



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL.
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS SERVIDORES
TURÍSTICOS DEL SECTOR: EL BARCO VARADO,
CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL
GUAYAS, AÑO 2015”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: Crespín Crespín Alex Rodolfo

TUTOR: ING. JUAN CARLOS CARRIEL WANG, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL.
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL.

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS SERVIDORES
TURÍSTICOS DEL SECTOR: EL BARCO VARADO,
CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL
GUAYAS, AÑO 2015”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN
Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: Crespín Crespín Alex Rodolfo

TUTOR: ING. JUAN CARLOS CARRIEL WANG, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR
2015

Playas, 19 de Enero del 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR: EL BARCO VARADO, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015,** elaborado por el Sr. **ALEX RODOLFO CRESPIÓN CRESPIÓN**, egresado de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, lo Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Ing. Juan Carlos Carriel Wang MSc.

TUTOR

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de titulación o graduación “**PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR: EL BARCO VARADO, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 5 de Febrero del 2015

Atentamente

.....
ALEX RODOLFO Crespín Crespín.

C.C. 092325877-6

DEDICATORIA

Mi agradecimiento a Dios, por dotarme de inteligencia y despertar en mí el deseo de superación constante, con sacrificio y esfuerzo, me anima a seguir adelante.

También es dedicado a mis padres, que son mi apoyo en los momentos más débiles inculcándome siempre deseos de triunfos, al fin de templar mi alma y mi espíritu, para así cumplir las responsabilidades encomendadas.

A mis profesores, que forman parte de mi historia que da sabiduría y a la vez proyectan un nuevo modelo de educación basada en las sabias enseñanzas de un maestro, para ser de mí un ser útil y fuerte con capacidad creadora e innovadora.

CRESPÍN ALEX

AGRADECIMIENTO

Agradezco inmensamente a Dios, por haberme permitido otra etapa de mi vida, que con su bendición logré cruzar y afrontar todos los obstáculos que se atraviesan en el camino del bien.

Agradezco a mis padres que han creído fielmente en mí y por darme ese don espiritual que con el transcurso de mi vida se lo dedicaré con entusiasmo, esfuerzo y dedicación en esta dura misión que he de llegar a cumplir.

De manera especial al Ing. Juan Carlos Carriel Wang MSc., por su afectuosa entrega de responsabilidad, paciencia, de forma eficaz para sí poder emplearme en lo largo de mi vida profesional

A la UPSE, que son parte de mi historia educativa.

CRESPÍN ALEX

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
**DIRECTOR DE LA ESCUELA
DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Ing. Juan Carlos Carriel Wang, MSc.
PROFESOR TUTOR

Econ. Hugo Álvarez Plua, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS SERVIDORES TURÍSTICOS
DEL SECTOR: EL BARCO VARADO,
CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL
GUAYAS, AÑO 2015”.**

Autor: Alex Rodolfo Crespín Crespín

Tutor: Ing. Juan Carlos Carriel Wang MSc.

RESUMEN

El actual documento tiene por objetivo presentar el proyecto de un Plan de Asociatividad para los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, ubicado en el kilómetro 3 vía a Data de Villamil. El desarrollo de la presente tesis se establece con un trabajo asociativo para mejorar la situación social, política y económica de los futuros asociados, permitiendo acrecentar las habilidades y destrezas de cada servidor, en la cual se muestra un proceso que se debe realizar para la formación asociativa eficaz e eficiente con el fin que al momento de ser aplicada sean más productivos dentro del mercado turístico donde se labora. De la misma manera se hacen referencia a continuación los siguientes capítulos. En el capítulo I se puede considerar todos los antecedentes de los servidores, el estudio del entorno interno e externo, estructural, salarial, espacio físico, socioeconómicos, ineficiencias de estrategias de cooperación, también se podrá apreciar temas significativas para la elaboración de la misma con relativo a nuestras variables. Consecutivamente en el capítulo II se demuestra el puntal o herramientas a utilizarse, las técnicas de recolección de datos las cuales son el focus group, entrevistas, encuestas, indagación en el campo. Seguidamente en el capítulo III, se puede encontrar la interpretación y análisis de los resultados mediante las entrevistas realizadas a los servidores turísticos del sector, encuestas a los clientes que visitan la zona costera de playas, la misma es demostrada en tablas y gráficos estadísticos con su respectivo análisis, además un focus group donde los servidores muestran las situaciones actuales en las que se encuentran, finalmente se hace referente con las debidas conclusiones y recomendaciones. Últimamente en el capítulo IV se hace referente a la propuesta de un plan de asociatividad, en la que se establece la ubicación, objetivos, filosofía empresarial, estrategias relacionadas a la competitividad y productividad turística, capacitaciones sobre la asociatividad e liderazgo empresarial para el éxito asociativo entre los servidores, inversión estimada, cuadros financieros proyectados en ventas a un largo plazo, leyes constitucionales relacionado con el IEPS, MIES, Ley de Turismo, para una estructura legal, y el desarrollo en sí de la propuesta de la investigación para ejecutar sus labores con eficacia y calidad.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE CUADROS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
INTRODUCCIÓN	1
TEMA:	2
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	2
Planteamiento del Problema.....	2
Situación Actual.....	4
Situación Futura.....	4
Alternativa de Solución.....	5
Delimitación del Problema.....	7
Formulación del Problema.....	8
Sistematización del Problema.....	8

