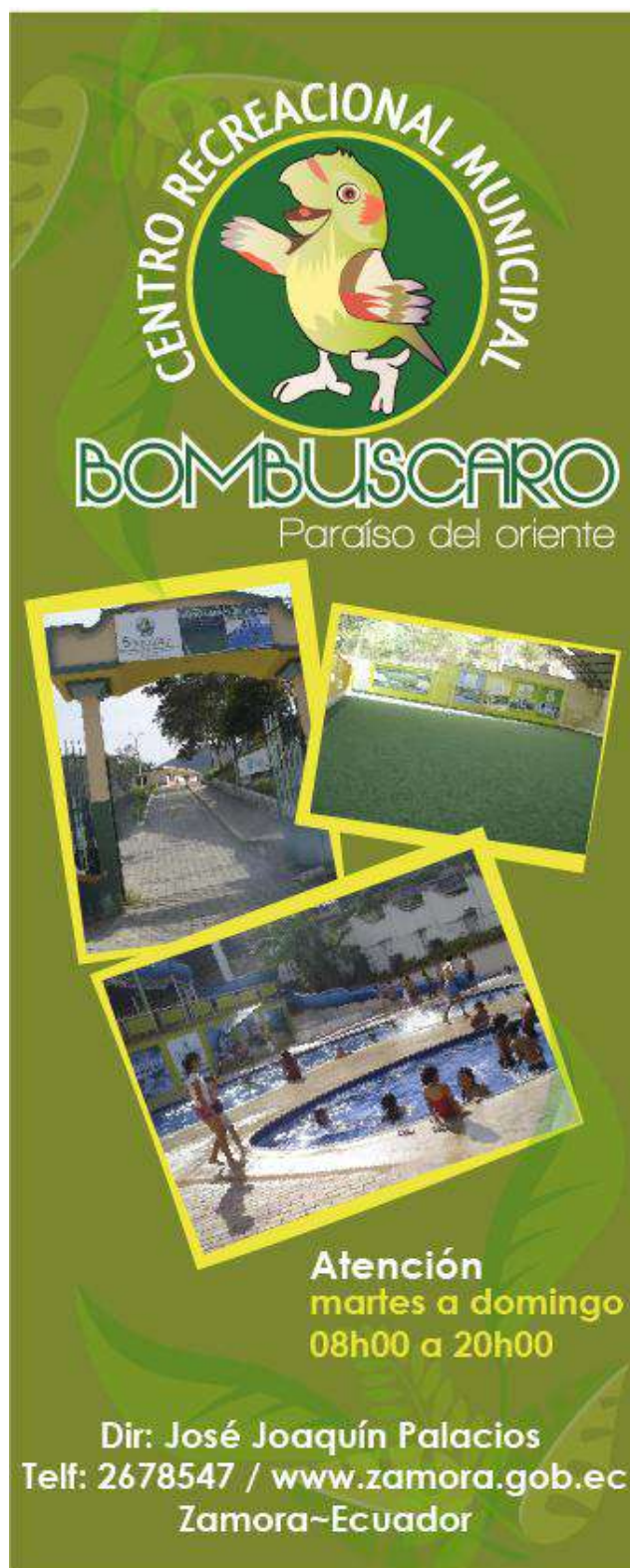
Diseñar un banner que contenga la información necesaria del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con el fin de dar a conocer al público en general los servicios que ofrece a la comunidad.

Función del banner o roll up

El banner constituye un medio informativo visual, conformado por imágenes y letras; su función es dar a conocer un mensaje que influya en la decisión de la persona.

Es un repertorio ideal y emotivo de un producto que introduce en la persona sentimientos de complejos como: deseo de compra, confianza en la marca, originalidad o imagen satisfactoria, inquietudes.

Figura N° 5 Modelo de Banner



CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL

BOMBUSCARO
Paraíso del oriente

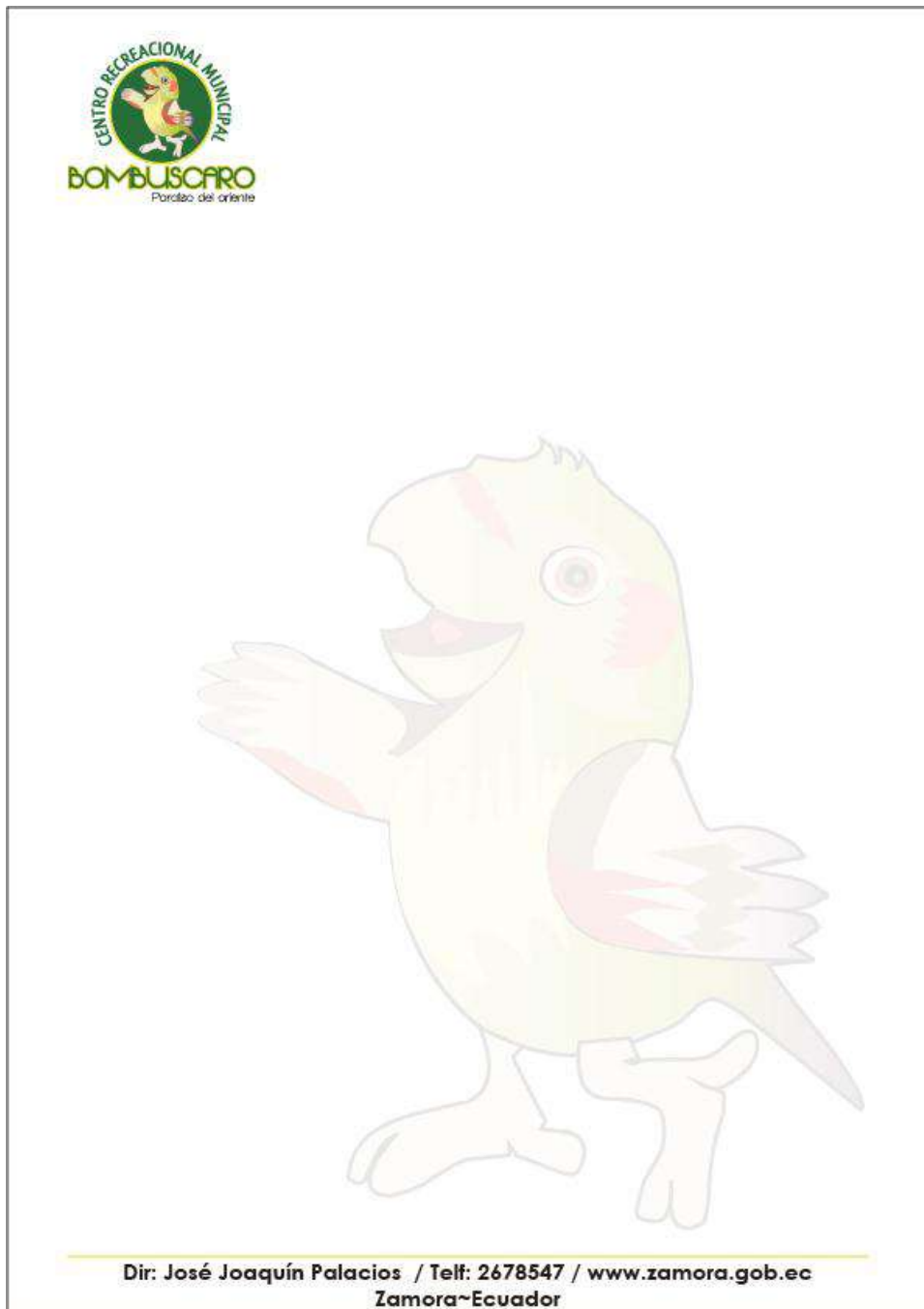
Atención
martes a domingo
08h00 a 20h00

Dir: José Joaquín Palacios
Telf: 2678547 / www.zamora.gob.ec
Zamora-Ecuador

Propuesta para la elaboración de hojas membretadas

Las hojas membretadas serán facilitadas las ocasiones que sean necesarias durante las reuniones de capacitaciones que se desarrollen en las instalaciones que posee el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

Figura N° 6 Modelo de Hoja membretada



Propuesta para la elaboración de Valla Publicitaria

Se elaborará una valla publicitaria ubicada a 1 km del Centro Recreacional, a la entrada a la ciudad, en el cual se indicará los servicios y distancia hacia este sitio.

Figura N° 7 Modelo de la Valla Publicitaria



Propuesta para la elaboración de artículos publicitarios

Se elaborarán diferentes tipos de souvenirs como: camisetas, jarros, llaveros con el logotipo del Centro Recreacional Municipal que se pondrán en exhibición para su venta en las instalaciones del Centro Recreacional y en tiendas de artesanías de Zamora, en la Ciudad de Loja en las oficinas de Información Turística y en tiendas de artesanías. Además en eventos y ferias.

Figura N° 8 Modelo de artículos publicitarios



Presupuesto Referencial

Cuadro N° 8 Presupuesto referencial de Gastos Publicitarios

| PRESUPUESTO REFERENCIAL | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|----------------|----------------|
| Cantidad | Descripción | Valor U | Valor T |
| | Papelería | | |
| 1000 | Hojas membretadas | 0,18 | 180,00 |
| 500 | Tarjetas de presentación | 0,14 | 70,00 |
| 1 | Facturas personalizadas | 50,00 | 50,00 |
| | Publicidad | | |
| 1 | Banners | 55,00 | 55,00 |
| 1 | Letreros | 25,00 | 250,00 |
| 1 | Vallas | 3500,00 | 3500,00 |
| | Artículos promocionales | | |
| 50 | Camisetas | 8,00 | 400,00 |
| 150 | Llaveros | 3,00 | 450,00 |
| 150 | Jarros | 3,00 | 450,00 |
| Total | | | 5405,00 |

Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Tania Calderón

Definición de objetivos estratégicos

Figura N° 9 Objetivos estratégicos



OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1

Elaborar planes de Publicidad para el período 2014-2018

El plan estratégico se lo realizó para un período de cuatro años, que involucra desde el 2014 al 2018, ya que es un tiempo óptimo para implementar, dirigir, coordinar, revisar y arreglar o reestructurar si el caso lo amerita. Basado en la teoría de plan estratégico y plan de marketing por lo que puedo aconsejar que este tiempo es adecuado para reestructurar el centro recreacional.

La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un período de 3 a 6 meses.; está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial.

Un plan de campaña resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. También se resume en un documento escrito que se conoce como libro de planes.

Descripción del proyecto

Un buen plan de publicidad del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro debe nacer de la investigación y el estudio del mercado objetivo, debe enfocarse en el desarrollo de un mensaje, lo suficientemente llamativo y eficaz para satisfacer las necesidades de cada consumidor.

Meta: Que el Centro Recreacional Municipal llegue a ser reconocido a nivel local, regional y nacional como el mejor centro recreacional.

Estrategias

Elaborar un plan publicitario persuasivo y agresivo dirigido a los clientes actuales y también potenciales.

Políticas

- Desarrollará su campaña publicitaria en un período de 3 a 6 meses y evaluar para rectificar o seguir con la misma campaña.
- Se realizarán constantes concursos y diferentes actividades con la finalidad de llamar la atención del público. Utilizando fechas de movilización de turistas.
- Se utilizaran medios locales para realizar la publicidad respectiva: escritos, radiales, televisivos, mailing, material P.O.P

Presupuesto referencial

Cuadro N° 9 Presupuesto de medios publicitarios

| Medio | Descripción | Costo mensual | Costo 6 meses |
|--------------------|--------------------------------------|---------------|-------------------------------|
| Radio | Elaboración de la cuña publicitaria | 55.00 | 330.00 |
| | Difusión de la cuña | 175.00 | 1050.00 |
| Prensa | Elaboración del espacio publicitario | 30.00 | 180.00 |
| | Publicación en el diario | 40.00 | 240.00 |
| Hojas volantes | Impresión (10.000) | 250.00 | 500.00 (20.000 ejemplares) |
| Stickers plegables | Impresión (5.000) | 135.00 | 270.00 (5.000 ejemplares) |
| Total | | | 2570.00 |

Fuente: Medios publicitarios

Elaboración: Tania Calderón

Spot Publicitario

El spot publicitario será enfocado al tipo de cliente que disfrute de la naturaleza, el deporte y la sana diversión.

Se recomienda al centro recreacional utilizar los medios publicitarios de comunicación masiva (radio y televisión), por lo que se sugiere utilizar el siguiente guión que permitirá la difusión a gran escala de este centro recreacional.

El guión se realizará de la siguiente forma:

Locutor 1: (hombre)

Fondo musical: Sonidos de la naturaleza

Guión: El sonido de nuestra Amazonía esta cerca de ti, visita el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro en Zamora Chinchipe, un lugar de relax y entretenimiento, con instalaciones propias para ti

_____ • _____

Música de cascadas, juegos, piscina, niños

_____ • _____

Piscinas tobogán, cancha sintética, canchas deportivas

_____ • _____

Músicaailable

_____ • _____

Y amplios salones para diferentes eventos sociales.

_____ • _____

Música, sonidos de la naturaleza.

_____ • _____

Recuerda tu descanso esta en Bombuscaro... Paraíso del Oriente

Prensa

Para la publicidad a través de medios escritos se publicará una vez a la semana el día viernes en diarios locales. El diseño de la publicación es:

Figura N° 10 Diseño de publicidad en prensa escrita

**CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL
BOMBUSCARO**

Te invita:

A disfrutar de un día de distracción
en un ambiente saludable.
Pone a su disposición servicios de:
Piscina, tobogán, cancha sintética,
salón de eventos, canchas deportivas

Dir: José Joaquín Palacios
Telf: 2678547/ www.zamora.gob.ec
Zamora- Ecuador

**CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL
BOMBUSCARO**
Paraiso del oriente

Imagen de la piscina y tobogán del centro recreacional.

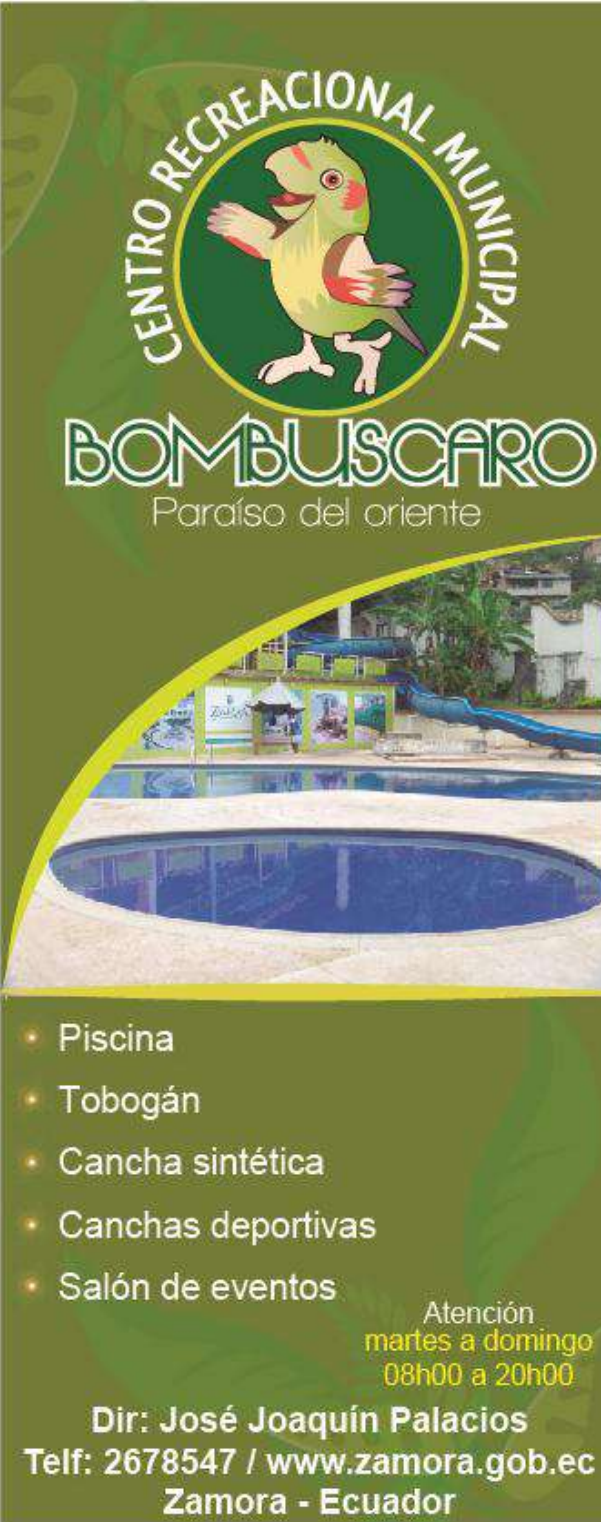
Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón

Hojas volantes

La finalidad de entregar hojas volantes es dar información directa y visual a los visitantes potenciales del Centro Recreacional. Se entregarán en puntos estratégicos de la ciudad como: parque, GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado de Zamora), agencias de viaje, operadoras, hoteles, restaurantes, y en la Coordinación Zonal 7 del Ministerio de Turismo, para que coordinadamente nos permitan divulgar este centro recreativo, colegios., etc.

Figura N° 11 Hojas volantes publicitarias



CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL

BOMBUSCARO
Paradiso del oriente

• Piscina
• Tobogán
• Cancha sintética
• Canchas deportivas
• Salón de eventos

Atención
martes a domingo
08h00 a 20h00

Dir: José Joaquín Palacios
Telf: 2678547 / www.zamora.gob.ec
Zamora - Ecuador

Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón

Stickers plegables

El diseño de stickers a elaborarse es el mismo de los banners para crear una imagen corporativa solida y que permita a la gente visualizarnos en un solo contexto; permitiendo que nuestra marca y lugar sea reconocido por el turista.

Táctica

- Diseñar anuncios que transmitan alegría y diversión
- Elaborar spots de radio atractivos que logren captar la atención del cliente

Diseño de un aviso de prensa: El objetivo es persuadir a los lectores de visitar el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con anuncios que ofrezcan todas las bondades de este centro en un solo lugar.

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2

Elaborar un Organigrama y un Manual Funcional

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas, será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas, que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas.

Diagnóstico

Con la elaboración de un manual de funciones para el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro se logrará un eficiente desarrollo y mejorar el control del personal que tienen a cargo, ya que constituye una herramienta efectiva para la administración de la misma.

Objetivos

- Definir la estructura orgánica y real de la institución que establezca los niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad, requeridos para el funcionamiento organizacional.
- Definir, describir, ubicar los objetivos, funciones de cada puesto y unidades administrativas con el fin de evitar sobrecargas de trabajo, duplicidad de funciones, etc.
- Identificar líneas de comunicación para lograr una correcta interrelación entre las unidades administrativas integrantes del Centro Recreacional.

Meta

Lograr que los empleados del Centro Recreacional sean los necesarios y que cumplan con las funciones encomendadas a cada cargo.

Estrategia

Detallar las funciones específicas de cada uno de los empleados.

Política

Todos los empleados sin excepción deberán tener conocimiento del manual de funciones y actuar de acuerdo a lo que aquí se puntualiza y se dispone.

Táctica

Servir como instrumento de apoyo que defina y establezca la estructura orgánica, funcional como formal y real, así como los tramos de control, responsabilidad y canales de comunicación que permitan una funcionalidad administrativa del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

Pasos para realizar el manual de funciones

- Planeación inicial
- Desarrollo del manual de funciones
- Socialización del manual de funciones
- Implementación del manual de funciones
- Presupuesto

Presupuesto referencial

El costo previsto para la elaboración del manual funcional es de \$500.00 dólares, el mismo que le permitirá al Centro Recreacional Municipal Bombuscaro establecer una mejor organización en el desarrollo de sus actividades diarias.