Evaluación del Problema.....	9
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	11
Justificación Teórica	12
Justificación Metodológica	13
Justificación Práctica.....	14
OBJETIVOS	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos.....	15
HIPÓTESIS.....	16
OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES	16
CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO	19
1.1.- PLAN DE ASOCIATIVIDAD	19
1.1.2. - Estrategias de Cooperación.....	20
1.1.3.- Eficiencia de los Servicios Turísticos	21
1.1.4.- Características de un Producto Turístico	21
1.1.4.- Niveles del Producto Turístico	24
1.1.5.- Clasificación de los Productos.....	25
1.1.6.- Marca	25
1.1.7.- Calidad	26
1.2.- PLAN DE ASOCIATIVIDAD	26
1.2.1.- Conceptualizaciones de un Plan de Asociatividad	27
1.2.2.- Importancia de un Plan de Asociatividad	28
1.2.3.- Características del Plan de Asociatividad.....	29
1.2.4.- Ventajas del Plan Asociativo	30

1.2.5.- Beneficios de un Trabajo Asociativo.....	30
1.2.6.- Obstáculo para Asociarse.....	31
1.2.7.- Modelos de un Trabajo Asociativos	32
1.3.- ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN.....	38
1.3.1.- Trabajo Asociativo.....	38
1.3.2.- Formación Micro-Empresarial de los Socios.....	39
1.3.3.- Productividad y Competividad para Asociarse.....	40
1.3.4.- Factores Claves del Éxito	41
1.4.- SERVICIOS TURÍSTICOS.....	42
1.4.1.- Principios del Cliente.....	42
1.4.2.- Recursos de Asociatividad.....	45
1.4.3.- Estrategias de Evaluación	46
1.5.- MARCO LEGAL.....	47
CAPÍTULO II.....	52
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	52
2.1.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	52
2.1.1.- Modalidad de la Investigación.....	53
2.2.- TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	53
2.2.1.- Por el Propósito.....	53
2.2.2.- Por el Nivel de Estudio	54
2.2.3.- Por el Lugar	55
2.3.- MÉTODOS	56
2.3.1.- Método Inductivo.....	56
2.3.2.- Método Analítico	57
2.4.- TÉCNICAS	57

2.4.1.- Entrevista	57
2.4.2.- Encuestas	58
2.4.3.- Focus Group.....	58
2.5.- INSTRUMENTOS.....	59
2.5.1.- Registro de Datos.....	59
2.6.- POBLACIÓN Y MUESTRA.....	59
2.7.- CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	60
2.8.- PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	62
2.9.- PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	63
2.10.- ESTUDIO DE MERCADO	63
2.10.1.- Determinación de la Demanda.....	63
2.10.2.-Determinación de la Oferta.....	65
CAPÍTULO III.....	67
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES.	67
3.1.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.	68
3.2.-GRUPO FOCAL.....	85
3.3.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.	86
3.4.- INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.	87
3.5.-CONCLUSIONES.....	94
3.6.-RECOMENDACIONES.....	95
CAPÍTULO IV	96

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR “EL BARCO VARADO”, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015.....	96
4.1.- PRESENTACIÓN	96
4.2.- JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	97
4.3.- MODELO PROPUESTO PARA FOMENTAR COMPETIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.	97
4.4.- DIAGNÓSTICO	99
4.5.- MARCO LEGAL.....	104
4.6.- DETERMINACIÓN DE NECESIDADES	114
4.7.- GANANCIAS DE LA ASOCIATIVIDAD.....	120
4.8.- PLAN DE ACCIÓN	123
4.9.- FLUJOGRAMA ATENCIÓN AL CLIENTE	133
4.10.- SEGMENTO DE MERCADO	137
4.11.- FINANCIAMIENTO.....	138
4.11.1.- Activos Fijos.	139
4.11.2.- Inversiones Fijas Tangibles	139
4.11.3.- Activos Fijos Intangibles.	140
4.11.4.- Capital de Trabajo.....	140
4.11.5.- Plan de Financiamiento.....	141
4.11.6.- Coste de Operación.....	142
4.11.7.- Ingresos.....	143
4.11.8.- Evaluación Financiera.....	143
4.11.9.- Estados Financieros Proyectados.....	143
4.11.10.-Flujo De Caja para la Evaluación Proyectada	144