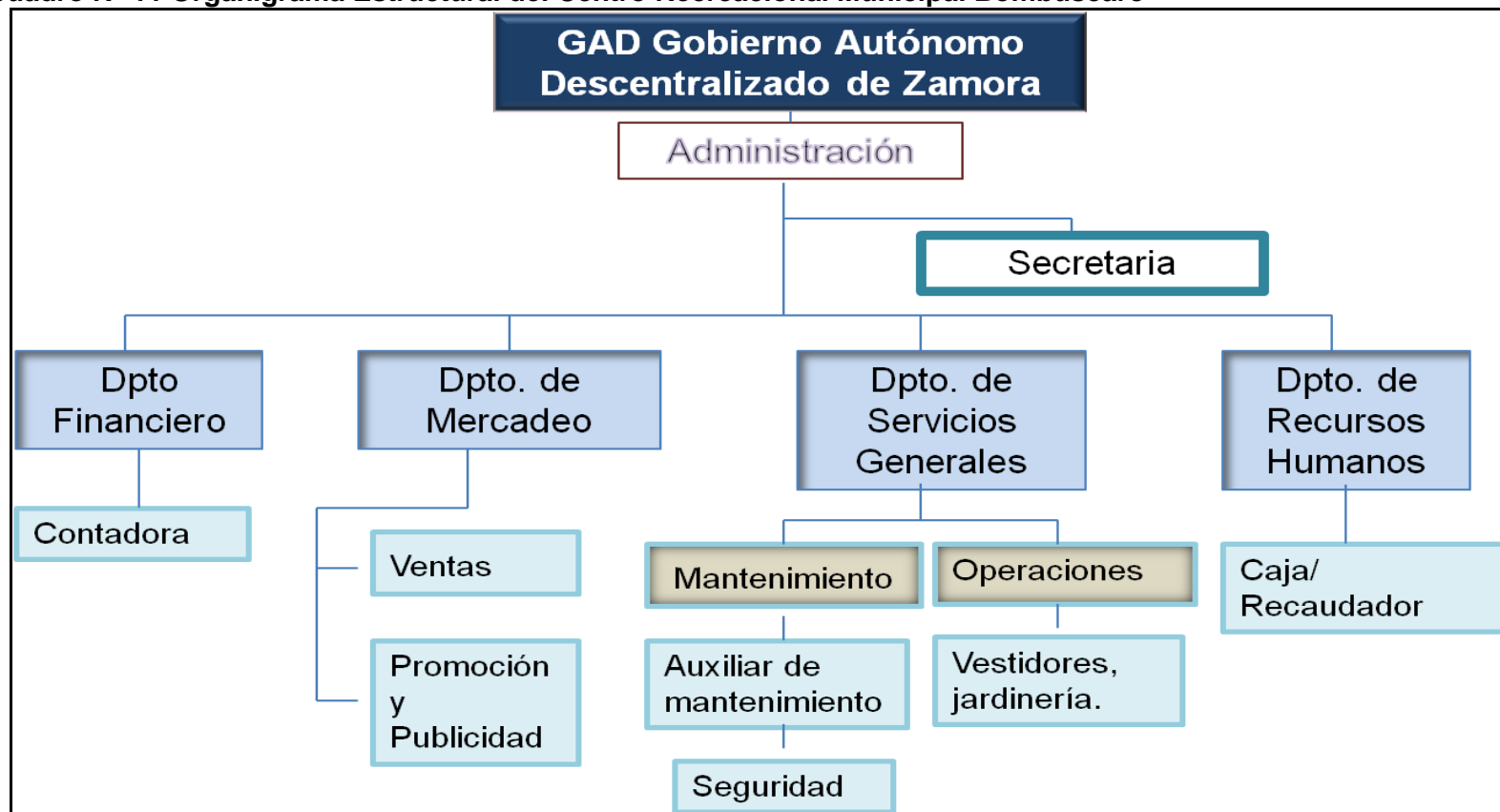
Cuadro N° 10 Cronograma

| Actividades | Colaboradores | Responsable de le Elaboración | Responsable de la ejecución |
|---------------------|------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Manual de funciones | Todos los empleados y trabajadores | Administrador | Administrador |

Elaboración: Tania Calderón

Organigrama Estructural Propuesto

Cuadro N° 11 Organigrama Estructural del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro




Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Tania Calderón

Manual de funciones

El organigrama estructural ha sido elaborado de acuerdo a las necesidades del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, en base a tal organigrama se elaboró el presente manual de funciones para cada uno de los cargos.

| | | | |
|--|----------------------------|----------------|------------|
|  | FICHA DE PUESTO DE TRABAJO | Código | CRMB-001-A |
| Denominación del Cargo | ADMINISTRADOR | Edición | 1 |
| Nivel Jerárquico: | Superior | Fecha | 02/2013 |
| FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">⤴ Administrar óptimamente los recursos humanos, materiales y financieros del centro recreacional.⤴ Proponer medidas técnico administrativas para mejorar el funcionamiento de los recursos existentes.⤴ Controlar el manejo del fondo de operación conforme a los lineamientos establecidos.⤴ Determinar y establecer en coordinación con las diversas áreas que integran el Centro Recreacional los programas necesarios para el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y financieros, así como el mantenimiento y conservación del centro.⤴ Coordinar la recopilación de información para integrar el presupuesto anual de egresos e ingresos del centro.⤴ Promover por medio de acciones directas la comercialización del centro.⤴ Elaborar y proponer programas de remodelación, ampliación del centro recreacional.⤴ Llevar a cabo visitas periódicas a las instalaciones que integran el centro, para detectar fallas y notificarlas al jefe inmediato del área para su reparación.⤴ Presentar los informes periódicos y extraordinarios que le sean | | | |

solicitados por sus superiores.

- ▲ Analizar, determinar y presentar para su autorización las compras directas necesarias para el funcionamiento continuo y óptimo del centro recreacional.
- ▲ Controlar y verificar los depósitos de los ingresos por concepto de ventas generadas en el centro recreacional, de acuerdo a la normativa establecida.

NATURALEZA DEL TRABAJO


Planear, organizar, dirigir y controlar los programas, estrategias y acciones a desarrollar para el óptimo aprovechamiento de los recursos con los que cuenta para el funcionamiento de las áreas que integran el centro recreacional.


REQUISITOS


- Título de Ingeniero Comercial, Economista o carreras afines a al Centro Recreacional.
- Tener mínimo cuatro años de experiencia en tareas similares.


OBSERVACIONES:


Firma:


| | | | |
|---|-----------------------------------|----------------|-------------------|
|  | <p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p> | <p>Código</p> | <p>CRMB-002-B</p> |
| <p>Denominación del Cargo</p> | <p>SECRETARIA</p> | <p>Edición</p> | <p>1</p> |
| <p>Nivel Jerárquico:</p> | <p>Operativo</p> | <p>Fecha</p> | <p>02/2013</p> |
| <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ Atender con rapidez y amabilidad las llamadas telefónicas. ▲ Vigilar y controlar la existencia de papelería y artículos de escritorio. ▲ Digitalizar la documentación generada en la administración general. ▲ Recibir, canalizar, y archivar correspondencia. ▲ Controlar el archivo dinámica y profesionalmente. ▲ Contar con un directorio telefónico actualizado. ▲ Registrar los mensajes recibidos y concertar las citas de su jefe inmediato. ▲ Conocimientos en páginas electrónicas, Power point. ▲ Que sea proactiva, eficiente, puntual. ▲ Tareas que le asigne su jefe inmediato. | | | |
| <p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <p>Digitalizar, controlar, y archivar la información que se genere en la administración general.</p> | | | |
| <p>REQUISITOS</p> | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Licenciada en Secretariado Ejecutivo – Experiencia mínima de un año en cargo similar. | | | |
| <p>OBSERVACIONES:</p> | | | <p>Firma:</p> |
| | | | |

| | | | |
|---|-----------------------------------|-----------------------|-------------------|
|  | <p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p> | <p>Código</p> | <p>CRMB-003-C</p> |
| <p>Denominación del Cargo</p> | <p>RECAUDADOR</p> | <p>Edición</p> | <p>1</p> |
| <p>Nivel Jerárquico:</p> | <p>Operativo</p> | <p>Fecha</p> | <p>02/2013</p> |
| <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ Recibir los boletos de entrada y dar acceso a los visitantes al centro recreacional y a la piscina en caso de ser solicitado. ▲ Revisar serie de boletos, registro de ventas. ▲ Solicitar la autorización de su jefe inmediato para dar acceso a excursiones y grupos al centro. ▲ Solicitar auxilio del personal de vigilancia, en caso de presentarse situaciones de violencia y/o desorden. ▲ Elaborar y canalizar diariamente al área de recursos financieros el reporte de boletos recibidos junto con los talones correspondientes. ▲ Verificar que el boletaje adquirido por los usuarios, correspondan a las personas que solicitan el ingreso. ▲ Conocimiento en páginas electrónicas, conocimientos de cierre de caja. ▲ Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato | | | |
| <p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <p>Recibir, revisar y relacionar los talones de acceso al centro recreacional, servicios, permitiendo o restringiendo el ingreso de los visitantes en apego a la normatividad establecida.</p> | | | |
| <p>REQUISITOS</p> | | | |
| <p>– Bachiller y tener conocimiento en control y seguridad</p> | | | |
| <p>OBSERVACIONES:</p> | | | <p>Firma:</p> |

| | | | |
|--|-----------------------------------|-----------------------|-------------------|
|  | <p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p> | <p>Código</p> | <p>CRMB-004-D</p> |
| <p>Denominación del Cargo</p> | <p>MANTENIMIENTO</p> | <p>Edición</p> | <p>1</p> |
| <p>Nivel Jerárquico:</p> | <p>Operativo</p> | <p>Fecha</p> | <p>02/2013</p> |
| <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barrer, trapear, lavar, encerar, desinfectar las instalaciones, equipos, mobiliario que forman parte del centro recreacional para mantenerlas en óptimas condiciones de uso y acceso • Reportar diariamente a su jefe inmediato, sobre los desperfectos y deterioros detectados en las áreas, equipos o mobiliario asignado para su limpieza. • Solicitar en los días establecidos, los materiales necesarios para llevar a cabo sus labores. • Recibir las solicitudes de reparaciones eventuales y dar inmediata solución a las mismas. • Llevar a cabo el programa de mantenimiento preventivo en las fechas marcadas para su realización. • Realizar recorridos diarios por las diversas áreas para detectar posibles descomposturas o deterioros en las instalaciones o equipos • Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato | | | |
| <p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <p>Realizar las labores de limpieza y aseo en general, en forma eficiente y oportuna en todas las áreas, mobiliario y equipo que requieran de ello.</p> | | | |
| <p>REQUISITOS</p> | | | |
| <p>– Bachiller.</p> | | | |
| <p>OBSERVACIONES:</p> | | | <p>Firma:</p> |
| | | | |

| | | | |
|--|----------------------------|----------------|------------|
|  | FICHA DE PUESTO DE TRABAJO | Código | CRMB-005-E |
| Denominación del Cargo | SEGURIDAD | Edición | 1 |
| Nivel Jerárquico: | Operativo | Fecha | 02/2013 |
| FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar en coordinación con su jefe inmediato, el programa anual de operación. • Apoyar a los trabajos encomendados al personal de las diversas áreas. • Realizar recorridos en el área del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con la finalidad de cuidar el orden y la seguridad de las personas que visitan el lugar. • Informar del estado de las herramientas de uso que sirven para este trabajo. • Informar de cualquier eventualidad que atente con la seguridad de los visitantes. • .Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato | | | |
| NATURALEZA DEL TRABAJO Programar, organizar, dirigir y controlar las acciones necesarias para conservar y mantener en buenas condiciones de seguridad y uso todas las instalaciones, muebles e inmuebles del lugar. | | | |
| REQUISITOS | | | |
| – Bachiller y tener conocimiento en control y seguridad. | | | |
| OBSERVACIONES: | | Firma: | |

| | | | |
|--|--------------------------------------|-----------------------|-------------------|
|  | <p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p> | <p>Código</p> | <p>CRMB-006-F</p> |
| <p>Denominación del Cargo</p> | <p>ORGANIZADOR DE EVENTOS</p> | <p>Edición</p> | <p>1</p> |
| <p>Nivel Jerárquico:</p> | <p>Operativo</p> | <p>Fecha</p> | <p>02/2013</p> |
| <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asignar áreas de trabajo y actividades recreativas a desarrollar a cada uno de los instructores en los días y horas que lo demanden los visitantes del centro. • Organizar, supervisar y en su caso, controlar eventos culturales, recreativos en base a las características de los grupos y personas que en ese momento visiten las instalaciones. • Programar competencias deportivas de acuerdo al volumen de ocupación del centro y disposición de los visitantes. • Coordinar la elaboración de volantes para su impresión de las diferentes actividades programadas y organizar en el área con el objeto de darlas a conocer oportunamente. • Coordinar con el personal del Centro Recreacional para llevar a cabo programas con actividades de recreación, campamentos infantiles. • Elaborar convenios con entidades públicas y privadas para el uso de las instalaciones. | | | |
| <p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <p>Determinar, organizar, elaborar, establecer programas específicos para el funcionamiento y desarrollo de las actividades de recreación en el centro.</p> | | | |
| <p>REQUISITOS</p> | | | |
| <p>– Tecnólogo/a o Ingeniero/a en turismo</p> | | | |
| <p>OBSERVACIONES:</p> | | | <p>Firma:</p> |
| | | | |

| | | | |
|--|-----------------------------------|-----------------------|-------------------|
|  | <p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p> | <p>Código</p> | <p>CRMB-007-G</p> |
| <p>Denominación del Cargo</p> | <p>CONTADOR</p> | <p>Edición</p> | <p>1</p> |
| <p>Nivel Jerárquico:</p> | <p>Recursos financieros</p> | <p>Fecha</p> | <p>02/2013</p> |
| <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar pólizas y registrar en libros todos los movimientos contables tanto de ingresos como de egresos que se generen en el centro. • Recibir, organizar y archivar los comprobantes de gastos diarios de las distintas áreas. • Conocimientos para depurar cuentas. • Recibir, revisar los cortes de caja parciales que le sean entregados a través del personal de taquilla. • Elaborar el “comprobante de servicio” de depósito y turnarlo a su jefe inmediato para su revisión. • Archivar toda la documentación que se genere y reciba en el área. • Reportar el depósito diario por concepto de venta. • Experiencia en la elaboración del presupuesto anual. • Llevar el control de auxiliares al día. • Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato | | | |
| <p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <p>Apoyar y colaborar con su jefe inmediato en la realización de las operaciones tanto de egresos como ingresos derivados del funcionamiento del centro recreacional.</p> | | | |
| <p>REQUISITOS</p> | | | |
| <p>– Licenciado/a en Contabilidad y Auditoría.</p> | | | |
| <p>OBSERVACIONES:</p> | | | <p>Firma:</p> |

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3

Capacitar permanentemente al personal

Importancia

La capacitación es de vital importancia porque es necesario que las empresas (públicas o privadas), cuenten con personal altamente capacitado, calificado y productivo cuya finalidad es que lleven a cabo su labor con excelencia, realizando el producto o servicio de buena calidad para los consumidores, garantizando con ello la permanencia en el mercado lo cual es un gran beneficio para las mismas dado a la gran competencia en la actualidad; además las deben de considerar la capacitación como un medio para lograr el desarrollo personal de sus empleados y poder contar con personal satisfecho que se sienta a gusto en su área laboral, que sean empleados productivos y eficientes.

Otro aspecto importante es que las empresas capaciten a sus empleados para que aprendan a utilizar tecnología avanzada, la importancia de ello radica en que vivimos en un mundo globalizado, por tal motivo si quieren ser competitivas necesitan actualizarse en la tecnología adecuada que les permita obtener productos de excelente calidad, para lograr esto es de vital importancia capacitar a sus empleados en temas como atención al cliente, productos y servicios, innovación en bebidas no alcohólicas para saber utilizarla y así evitar accidentes en el área de trabajo.

A pesar de que los trabajadores ya tengan tiempo laborando en la organización es importante que se les de capacitación porque vivimos en un mundo competitivo y se tiene que estar siempre a la vanguardia de nuevos servicios turísticos y tecnológicos.

Logros a Obtener

- Optimizar la atención a los clientes mejorando su atención frente a los requerimientos y satisfacción de los mismos.

- Satisfacción del cliente interno, ya que se brindará capacitación continua.
- Satisfacción del cliente externo, y a obtener un mejor servicio del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.
- Lograr un ambiente de trabajo estable, óptimo y de compañerismo.
- Permitir ser evaluado y retroalimentado
- Mejorar la relación entre jefes y colaboradores.
- Estabilidad laboral.

Estrategia

Ejecutar cursos y talleres de capacitación de acuerdo a la especialidad y cargo que tiene el personal y las necesidades imperantes del centro recreacional.

Política

- Las políticas y prácticas de Talento Humano deben crear organizaciones que sean capaces de ejercitar estrategia, operar en forma eficiente, comprometer a los empleados y manejar el cambio.
- Este cambio y operatividad debe ir de la mano con una capacitación permanente.
- Toda la responsabilidad del presente plan de capacitación, estará bajo la responsabilidad exclusiva del Administrador.
- Realizar varios cursos de capacitación en forma semestral y diferentes temáticas.

Tácticas

- Asignar funciones al personal de acuerdo al cargo para la ejecución eficiente de sus responsabilidades y funciones definidas.
- Manifestar oportunidades de desarrollo personal en los cargos actuales considerando su desempeño y eficiencia.

- Transformar condiciones para contribuir a crear un clima de trabajo satisfactorio, incrementando la motivación del trabajador y forjarlo más efectivo en el desempeño de sus tareas.

Cuadro N° 12 Plan de Capacitación

| Eventos | Temáticas | A quién va dirigido | Responsable | Institución | Local | Costo por 6 meses |
|--------------------------|---|--------------------------------------|---------------|---|--|-------------------|
| Buenas prácticas | <ul style="list-style-type: none"> - Normas para el personal - Relación presencial con el cliente - Capacidad de información - Gestión de quejas y sugerencias - Marketing Turístico | Personal administrativo y operativo. | Administrador | Ministerio de Turismo | Centro Recreacional Municipal Bombuscaro | \$450.00 |
| Estimulación al personal | <ul style="list-style-type: none"> - Componentes de la inteligencia emocional en el trabajo. - Características. | Personal administrativo | Administrador | Ministerio de Inclusión Económica y Social. Ministerio de Relaciones Laborales | Centro Recreacional Municipal Bombuscaro | \$200.00 |
| Atención al cliente | <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas claves de atención al cliente - Herramientas a utilizar. - Cómo detectar errores en atención al cliente - Fidelización del cliente - Retroalimentación | Personal del Centro Recreacional | Administrador | SECAP | Centro Recreacional Municipal Bombuscaro | \$500.00 |

Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Tania Calderón Morales

Objetivo de la capacitación

- Contribuir a la profesionalización de los prestadores de Servicios Turísticos a través de programas de capacitación, orientados a fomentar la certificación del personal.
- Fomentar una cultura de la capacitación, cuya finalidad sea la formación, actualización y mejoramiento del Talento humano, logrando con ello, mejorar el nivel competitivo que el sector requiere.

Presupuesto Referencial para seis meses.

La capacitación al personal se realizará mediante convenios, el presupuesto en sí será tasado y financiado por las entidades a las cuales se solicitará la capacitación gratuita.

Las entidades encargadas de la capacitación serán:

Ministerio de Turismo

Ministerio de Ambiente

Universidad Nacional de Loja

Cuerpo de Bomberos (Primeros auxilios)

Socialización del proyecto

Para cumplir con el tercer objetivo específico planteado al inicio de este trabajo de tesis: **Socializar la propuesta del Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con la Administración del centro recreacional** se procedió a realizar una reunión con el Ingeniero Jorge Arévalo como Administrador del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro y las dos personas que confirman la planta operativa del centro.

La socialización del proyecto se realizó el día Jueves 7 del mes de Febrero del año 2013, en la Ciudad de Zamora, en las instalaciones del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, que ha sido objeto de estudio.

Previo a realizar la socialización se preparó por parte de la tesista: Tania Calderón Morales una presentación con los resultados obtenidos del diagnóstico, poniendo énfasis en el Plan Estratégico de Marketing, material didáctico para la presentación, además se solicitó la sala para dicha exposición, al ser corto el personal se procedió a realizar la socialización en la oficina de Administración.

Se preparó un itinerario que se cumplió a cabalidad

- 08:00 Salida desde la ciudad de Loja
- 09:00 Arribo a Zamora
- 09:15 Entrevista con el Ingeniero Jorge Arévalo en el edificio del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora quien dio la Bienvenida a la Ciudad de Zamora, luego nos dirigimos al Centro Recreacional-
- 09:45 Bienvenida por parte de la tesista
- 10:00 Introducción
- 10:30 Resumen del trabajo realizado
- 11:00 Exposición del Plan de Marketing
- 12:00 Agradecimiento y despedida

Como resultado de esta socialización el Ingeniero Jorge Arévalo agradeció la visita y preocupación por parte de la Universidad Nacional de Loja en el Centro Recreacional, como sugerencia pidió la colaboración del personal que labora en la Carrera de Administración Turística como personas experimentadas en esta área a brindar capacitación constante en este lugar

h. CONCLUSIONES

- Al culminar este trabajo investigativo se puede concluir que la Planificación Estratégica constituye un sistema gerencial que pone mayor énfasis en las tácticas más que en los objetivos para lograr una meta.
- El Centro Recreacional Municipal Bombuscaro es un sitio que ofrece un espacio para la diversión y recreación, sus instalaciones son totalmente nuevas, es indispensable incrementar las visitas a este sitio con un plan estratégico de marketing que permita aumentar los ingresos económicos a esta entidad.
- La competencia genera una constante amenaza, es preciso abrir nuevos mercados, aumentar convenios con otras instituciones, que no implique gratuidad en la entrada sino en un descuento conveniente para las dos partes.
- La Administración del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro es insuficiente puesto que está a cargo de la misma persona que se encarga de la Contabilidad del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora.
- Se evidenció la falta de capacitación de los trabajadores, de igual forma existen pocos puestos multifuncionales, estos aspectos afectan directamente a los clientes que no cuentan con la atención adecuada.