4.12.- PERÍODO DE RETORNO DE LA INVERSIÓN.....	146
4.12.1.- Tasa Interna de Retorno (TIR).....	147
4.12.2.- Valor Actual Neto (Van).....	147
4.13.-PUNTO DE EQUILIBRIO.....	148
CONCLUSIONES	149
RECOMENDACIONES	150
BIBLIOGRAFÍA	151
ANEXOS	154

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Servicio en atención al cliente	68
TABLA 2. Opinión sobre la organización	69
TABLA 3. Actitud al recibir al cliente.....	70
TABLA 4. Acuerdo que se realicen actividades	71
TABLA 5. Servicios básicos necesarios	72
TABLA 6. Nivel de profesionalismo	73
TABLA 7. Importancia de un plan de asociatividad.....	74
TABLA 8. Disfruta de los servicios turísticos	75
TABLA 9. Seguridad pública	76
TABLA 10. Parqueadero dentro del sector.....	77
TABLA 11. Abusan del servicio.....	78
TABLA 12. Cumplen con lo acordado con el cliente	79
TABLA 13. Innovación de los servicios turísticos	80
TABLA 14. Servicio adicional al cliente	81
TABLA 15. Salubridad en el sector	82
TABLA 16. Mayor incidencia en el sector	83
TABLA 17. Desembolso del cliente	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Servicio en atención al cliente	68
GRÁFICO 2. Opinión sobre la organización	69
GRÁFICO 3. Actitud al recibir al cliente	70
GRÁFICO 4. Acuerdo que se realicen actividades.....	71
GRÁFICO 5. Servicios básicos necesarios.....	72
GRÁFICO 6. Nivel de profesionalismo.....	73
GRÁFICO 7. Importancia de un plan de asociatividad	74
GRÁFICO 8. Disfruta de los servicios turísticos.....	75
GRÁFICO 9. Seguridad pública	76
GRÁFICO 10. Parqueadero dentro del sector.....	77
GRÁFICO 11. Abusan del servicio	78
GRÁFICO 12. Cumplen con lo acordado con el cliente.....	79
GRÁFICO 13. Innovación de servicios turísticos.....	80
GRÁFICO 14. Servicio adicional al cliente.....	81
GRÁFICO 15. Salubridad en el sector.....	82
GRÁFICO 16. Mayor incidencia en el sector	83
GRÁFICO 17. Desembolso del cliente	84

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Proceso de asociatividad	34
FIGURA 2. Modelo según el IEPS y MIES	36
FIGURA 3. Fuentes competitivas de Michael Porter	37
FIGURA 4. Comportamiento del cliente	43
FIGURA 5. Mintur.....	64
FIGURA 6. Incidencia en productos turísticos	65
FIGURA 7. Estructura legal según el IEPS y MIES.....	105
FIGURA 8. Estructura organizativa y jurídica	107
FIGURA 9. Plaza	114
FIGURA 10. Macro localización.....	116
FIGURA 11. Parqueo del sector	116
FIGURA 12. Servicios a satisfacer	117
FIGURA 13. Proveedores	128
FIGURA 14. Cultura y formación	130
FIGURA 15. Comedores típicos	131
FIGURA 16. Habilidades y competencias	132
FIGURA 17. Flujo grama a atención al cliente.....	133
FIGURA 18. Red social	134
FIGURA 19. Anuncios publicitarios.....	135
FIGURA 20. Anuncios por medios.....	135
FIGURA 21. Publicidad venta personal.....	136
FIGURA 22. Logotipo	136
FIGURA 23. Eslogan	137
FIGURA 24. Canal de distribución.....	138
FIGURA 25. Punto de equilibrio	148

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Variable independiente.....	17
CUADRO 2. Variable dependiente.....	18
CUADRO 3. Población.....	60
CUADRO 4. Demanda.....	66
CUADRO 5. FODA.....	99
CUADRO 6. MEFI de la asociación.....	100
CUADRO 7. MEFE de la asociación.....	101
CUADRO 8. Matriz de perfil competitivo.....	102
CUADRO 9. Ganancias de la asociatividad	121
CUADRO 10. Plan de acción.....	123
CUADRO 11. Programas de capacitación.....	126
CUADRO 12. Activos fijos	139
CUADRO 13. Activos fijos intangibles.....	140
CUADRO 14. Capital de trabajo	141
CUADRO 15. Plan de financiamiento.....	141
CUADRO 16. Coste de operación	142
CUADRO 17. Estados financieros proyectados	144
CUADRO 18. Evaluación proyectada	145
CUADRO 19. Período retorno de la inversión	146
CUADRO 20. Tir.....	147
CUADRO 21. Van	147

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. Entrevistas a servidores turísticos	155
ANEXO 2. Encuestas a clientes.....	157
ANEXO 3. Oficio para el focus group con los servidores turísticos	159
ANEXO 4. Ficha socio - económica de los servidores turísticos	160
ANEXO 5. Cronograma de actividades	161
ANEXO 6. Bajada al sector el barco varado.....	162
ANEXO 7. Comedores de los servidores turísticos.....	163
ANEXO 8. Proyectista del plan asociativo	164
ANEXO 9. Taller con los servidores turísticos.....	165
ANEXO 10. Foto con el vice - presidente	166

INTRODUCCIÓN

El objetivo de elaborar un plan de asociatividad con los servidores turísticos, en el sector el Barco Varado ubicado en el kilómetro tres vía a Data de Villamil, un destino muy visitado por el turista por su clima agradable y su gastronomía que ofrece el mismo, es que obtengan beneficios en conjunto, construyendo estrategias competitivas, elevando su volumen de producción.

En el capítulo I, se encontrará el proceso de un plan asociativo, los beneficios, obstáculos, modelos, estrategias para brindar un servicio con calidad, de tal manera que los asociados conozcan cuáles son las oportunidades de emprendimiento colectivo a la hora de asociarse.

Centralmente para realizar el plan de asociatividad, se hace referencia al capítulo II, los elementos como: metodologías, técnicas, instrumentos con la terminación que optimice la formación asociativa de los servidores turísticos, para que la misma ayude a lograr resultados efectivos en conjunto de la manera más eficaz.

Dentro del capítulo III, en el ámbito turístico, social y económico, se procede a analizar las entrevistas a los asociados dándonos a conocer sus inconvenientes a laborar dentro del sector, sus ventajas y desventajas a competir entre ellos mismo, de la misma manera encuestas realizadas a los clientes, mostrándonos los servicios y gastronomías de preferencias, concluyendo con sus análisis.

Posteriormente el desarrollo de la presente tesis se establece con una propuesta de un plan de asociatividad para los servidores turísticos del sector: El Barco Varado, Cantón Playas, año 2015, con el fin que al ser aplicada mejore su productividad y competitividad dentro de la zona costera de playas.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA:

Incidencia en las estrategias de cooperación, para los servicios turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015.

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema

En los servidores turísticos existen deficiencias competitivas, objetivos no claramente definidos para lograr una competitividad y productividad adecuada. Por lo tanto, dentro del mercado turístico en el grupo de servidores se hace relevante la falta de estrategias de cooperación que lo conlleva a brindar servicios turísticos ineficaces al cliente.

Este conjunto de servidores independientes no logra ganar en producción dentro de sus productos que ofrece al turista, obteniendo poca negociación con el cliente, la cual le permite una disminución de servicios turísticos en escala de alcanzar una competitividad fructífera.

Ante la necesidad se hace relevante una participación voluntaria para la búsqueda de un objetivo común, logrando reformar problemas que tiene cada servidor.

La falta de recursos financieros y las herramientas necesarias para poder comercializar sus productos los hace trabajar individualmente, desconociendo las formas de asociarse obteniendo decrecimiento en sus ventas, lo cual se les dificulta adquirir de la misma forma insumos para rotar sus servicios al cliente, de una forma eficiente como la merece.

Dentro del ámbito estructural, existen deficiencias en capacitaciones y asesoramiento en los diferentes puestos de jerarquización, no obstante militando carencias en la formas de cooperación, trabajo en equipo, llevándolos a tener desacuerdos entre ellos mismos, obteniendo de la misma manera menos beneficios y mayores costos en la organización.

Da la misma manera dentro de lo socioeconómico la carencia de valores, mostrando situaciones de insatisfacción, improductividad, desmotivación en la cual no han permitido un buen desarrollo de las actitudes y habilidades que caracteriza a los servidores turísticos.