i. RECOMENDACIONES

- A las autoridades del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora tomar en cuenta el presente trabajo, ponerlo en práctica para conseguir mejores resultados en la planificación, organización y control del Centro Recreacional.
- A los trabajadores del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro promover el cuidado de todas las áreas que conforman esta entidad, brindar el servicio con la calidez y amabilidad que lo hacen en la actualidad.
- A todas las personas involucradas en el sector turístico del Cantón Zamora aportar con alianzas y convenios para promover el deporte y sano esparcimiento haciendo uso de las instalaciones del Centro Recreacional.
- A las autoridades del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de Zamora designar a una persona que se haga cargo de la administración a tiempo completo, es decir cuya función únicamente sea la de dirigir el centro recreacional para mejorar las relaciones y funcionamiento del mismo.
- Al Director Regional de la Zona 7 del Ministerio de Turismo, brindar apoyo con capacitación al personal del centro recreacional en temas de: recursos humanos, servicio y atención al cliente.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ACHIG, Lucas. Metodología de la investigación social Edit. Don Bosco 2002
- ARMIJOS, Eduardo, Métodos Estadísticos y diseño experimental en Investigación, Instituto de Investigaciones de la Universidad Nacional de Loja 1.991
- BACA URBINA, Gabriel, 1998 Evaluación de Proyectos 2da Edición, México.
- CAPECE. (1997). Definición de turismo. Madrid.
- GESTIÓN DE LA EMPRESA. Tomo I Estructura y Organización. Jane Aubert- Krier. Segunda Edición. Editorial Ariel. 1980. Barcelona – España.
- ORLICH, & Jessie. (2008).
- ORTIZ, F. (2013). El PIB de Ecuador sería del 4.5% en el 2013. Ecuador.
- PEREZ, J. (2002). Planeación estratégica y riesgo.
- PORTER, M. (2000). Estrategia Competitiva: técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: compañía Editorial Continental, Primera edición.
- RICAURTE, C. (2005). Manual de Diagnóstico Local.
- ROSETO, J. (2013). INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado el 01 de 03 de 2013, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- SHAPIRO, J. (2001). Herramientas para la Planificación. Washington.
- VÁZQUEZ, Méndez Gustavo, guía turística y ecológica, Ecuador en la mitad del mundo, 2005

Net grafía:

- BARTON, P. (2010). NetMBA. Recuperado el 2013, de <http://www.netmba.com/marketing/mix/>
- http://www.zamoraendirecto.com/index.php?option=com_content&view=article&id=534:zamora-cuenta-con-un-centro

k. ANEXOS

Anteproyecto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING
TURÍSTICO PARA EL PERIODO
2014-2018 DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL
BOMBUSCARO EN EL CANTÓN ZAMORA”**

Proyecto de Tesis previa a la
obtención del Grado de Ingeniera en
Administración Turística.

AUTORA:

TANIA CAROLINA CALDERÓN MORALES

1859

Loja - Ecuador

2013

1. TEMA

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL PERIODO 2014 – 2018 DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO EN EL CANTÓN ZAMORA.

2. PROBLEMÁTICA

El Ecuador es un país mega diverso, su ubicación geográfica define las condiciones climáticas, además, la presencia de formaciones montañosas como la Cordillera de Los Andes, ha dado lugar a un país privilegiado en cuanto a los recursos naturales existentes, varios de ellos constituyen atractivos de interés turístico.

Ecuador está ubicado al sur de América, posee cuatro regiones naturales, cada una de ellas constituyen un mundo diferente; el clima, costumbres, tradiciones; estos son: Costa, Sierra, Amazonía y Región insular.

La región Amazónica es una de las más ricas en recursos naturales y culturales del país, una fuente de flora y fauna. Al sur de esta región se localiza la provincia de Zamora Chinchipe con la capital cantonal: Zamora.

Zamora es la entrada de la región Sierra desde la ciudad de Loja al resto de la provincia por medio de la Carretera Troncal Amazónica, en un tramo de 62 kilómetros. Esta ciudad ha experimentado un gran crecimiento debido a la inmigración de sus habitantes y las remesas recibidas sobre todo de países europeos. Gran parte de sus habitantes son originarios de la provincia de Loja

El principal atractivo de Zamora es el Parque Nacional Podocarpus, un área protegida; además existen: el río Bombuscaro, el río Zamora, Cascada Velo de Novia, Cascada La Chismosa. La iglesia Catedral, Parque Central, Plaza Cívica Daniel Martínez, Parque Lineal de la ciudad de Zamora, el Reloj más grande del mundo, Zoológico Tzanka.

El río Bombuscaro, es uno de los lugares preferidos por los habitantes del cantón, nace en las lagunas del nudo de Sabanilla. De este deriva el nombre con el que se le ha denominado al Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, ubicado en Zamora, el cual brinda servicio de piscina, tobogán,

hidromasaje, bar, salón, cancha sintética cubierta, cancha de ecua vóley y áreas verdes recreativas.

Mediante un análisis previo del Centro Recreacional Bombuscaro, de los turistas y visitantes, de la población en general se ha podido evidenciar que no todos conocen los servicios que ofrece el centro, su ubicación, horarios de atención, entre otros. El Centro Recreacional no tienen un plan estratégico de marketing turístico, por ello se ha identificado el problema principal que es: Falta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico para el período 2014-2018 para el Centro Recreacional Bombuscaro, que será objeto de estudio en el presente trabajo investigativo.

La actividad económica turística permite una captación de divisas, supone un ahorro interno, ya que el turismo es una actividad de mucha jerarquía por su incidencia en el desarrollo nacional, especialmente sobre la redistribución de la renta, nivel de empleo, el producto interno bruto y las economías regionales. El Centro Recreacional como empresa turística no tiene un plan estratégico de marketing turístico, indispensable para la organización y desarrollo del centro.

3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo con el fin de realizar un plan estratégico de marketing turístico para el periodo 2014 – 2018 con el objeto de hacer conocer los servicios que presta el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, a la vez posicionarlo en el mercado como uno de los sitios con mejor atención y servicios para todos los turistas, visitantes que se den cita a este lugar.

3.1 Académica

Como egresada de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, que como centro de educación superior, en cumplimiento a uno de los objetivos de vincular a los estudiantes con la sociedad, formar estudiantes con sentido social se ha planteado el trabajo de tesis denominado: “Plan Estratégico de Marketing Turístico para el periodo 2014 – 2018 del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro en el cantón Zamora”, siendo un requisito para la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística.

3.2 Social – Económica

El proyecto de Tesis ayudará a mejorar la organización y planificación del marketing en el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, reformando las estrategias de promoción y difusión para incrementar los ingresos económicos de la empresa y por ende de la sociedad que le rodea.

3.3 Turística – Ambiental

El desarrollo turístico es uno de los objetivos fundamentales de los habitantes del cantón Zamora y como egresada de la carrera de administración Turística es también mi deber, además de motivar a la conservación de las áreas verdes, flora, fauna que se encuentran dentro y fuera del centro recreacional. El funcionamiento apropiado del marketing en la empresa generará desarrollo de la actividad turística, fomentara el turismo

con la visita al centro recreacional y a los atractivos que forman parte de Zamora.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General:

- Diseñar un Plan Estratégico de Marketing Turístico para el periodo 2014 – 2018 del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro en el cantón Zamora.

4.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del estado actual de la actividad turística del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.
- Diseñar una propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro para posicionar su Imagen Corporativa.
- Socializar la propuesta del Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con la Administración del Centro Recreacional.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Métodos

Para el cumplimiento del primer objetivo específico: **Realizar un diagnóstico del estado actual de la actividad turística en el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro** se utilizará el método científico para conocer de forma directa los fenómenos que forman parte del problema, del sitio en estudio. El método analítico sintético para el diagnóstico, con el fin de obtener un conocimiento profundo de los aspectos que intervienen en el desarrollo de la actividad turística, las variables a desarrollar son:

- Características generales del cantón
 - Características básicas de la población
 - Características ambientales de la zona
 - Servicios básicos disponibles
-
- ✓ La técnica de la observación, visitando el centro recreacional, recopilación bibliográfica.
 - ✓ Además se elaborará una matriz FODA y matriz de involucrados para conocer quién y qué papel desempeñan en el desarrollo turístico de la empresa, además las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas.

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico: **Diseñar una propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro para posicionar su imagen corporativa** se utilizará el método analítico deductivo para fijar las estrategias de marketing, análisis y síntesis de la información, el método científico descriptivo para la elaboración del plan.

Se utilizará la técnica de la muestra en base al número de habitantes del Cantón Zamora, se aplicará a los visitantes, turistas y pobladores que conozcan el centro recreacional para desarrollar estrategias de publicidad y promoción.

Se empleará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{[(N - 1)(e^2)] + (z^2 * p * q)}$$

Dónde:

z: nivel de confianza 1.96

p: probabilidad a favor 0.5

q: probabilidad en contra 0.5

N: universo (25510 habitantes. Datos INEC Censo 2010)

e: margen de (0.05)

Para el cumplimiento del tercer objetivo: **Socializar la propuesta del Plan Estratégico de Marketing Turístico del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro con la Administración del centro recreacional** se utilizará la técnica de recopilación bibliográfica, la información necesaria para socializarla, la técnica de la exposición mostrando los resultados de la investigación desarrollada. Serán convocados al salón de eventos del centro recreacional el administrador Ing. Jorge Arévalo y empleados del Centro Recreacional.

Respaldo Fotográfico

Instalaciones del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro



Figura N° 12 Parqueadero

Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 13 Salón de Eventos

Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 14 Piscinas

Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 15 Cancha de Ecuavóley

Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 16 Cancha sintética

Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 17 Tobogán

Fuente: Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 18 Socialización



Figura N° 19 Socialización a los empleados del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

Modelo de encuesta: Dirigida a usuarios

Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Reciba un cordial saludo de parte de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a Usted solicitándole se digne a contestar la presente encuesta que se realiza con la finalidad de conocer la calidad de servicios que se ofrecen en el Centro Recreacional Bombuscaro.

1. Procedencia

| | |
|---------------|--------------------------|
| Local | <input type="checkbox"/> |
| Regional | <input type="checkbox"/> |
| Nacional | <input type="checkbox"/> |
| Internacional | <input type="checkbox"/> |

2. Edad

| | | | |
|-------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 16- 20 años | <input type="checkbox"/> | 31 - 40 años | <input type="checkbox"/> |
| 21- 25 años | <input type="checkbox"/> | 41 - 50 años | <input type="checkbox"/> |
| 26-30 años | <input type="checkbox"/> | 50 en adelante | <input type="checkbox"/> |

3. Género

| | |
|-----------|--------------------------|
| Masculino | <input type="checkbox"/> |
| Femenino | <input type="checkbox"/> |

4. Ocupación

| | | | |
|-------------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| Estudiante | <input type="checkbox"/> | Ama de casa | <input type="checkbox"/> |
| Comerciante | <input type="checkbox"/> | Arquitecto | <input type="checkbox"/> |
| Ingeniero | <input type="checkbox"/> | Profesor | <input type="checkbox"/> |
| Otra (especifique cuál) | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Con qué frecuencia visita el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?

| | | | |
|-----------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Semanal | <input type="checkbox"/> | Días feriados | <input type="checkbox"/> |
| Quincenal | <input type="checkbox"/> | Otro (Especifique cuál) | <input type="checkbox"/> |
| Mensual | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Qué servicios ofrece el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?

| | | | |
|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| Piscinas | <input type="checkbox"/> | Ciclismo | <input type="checkbox"/> |
| Caminatas | <input type="checkbox"/> | Salón de eventos | <input type="checkbox"/> |
| Canchas deportivas | <input type="checkbox"/> | Otras instalaciones | <input type="checkbox"/> |
| Juegos infantiles | <input type="checkbox"/> | | |

7. ¿Mediante qué medio se enteró de la existencia de este Centro Recreacional?

| | | | |
|--|--------------------------|------------|--------------------------|
| Por recomendación de amigos y familiares | <input type="checkbox"/> | Radio | <input type="checkbox"/> |
| Agencias de viaje | <input type="checkbox"/> | Televisión | <input type="checkbox"/> |
| Otro (Especifique cuál) | <input type="checkbox"/> | Afiches | <input type="checkbox"/> |

8. Califique la calidad de servicios que ofrece el Centro Recreacional

| | |
|-----------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> |
| Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> |
| Malo | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Considera que el costo de entrada al establecimiento es el adecuado en relación a los servicios que ofrece?