Los servidores dentro de su entorno, su conducta y el rendimiento insuficiente hacen que influye directamente en la optimizar de los productos que brindan al cliente.

El capital de cada uno no es invertido de una buena manera, o es mal aplicada dentro de su competencia o beneficio propio, en la cual no logra una competitividad dentro del mercado turístico donde competen entre sí.

Por lo tanto se le dificulta trabajar organizadamente en conjunto, desconociendo leyes constitucionales de la república que pueden beneficiarse ante la misma, identidad jurídica que pueden obtener, mediante una cultura y estructura de gestión.

La falta de conocimiento sobre la asociatividad y las estrategias mal utilizadas dentro del ámbito turístico lo conlleva hacer inefficientes; dentro del problema de investigación a indagar se hace referente a ¿Cómo incide las estrategias de cooperación en el servicio turístico del sector: El Barco Varado, Cantón Playas, año 2015?

Situación Actual

Sector “El Barco Varado” está ubicado en el kilómetro 3 vía Data de Villamil, existen un alto índice micro empresarios que se dedican a ofrecer servicios turísticos en la zona costera de playas, entre ellas gastronomías, carpas, parasoles, etc.

La misma teniendo como servidores turísticos que brindan como servicio venta de comidas típicas y servicio de alquiler de hamacas, carpas, parasoles, presenta un defectuoso desempeño de sus actividades laborales y Administrativas, principalmente por no contar con una organización eficiente que le permita responder de manera ágil las exigencias que necesita el cliente.

De la misma manera descoordinación, falta de visión y hacen que los problemas sean obstáculos para su desarrollo en competitividad, ofreciendo una necesidad inoportuna para el turista que visita este hermoso balneario. Principalmente por no contar con una asociatividad idónea que le permita responder de manera eficiente a las exigencias productivas que demanda el mercado.

Más que un problema es una necesidad a resolverse, la falta de motivación a estas personas en trabajar organizadamente obteniendo los mismos beneficios en una actividad formativa, al no hacerlo hace que su desarrollo competitivo se detenga a un paso ineficiente.

Situación Futura

Los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, en cooperación entre todos sus miembros, necesitan ser una asociación de alto prestigio a nivel local,

buscando la unión de iniciativas, voluntades y recursos por parte de una asociación alrededor de objetivos claros y transparentes.

En la cual exige compromiso, disciplina e persistencia en trabajar cooperada mente, en alianza y en conjunto para obtener mejores resultados. Dentro de la asociatividad con los servidores turísticos, se mejoraría de la siguiente manera:

- ✚ Fortalecer a los socios en la calidad de atención y servicio al cliente con la finalidad de incrementar su competitividad a través del desarrollo productivo dentro de la asociación.
- ✚ Capacitarse y fortalecer institucionalmente.
- ✚ Mejorar la calidad de vida de los asociados.
- ✚ Desarrollar la formación micro-empresarial de los servidores turísticos de la zona, con énfasis en el fortalecimiento de la Asociatividad.
- ✚ Facilitar el acceso a nuevos mercados a través de la construcción conjunta entre socios.
- ✚ Mayor poder negociación, calidad, confianza y diseño
- ✚ Compartir riesgos y costos.
- ✚ Mejora la gestión de conocimiento técnico productivo y comercial.
- ✚ Respetar las leyes y reglamentos dentro del marco turístico.
- ✚ Capacidad creativa de cada socio, para un desarrollo turístico local.
- ✚ Facilitar el acceso a nuevos clientes-turistas, formando una integración y responsabilidad social entre la colectividad.
- ✚ Efectividad en la toma de decisiones para un impulso turístico.

Alternativa de Solución

La solución alternativa es una asociatividad a base de compromiso y responsabilidad en conjunto con todos los servidores turísticos que se encuentran

en el kilómetro 3 vía a Data de Villamil, promoviendo más vinculación con la sociedad.

Determinando estrategias de dirección de capital humano con técnicas especializadas para asegurar el logro de los objetivos de la asociación a largo plazo, también diseñando planes financieros considerando el entorno económico y las capacidades de la asociación para establecer los lineamientos necesarios para el crecimiento de la misma.

Con un plan asociativo se logra mejorar la eficiencia de las actividades técnicas y administrativas de cada servidor turístico, logrando contribuir al desarrollo de la Asociación obteniendo resultados de mayor competencia en el mercado nacional e internacional para así mejorar e incrementar sus ventas y contribuir al desarrollo del sector comercial turístico.

La confianza es la base del grupo, factor importante para que la asociatividad nos permita regular el comportamiento entre todos los socios, las motivaciones y acciones mediante el proceso asociativo y las expectativas de que sus acciones corresponden a lo esperado.