Si
No

Por
qué? _____

10. ¿En compañía de quién visita el centro recreacional?

| | |
|------------|--------------------------|
| Familiares | <input type="checkbox"/> |
| Amigos | <input type="checkbox"/> |
| Otros | <input type="checkbox"/> |

11. ¿Qué recomendación daría para mejorar la imagen del Centro Recreacional Bombuscaro?

Gracias por su colaboración

Modelo de encuesta: Dirigida a empleados

Modelo de Encuesta



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Reciba un cordial saludo de parte de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a Usted solicitándole se digne a contestar la presente encuesta que se realiza con la finalidad de conocer sobre la organización del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

1. ¿Qué tiempo trabaja en el Centro Recreacional?

Menos de un año
Un año
Más de un año

2. ¿Cuál es su función? Describa sus tareas

3. Género

Masculino
Femenino

4. Edad

16- 20 años 31 - 40 años
21- 25 años 41 - 50 años
26-30 años 50 en adelante

5. Nivel de instrucción

Primaria
Secundaria
Superior
Ninguna

6. ¿Tiene estudios afines a Turismo o servicio?

Si

No

Cuál _____
—

7. ¿Cómo califica el servicio que brinda en esta empresa?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

8. ¿Ha recibido capacitación sobre atención y servicio al cliente para desempeñar sus funciones?

Si

No

Qué _____ temáticas han
tratado? _____

9. ¿Cuenta usted con el equipo necesario para realizar sus funciones?

Si

No

10. ¿Qué debilidades piensa que existen en la organización de esta empresa?

Gracias por su colaboración

Modelo de entrevista: Dirigida al Administrador

Modelo de Entrevista



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Reciba un cordial saludo de parte de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a Usted solicitándole se digne a contestar la presente entrevista que se realiza con la finalidad de conocer sobre la organización del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro.

1. ¿Qué tiempo lleva a cargo de la Gerencia del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?

- ¿El Centro Recreacional cuenta actualmente con un plan de marketing que le permite generar más y mayores ingresos?

- ¿Existe un manual de funciones para los empleados?

- ¿Considera que el costo de la entrada es acorde a los servicios prestados?

2. ¿Qué servicios ofrece el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?

3. ¿Piensa Usted que la capacitación es importante para el personal del Centro Recreacional?

4. ¿Cuenta con un plan o sistema contable financiero?

¿Quiénes conforman la planta administrativa?

5. ¿Quiénes conforman la planta operativa?

¿Qué medios usan para promocionarse?

Gracias por su colaboración

Interpretación de datos

1. Procedencia

Cuadro N° 13 Procedencia

| Pregunta 1 | | |
|---------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Local | 326 | 85% |
| Regional | 50 | 13% |
| Nacional | 8 | 2% |
| Internacional | 0 | 0% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

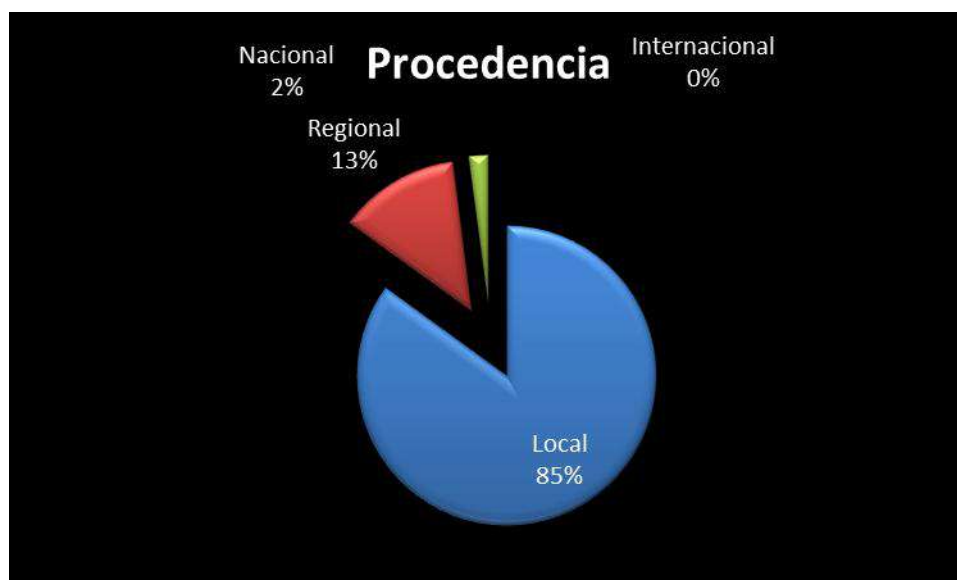


Figura N° 20 Procedencia

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

2. Edad

Cuadro N° 14 Edad

| Pregunta 2 | | |
|---------------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| 16- 20 años | 108 | 28% |
| 21-25 años | 134 | 35% |
| 26-30 años | 65 | 17% |
| 31-40 años | 54 | 14% |
| 41-50 años | 19 | 5% |
| 50 años en adelante | 4 | 1% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

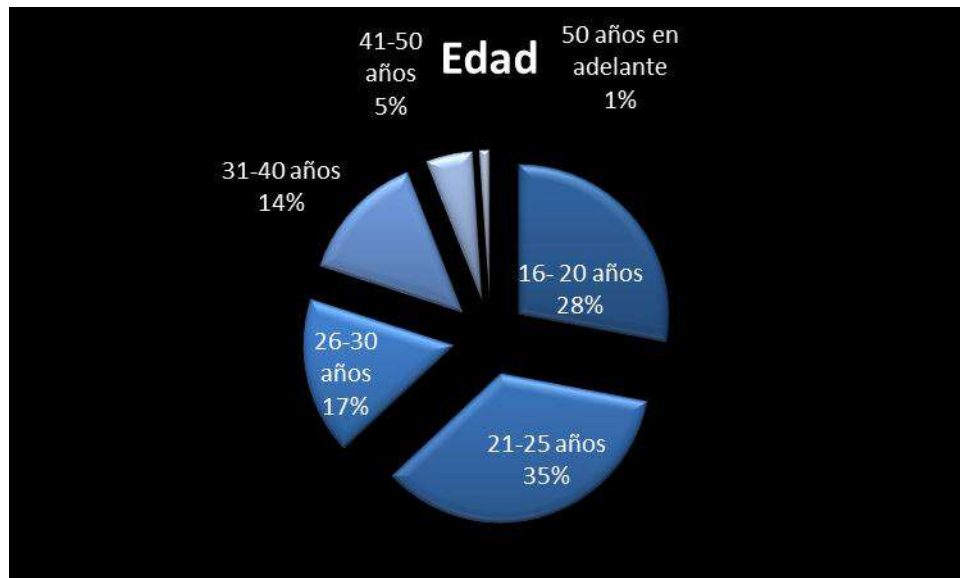


Figura N° 21 Edad

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

3. Género

Cuadro N° 15 Género

| Pregunta 3 | | |
|--------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Masculino | 261 | 68% |
| Femenino | 123 | 32% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

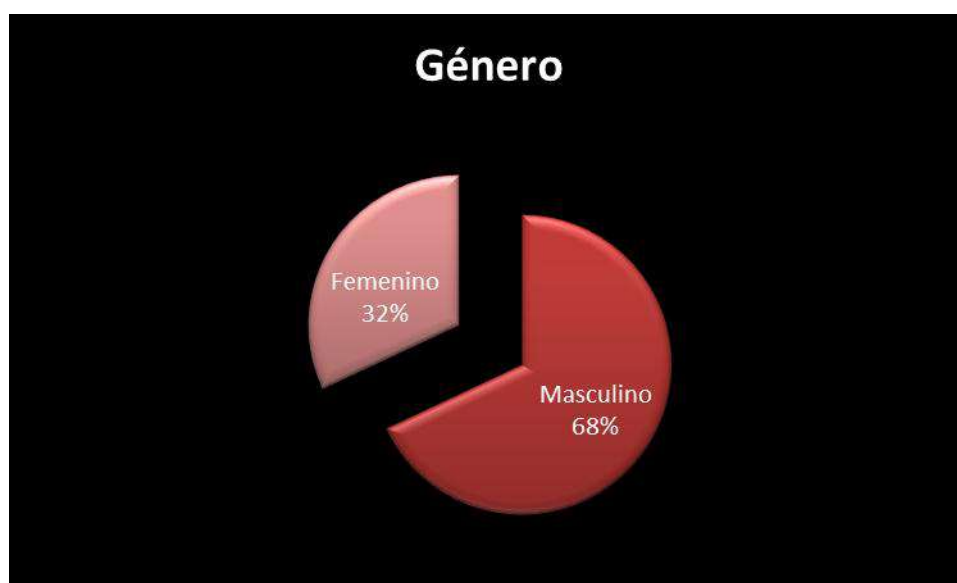


Figura N° 22 Género

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

4. Ocupación

Cuadro N° 16 Ocupación

| Pregunta 4 | | |
|--------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Estudiante | 127 | 33% |
| Comerciante | 46 | 12% |
| Ingeniero | 38 | 10% |
| Ama de casa | 38 | 10% |
| Arquitecto | 8 | 2% |
| Profesor | 31 | 8% |
| Otra | 96 | 25% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 23 Ocupación

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

5. ¿Con qué frecuencia visita el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?