Capacidad de formular acuerdos y hacerlos cumplir siempre sin excepciones, en la cual el socio debe ser accesible, no permanecer en resistencia al cambio, busca la unión de iniciativas, voluntades y recursos por parte de la asociación conformando por sus socios, llegando a objetivos claros y transparentes, en la cual exige compromiso, disciplina y persistencia.

Trabajar cooperadamente en alianza y en conjunto con todos los miembros para obtener mejores resultados, dependiendo el fortalecimiento personal de cada individuo.

La asesoría empresarial ayuda al fortalecimiento de la asociación que los servidores turísticos guarden respeto mutuo y responsabilidad, orientándolos a una planificación eficaz de cada etapa, para luego tomar una decisión en conjunta, para llegar al éxito asociativo en común con todos los socios.

Evaluar y prepararse como equipo, para así llevar a adelante como modelo ejemplar para otras asociaciones. Ajustes permanente a las capacidades que tiene cada socio, por un cambio radical e relevante.

Por ende todo esto se lo realiza con un proceso gradual aprovechando las oportunidades empresariales de cada pre-socio, ayudándolo a cristalizar sus ideas y compartirlas con los demás miembros.

El financiamiento es parte de la labor, aparte de ser empresarial con un espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía que se le va a brindar al turista.

Es importante que se comprende los objetivos alcanzar y las actividades a realizar en la función de producción de colectividad entre los asociados; es decir, desarrollando un volumen de producción turístico. La misma incrementará el nivel de eficiencia de los servidores turísticos.

Delimitación del Problema

Proyecto: Desarrollo Social.

Campo: Área Servicio Turístico.

Área: Cantón Playas, Provincia del Guayas.

Aspecto: Diseño de una tesis de grado en la Facultad de Ciencias Administrativa de la UPSE

Universo: Servidores Turísticos en el sector “El Barco Varado”

Formulación del Problema

¿De qué manera incide las estrategias de cooperación, en el desarrollo productivo de los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015?

Sistematización del Problema

¿Qué factores intervienen en las tácticas de participación, en el desarrollo productivo de los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, provincia del Guayas, año 2015?

¿Cómo incide las estrategias de contribución, en el desarrollo productivo de los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, provincia del Guayas, año 2015?

¿Cuáles son los aspectos relevantes que afectan a las estrategias de cooperación, para el desarrollo productivo de los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, provincia del Guayas, año 2015?

¿Cuáles son las formas de participación en las diferentes estrategias de colaboración externas, para el desarrollo productivo de los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, provincia del Guayas, año 2015?

¿De qué modo afecta la toma de decisiones de los socios, para realizar una aportación estratégica, para el desarrollo productivo de los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, provincia del Guayas, año 2015?

Evaluación del Problema

Puesto que la asociatividad necesita de una organización de esfuerzos, claridad de tareas y papeles, así como precisión de fines. Trabajo en equipo es lo que se esmera, pues solo busca un solo objetivo fortalecer al grupo para competir con otros y aprovechar lo mejor de cada socio.

La clave está en planear con atención y en identificar gradualmente las oportunidades que se dan en esta organización, para sustentar cualquier emprendimiento o desarrollar un plan de asociatividad, que por efecto demostrativo logren mantener el entusiasmo dentro de los socios.

Las expectativas son grandes, por lo que se requiere tener los siguientes puntos a tratar:

RELEVANTE.- Es significativa una asociatividad a largo plazo, el nivel relativo de autonomía y estabilidad en producción para la asociación en común, el impacto que va causar es de una dimensión satisfactoria para todos sus socios, mejorando su calidad de vida, la buena atención al cliente, la buena comercialización de sus productos o servicios.

La asociatividad nos muestra a los socios a dar repuestas colectivas, compartiendo ideales para una mejor producción turística.

CONCISO.- Desarrollo turístico a un futuro deseado, basándose en beneficios, productividad, relacionándose la necesidad con el cliente, formando una cultura emprendedora dentro de la asociatividad. La toma de decisiones deben llevarse a un mismo objetivo determinado, la fuerza motivacional que recibe cada servidor lo direcciona al desarrollo de sus actitudes frente al resto de sus asociados.

CONCRETO.- Cambio del entorno donde se encuentra el problema, para el éxito del desarrollo productivo, es importante los diferentes factores y áreas del entorno que deseamos fundar, analizando lo medible y cuantificable que es al formar una asociatividad y que exista el compromiso entre todos sus socios.

El trabajo asociativo que se va a ejecutar de una manera clara y precisa, generando competencia con otras asociaciones, mostrando competencia, actitud emprendedora, responsabilidad, habilidades y destrezas de cada socio para el desarrollo productivo interno.

ESPECÍFICO.- Proceso por medio el cual cada socio u su directorio adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen en manejo eficiente y eficaz de los recursos de la asociación, la innovación de productos e servicios, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de dicha asociación.

CONFIABLE.- Aprovechando los recursos que tiene cada asociado, se hace aplicable la metodología de la investigación dentro de la asociatividad, mediante la verificación y acción de una mejora continua de desarrollo productivo turístico.

Plan de formación dentro de un conjunto determinado, coordinado lo hace confiable al momento de emprender, subrogando todos los aspectos negativos inadecuados dentro de la asociatividad, incrementando empleos, personas altamente capacitadas, para resolver un problema inesperado.

Constituyendo una importante fuente de ingresos para los habitantes de éste balneario, el perfil costero de la Provincia del Guayas, además de contribuir con la promoción turística del balneario, permitiría a la comunidad la oportunidad de beneficiarse, teniendo la importancia de un plan asociativo productivo.

MEDIBLE.- Para que una buena asociatividad vaya acorde con las leyes del PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, LEY ORGANICA, LEY FINANCIERA, LEY DE TURISMO, entre otras para una asociación eficiente y transparente.

Los beneficiarios directos en la aplicación de nuestro plan asociativo implican el desarrollo económico del sector, y principalmente el cantón Playas, puesto que la actividad a realizarse es para que brinden un mejor servicio al cliente, satisfaciendo diferentes necesidades en común que tiene ambas partes como es el socio y cliente.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El desarrollo del presente trabajo asociativo consiste en un plan de asociatividad en la cual conlleva a obtener resultados más eficientes y transparente en el desempeño de las actividades de cada socio, ya sea internas como técnico-administrativa, toma de decisiones, beneficiando a la asociación y a todos los involucrados directos e indirectos.

La falta de conocimiento y la necesidad que presenta los servidores turísticos al competir por un mismo mercado individualmente, hace en aplicar un plan asociativo para así mejorar la eficiencia entre ellos como socios, en vista que presentan deficiencias en los procesos de comercialización, nos hace identificar y cumplir con las actividades técnicos – administrativas de la misma.

La eficiencia de aplicaciones de leyes según el IEPS y MIES, dentro de la una asociación conformada, son elementos que destacan dentro de los lineamientos de políticas de turismo como retos a enfrentar. Dentro del ámbito estructural, la

jerarquización mejorara a base asesoría técnica empresarial, logrando confiabilidad en los recursos humanos y financieros.

Finalmente se espera que con el presente trabajo asociativo, se logre un resultado más eficiente en las actividades de cada miembro, dentro de la asociatividad mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Obteniendo resultados de mayor competencia en mercado turístico nacional para así lograr incrementar sus ventas y contribuir al desarrollo del sector “El Barco Varado” en la cual se desenvuelve la asociación.

Justificación Teórica

(CÁCERES), “manifiesta que las empresas fueran capaces de verse no sólo como competencia sino como aliados, podrían alcanzar avances tecnológicos que permitieran mejorarlas en productividad y eficiencia”.

En término de asociatividad trae consigo conceptos como sinergia, solidaridad, conocimiento compartido, redes de apoyo, entre otros. Sin embargo, siendo la asociatividad un pilar necesario en el mundo empresarial de hoy, escasamente se practica en nuestro país.

(M.)“declara que la sociatividad expresada en la conformación de redes de negocios o clúster localizados de empresas en una industria específica, ha sido estudiada por numerosos autores en el mundo desarrollado”.

La asociatividad, es más que un mecanismo de cooperación, que persigue la colaboración de todo un grupo dándole un nivel más alto, mediante soluciones eficaces es, problemas originados por cada socio fundamentalmente, la

insuficiencia de cada participante hace que no se trabaje en equipo como es debido.

La asociatividad nos enseña a realizar estrategias colectivas, alcanzando niveles de conectividad cada socio, de carácter voluntario, ser competente cada día más.

Es indispensable realizar un diagnóstico general y específico del problema a resolver, analizando la perspectiva financiera, la del cliente, la mejora de procesos, y las materias prima e mano de obra para el plan asociativo.

Justificación Metodológica

Dentro de este plan asociativo para los servidores turísticos, existen diferentes metodologías que se pueden aplicar dentro del entorno que se encuentra el problema a solucionarse, el tipo que vamos aplicar es por el propósito dentro de la asociatividad está la investigación básica, que nos ayuda a analizar, evaluar, sintetizar, y verificar información de los servidores turísticos.