Cuadro N° 17 Frecuencia de visita

| Pregunta 5 | | |
|---------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Semanal | 146 | 38% |
| Quincenal | 92 | 24% |
| Mensual | 61 | 16% |
| Días feriados | 58 | 15% |
| Otro | 27 | 7% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

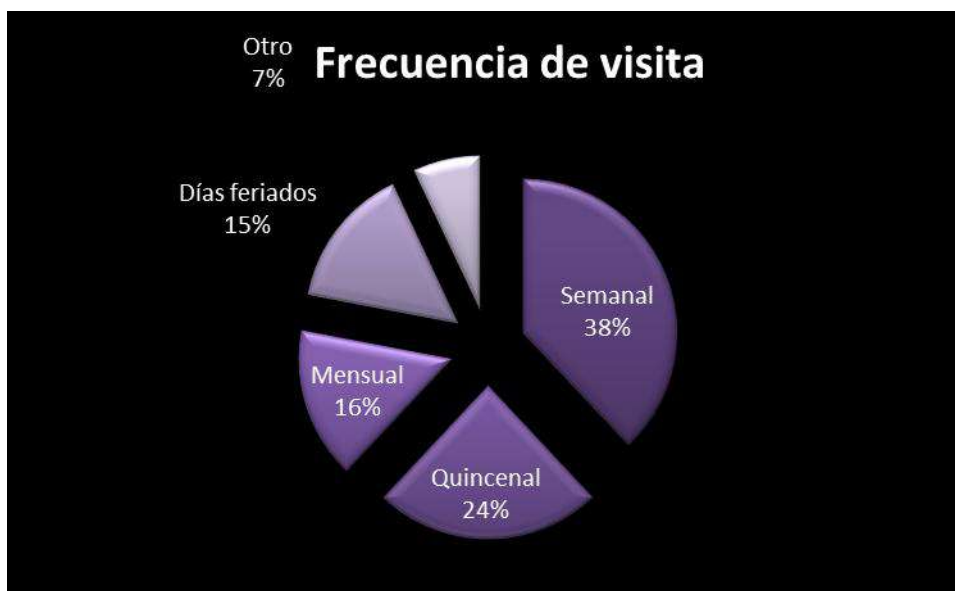


Figura N° 24 Frecuencia de visita

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

6. ¿Qué servicios ofrece el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro?

Cuadro N° 18 Instalaciones que ha utilizado

| Pregunta 6 | | |
|---------------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Piscinas | 92 | 24% |
| Caminatas | 8 | 2% |
| Canchas deportivas | 246 | 64% |
| Ciclismo | 0 | 0% |
| Salón de eventos | 38 | 10% |
| Otras instalaciones | 0 | 0% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaboración: Tania Calderón



Figura N° 25 Instalaciones que ha utilizado

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

7. ¿Mediante qué medio se enteró de la existencia de este Centro Recreacional?

Cuadro N° 19 Medio por el cual se enteró

| Pregunta 7 | | |
|--|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Por recomendación de amigos y familiares | 134 | 35% |
| Agencias de viaje | 0 | 0% |
| Radio | 4 | 1% |
| Televisión | 0 | 0% |
| Afiches | 8 | 2% |
| Otro | 238 | 62% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente:

Encuestas aplicadas

Elaboración:

Tania Calderón



Figura N° 26 Medio por el cual se enteró

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

8. Califiquela calidad de servicios que ofrece el Centro Recreacional

Cuadro N° 20 Cómo califica los servicios recibidos

| Pregunta 8 | | |
|--------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Excelente | 61 | 16% |
| Bueno | 315 | 82% |
| Regular | 8 | 2% |
| Malo | 0 | 0% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

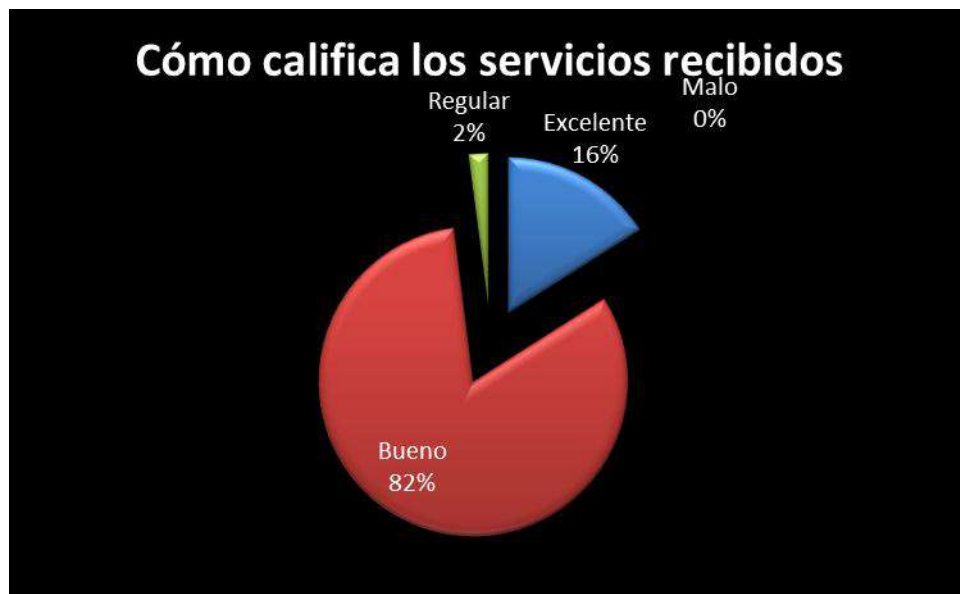


Figura N° 27 Cómo califica los servicios recibidos

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

9. ¿Considera que el costo de entrada al establecimiento es el adecuado en relación a los servicios que ofrece?

Cuadro N° 21 Relación costo-servicio es el adecuado?

| Pregunta 9 | | |
|--------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Si | 353 | 92% |
| No | 31 | 8% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

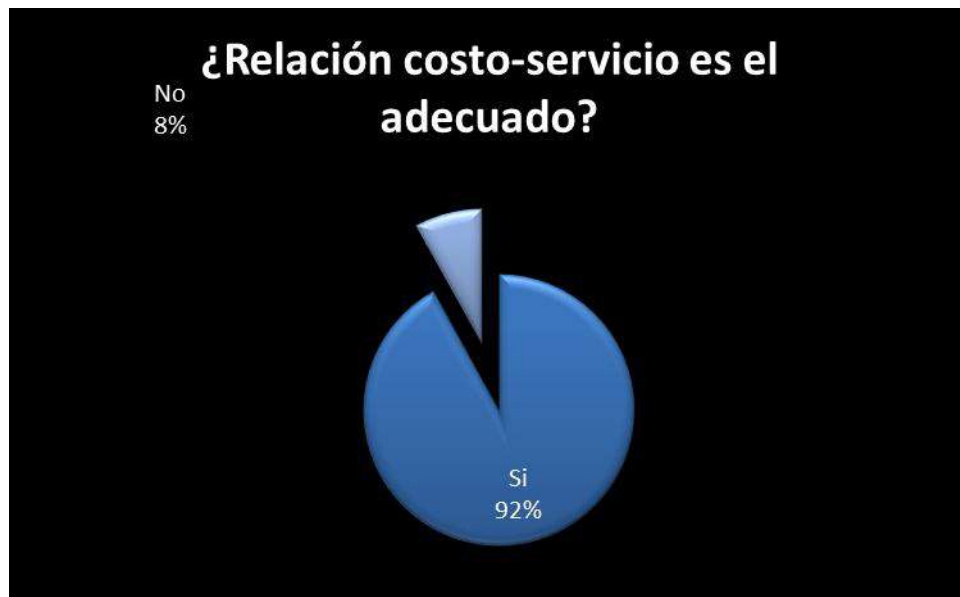


Figura N° 28 Relación costo-servicio es el adecuado?

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

10. ¿En compañía de quién visita el centro recreacional?

Cuadro N° 22 En compañía de quién visita el centro recreacional

| Pregunta 10 | | |
|--------------|------------|-------------|
| Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Familiares | 69 | 18% |
| Amigos | 238 | 62% |
| Otros | 77 | 20% |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Tania Calderón

11. ¿Qué recomendación daría para mejorar la imagen del Centro Recreacional Bombuscaro?

- Poner en funcionamiento el sauna, turco e hidromasaje.
- Dar mayor promoción al Centro Recreacional.
- Organizar eventos para dar a conocer el lugar.
- Aumentar convenios con fin de incrementar las visitas y el rubro de ingresos para continuar con la segunda fase del proyecto.

Registro de Asistencia a la Socialización



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
 ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
 CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

REGISTRO DE ASISTENCIA

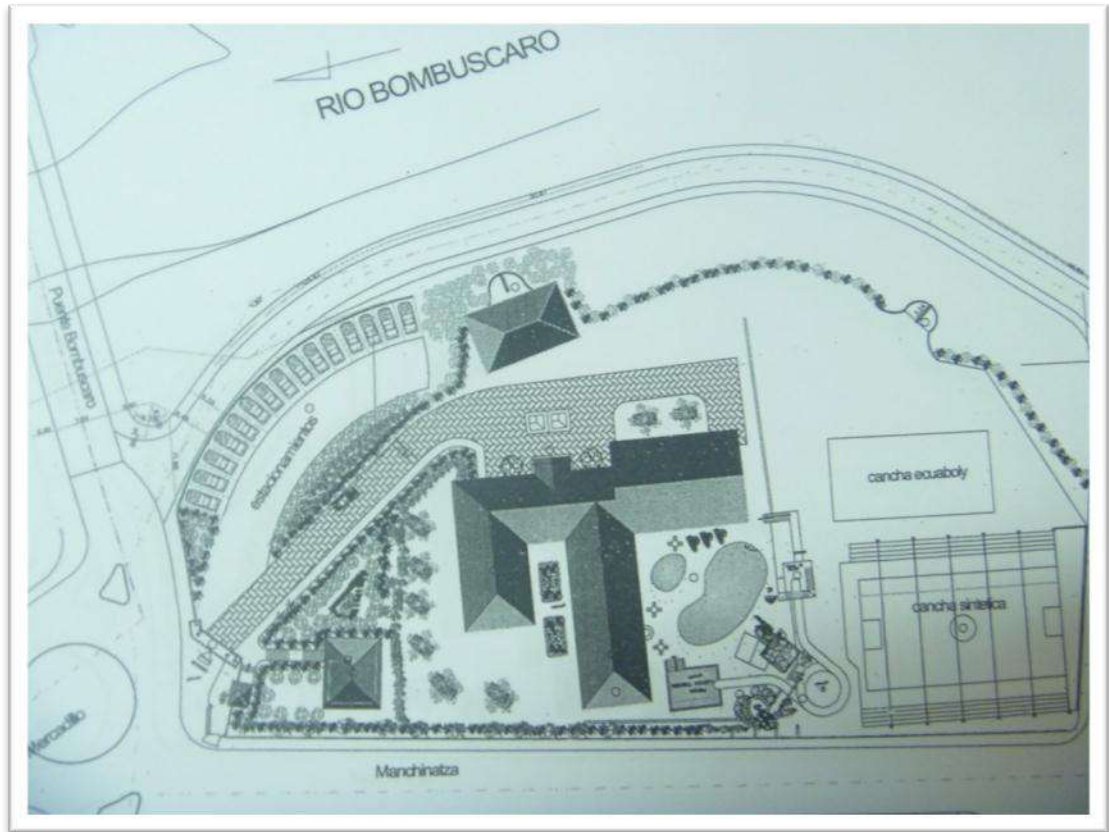
| Nº | Nombre | Función | Firma |
|----|---------------------|---------------|---------------|
| 1 | Jorge Arévalo Mejía | Administrador | Jorge Arévalo |
| 2 | Maria Cabrera | Guardia | Maria Cabrera |
| 3 | Diego Patiño | Recaudador | Diego Patiño |
| 4 | | | |
| 5 | | | |
| 6 | | | |
| 7 | | | |
| 8 | | | |
| 9 | | | |
| 10 | | | |
| 11 | | | |
| 12 | | | |
| 13 | | | |
| 14 | | | |
| 15 | | | |
| 16 | | | |
| 17 | | | |

Fotografías de la entrevista al Administrador del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro



Entrevista con el Ingeniero Jorge Arévalo





Plano del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|------------|
| INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS | II |
| AUTORÍA | III |
| DEDICATORIA | IV |
| AGRADECIMIENTO | VI |
| a. TEMA:..... | 1 |
| b. RESUMEN | 2 |
| c. INTRODUCCIÓN | 6 |
| d. REVISIÓN DE LITERATURA | 9 |
| Turismo..... | 9 |
| Diagnóstico..... | 9 |
| Planificación estratégica | 9 |
| Proceso de Elaboración de un Plan Estratégico | 10 |
| ETAPA 1.- Análisis de la situación | 10 |
| ETAPA 2.- Diagnóstico de la situación..... | 12 |
| ETAPA 3.- Declaración de Objetivos Corporativos | 13 |
| ETAPA 4.- Estrategias Corporativas | 14 |
| ETAPA 5.- Planes de Actuación..... | 15 |
| Estrategias del Marketing | 16 |
| Marketing Mix | 18 |
| Precio | 18 |
| Plaza | 19 |
| Canales de Distribución | 19 |
| Promoción | 19 |
| Producto Turístico | 20 |
| Las Cinco Fuerzas Michael Porter..... | 20 |
| Análisis FODA | 21 |
| Fortalezas..... | 21 |
| Oportunidades..... | 22 |
| Debilidades..... | 22 |
| Amenazas | 22 |
| Zamora Chinchipe | 23 |
| Datos generales del Cantón Zamora..... | 23 |
| Flora | 25 |
| Fauna | 25 |

| | |
|--|-----------|
| Aviturismo | 26 |
| Turismo de Aventura..... | 26 |
| Ecoturismo | 26 |
| Turismo Cultural..... | 26 |
| Turismo Científico | 27 |
| Turismo Gastronómico..... | 27 |
| Centros Recreacionales..... | 27 |
| Centro Recreacional Municipal Bombuscaro..... | 27 |
| e. MATERIALES Y MÉTODOS..... | 28 |
| Técnicas: | 29 |
| Metodología para cumplimiento de los objetivos específicos | 29 |
| f. RESULTADOS..... | 31 |
| Para cumplir con el primer objetivo específico: Realizar un diagnóstico del estado actual de la actividad turística en el Centro Recreacional Municipal Bombuscaro, se recurrió a las técnicas de observación y recopilación bibliográfica para obtener información esencial del funcionamiento y organización del sitio en estudio; con la información recopilada se realizó una Matriz de Análisis FODA y una matriz de involucrados. | 31 |
| Diagnóstico..... | 31 |
| Análisis externo | 31 |
| Análisis del Entorno Económico, Social y Político..... | 31 |
| Entorno económico..... | 32 |
| Entorno tecnológico | 34 |
| Entorno socio-demográfico y cultural..... | 34 |
| Entorno político..... | 35 |
| Entorno ecológico | 35 |
| Análisis de la competencia..... | 36 |
| Proveedores del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro | 36 |
| Productos sustitutos o complementarios..... | 37 |
| Fuerzas competitivas: Porter..... | 38 |
| Análisis interno | 39 |
| Historia de la empresa | 39 |
| Descripción de la empresa..... | 39 |
| Tamaño Estructural del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro | 40 |
| Filosofía del Centro Recreacional | 40 |
| Misión..... | 40 |
| Visión | 41 |
| Valores..... | 41 |
| Políticas | 42 |
| Proceso administrativo | 44 |
| Proceso de mezcla de Marketing Mix de la Empresa..... | 46 |

| | |
|---|-----------|
| Matriz de Involucrados..... | 47 |
| g. DISCUSIÓN | 49 |
| Interpretación de datos | 49 |
| Encuestas aplicadas a los visitantes del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro. | 49 |
| Encuestas dirigidas a los empleados | 53 |
| Entrevista realizada al Administrador | 54 |
| PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CENTRO RECREACIONAL BOMBUSCARO 2014-2018 | 56 |
| Plan Estratégico | 57 |
| Misión..... | 57 |
| Visión | 58 |
| Valores empresariales | 59 |
| Propuesta del logotipo del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro | 59 |
| Propuesta para la elaboración de un banner o roll up..... | 61 |
| Función del banner o roll up..... | 61 |
| Propuesta para la elaboración de hojas membretadas | 63 |
| Propuesta para la elaboración de Valla Publicitaria | 64 |
| Propuesta para la elaboración de artículos publicitarios | 65 |
| Presupuesto Referencial | 66 |
| Definición de objetivos estratégicos | 66 |
| Elaborar planes de Publicidad para el período 2014-2018 | 67 |
| Elaborar un Organigrama y un Manual Funcional..... | 73 |
| Organigrama Estructural Propuesto | 76 |
| Manual de funciones..... | 77 |
| Capacitar permanentemente al personal | 85 |
| Socialización del proyecto | 89 |
| h. CONCLUSIONES | 91 |
| i. RECOMENDACIONES | 92 |
| j. BIBLIOGRAFÍA | 93 |
| k. ANEXOS | 94 |
| Anteproyecto | 94 |
| Respaldo Fotográfico..... | 102 |
| Modelo de encuesta: Dirigida a usuarios..... | 106 |
| Modelo de encuesta: Dirigida a empleados..... | 108 |
| Modelo de entrevista: Dirigida al Administrador | 110 |
| Interpretación de datos | 112 |
| Registro de Asistencia a la Socialización | 122 |

| | |
|---|------------|
| Fotografías de la entrevista al Administrador del Centro Recreacional Municipal Bombuscaro | 123 |
| ÍNDICE DE CUADROS..... | 129 |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | 130 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|-----|
| CUADRO N° 1 POBLACIÓN DEL CANTÓN ZAMORA | 24 |
| CUADRO N° 2 CENTROS RECREACIONALES DEL CANTÓN ZAMORA. | 27 |
| CUADRO N° 3 PROVEEDORES DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO | 37 |
| CUADRO N° 4 MARKETING MIX..... | 46 |
| CUADRO N° 5 MATRIZ DE INVOLUCRADOS | 47 |
| CUADRO N° 6 MISIÓN..... | 57 |
| CUADRO N° 7 VISIÓN | 58 |
| CUADRO N° 8 PRESUPUESTO REFERENCIAL DE GASTOS PUBLICITARIOS | 66 |
| CUADRO N° 9 PRESUPUESTO DE MEDIOS PUBLICITARIOS | 68 |
| CUADRO N° 10 CRONOGRAMA..... | 75 |
| CUADRO N° 11 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO | 76 |
| CUADRO N° 12 PLAN DE CAPACITACIÓN | 88 |
| CUADRO N° 13 PROCEDENCIA | 112 |
| CUADRO N° 14 EDAD | 113 |
| CUADRO N° 15 GÉNERO..... | 114 |
| CUADRO N° 16 OCUPACIÓN..... | 115 |
| CUADRO N° 17 FRECUENCIA DE VISITA..... | 116 |
| CUADRO N° 18 INSTALACIONES QUE HA UTILIZADO | 117 |
| CUADRO N° 19 MEDIO POR EL CUAL SE ENTERÓ | 118 |
| CUADRO N° 20 CÓMO CALIFICA LOS SERVICIOS RECIBIDOS..... | 119 |
| CUADRO N° 21 RELACIÓN COSTO-SERVICIO ES EL ADECUADO?.... | 120 |
| CUADRO N° 22 EN COMPAÑÍA DE QUIÉN VISITA EL CENTRO RECREACIONAL | 121 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| FIGURA N° 1 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO | 16 |
| FIGURA N° 2 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER..... | 21 |
| FIGURA N° 3 ANÁLISIS FODA | 48 |
| FIGURA N° 4 LOGOTIPO DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO | 60 |
| FIGURA N° 5 MODELO DE BANNER..... | 62 |
| FIGURA N° 6 MODELO DE HOJA MEMBRETADA | 63 |
| FIGURA N° 7 MODELO DE LA VALLA PUBLICITARIA..... | 64 |
| FIGURA N° 8 MODELO DE ARTÍCULOS PUBLICITARIOS | 65 |
| FIGURA N° 9 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS | 66 |
| FIGURA N° 10 DISEÑO DE PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA | 70 |
| FIGURA N° 11 HOJAS VOLANTES PUBLICITARIAS..... | 71 |
| FIGURA N° 12 PARQUEADERO..... | 102 |
| FIGURA N° 13 SALÓN DE EVENTOS | 102 |
| FIGURA N° 14 PISCINAS..... | 103 |
| FIGURA N° 15 CANCHA DE ECUA VÓLEY | 103 |
| FIGURA N° 16 CANCHA SINTÉTICA..... | 104 |
| FIGURA N° 17 TOBOGÁN | 104 |
| FIGURA N° 18 SOCIALIZACIÓN..... | 105 |
| FIGURA N° 19 SOCIALIZACIÓN A LOS EMPLEADOS DEL CENTRO RECREACIONAL MUNICIPAL BOMBUSCARO..... | 105 |
| FIGURA N° 20 PROCEDENCIA | 112 |
| FIGURA N° 21 EDAD | 113 |
| FIGURA N° 22 GÉNERO..... | 114 |
| FIGURA N° 23 OCUPACIÓN..... | 115 |
| FIGURA N° 24 FRECUENCIA DE VISITA..... | 116 |
| FIGURA N° 25 INSTALACIONES QUE HA UTILIZADO | 117 |
| FIGURA N° 26 MEDIO POR EL CUAL SE ENTERÓ | 118 |
| FIGURA N° 27 CÓMO CALIFICA LOS SERVICIOS RECIBIDOS..... | 119 |
| FIGURA N° 28 RELACIÓN COSTO-SERVICIO ES EL ADECUADO?..... | 120 |