También se encuentra la investigación aplicada, es a medida que avanza el proceso asociativo de qué manera lo vamos a realizar, ya sea con asesoramiento, fortalecimiento personal de cada socio, institucional, optimización del capital financiero, siempre y cuando medir los lineamientos necesarios para el crecimiento de la misma.

Por otro lado está la investigación Descriptiva, nos ayuda a separar ordenadamente cada causa y efecto del trabajo asociativo a aplicarse. Respecto a la metodología, el método a seguir es analítico, realizando diferentes análisis técnicos, operativos, mercados, ver su viabilidad as e incremento del desarrollo productivo turístico.

Dentro del trabajo asociativo utilizaremos Técnicas, como la entrevista a cada socio, focus group, es parte fundamental para sí poder determinar a donde se quiere llegar con dicha información clara y detallada.

(M.)“declara que la asociatividad expresada en la conformación de redes de negocios o clúster localizados de empresas en una industria específica, ha sido estudiada por numerosos autores en el mundo desarrollado”.

Focus Group, se reúne a todos los socios y se da a conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades internas, como sus oportunidades y amenazas que se encuentran en su entorno productivo.

Como instrumento, se utilizará cuestionarios o registros de observaciones, detalladamente y específica de acorde con el tema que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan al plan asociativo.

Como población, se determina una muestra probabilística por aleatorio estratificado, pues la población es numerosa, la misma que va a ser beneficiada e incrementará su nivel de ingreso, nos enfocamos a un desarrollo productivo turístico, énfasis a la mejora calidad de vida de la sociedad “BUEN VIVIR”.

Justificación Práctica.

La principal fuente es la integración en equipo, el capital, parámetros que estén reglamentados con las diferentes leyes constitucionales del Ecuador, y así tendremos una asociatividad eficiente.

Se toma medidas tendientes a la mejora de su desarrollo, por ende los factores de motivación dirigido a los miembros es de compromiso, responsabilidad, ya que en

conjunto se llega al éxito., utilizaremos la técnicas de metodologías como es la del focus group, entrevistas, capacitaciones, asesoramiento. El principal propósito que se persigue con el análisis, es ofrecer un servicio de alta calidad al turista, mostrando trabajo en equipo con los servidores turísticos mediante un plan de asociatividad.

La finalidad de incrementar su competitividad a través del desarrollo de nuevas capacidades y niveles grandes de servicio y ayudando a facilitarles el acceso en nuevos mercados. Fortalecimiento personal de cada socio, capaz de poder realizar las actividades encomendadas por el directorio de la asociación.

Recursos para la legalización de cualquier documento, o para la asociación tenga su cartas al margen como lo dice las leyes constitucionales, ministeriales y de turismo.

OBJETIVOS

Objetivo General

- ✚ Proponer un plan de asociatividad, mediante un enfoque asociativo para que mejore la eficiencia de las actividades turísticas dentro del sector “El Barco Varado” con altos estándares de calidad competitiva, productivo y comercial.

Objetivos Específicos

- ✚ Analizar los factores internos, externos, que intervienen en el plan asociativo para fortalecer el desarrollo turístico, garantizando un servicio eficiente al cliente.

- ✚ Construir la formación micro-empresarial de los servidores turísticos elevando los niveles de producción, proporcionando trabajo asociativo para el desarrollo socioeconómico.
- ✚ Analizar la toma de decisiones de cada miembro, mediante el trabajo asociativo para ofrecer productividad y competitividad.
- ✚ Interpretar las informaciones de cada socio, para la toma de decisión eficiente para el impulso productivo del Cantón Playas.
- ✚ Sustentar un plan de asociatividad en formación con todos los servidores turísticos del “EL Barco Varado”, mediante la capacidad creativa, eficiente, para el desarrollo productivo del Cantón Playas.

HIPÓTESIS

Las estrategias de cooperación influyen positivamente en la calidad de los servicios turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015.

- ✚ Estrategias de Cooperación
- ✚ Servicios turísticos

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES

Es el proceso de llevar una variable desde un nivel abstracto a un plano más concreto, su función básica es precisar al máximo el significado que se le otorga a una variable en un determinado estudio, también debemos entender el proceso como una forma de explicar cómo se miden las variables que se han seleccionado.

Las variables deben ser descompuestas en dimensiones y estas a su vez traducidas en indicadores que permitan la observación directa y la medición.

CUADRO 1. Variable independiente

HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
¿CON UN PLAN ASOCIATIVIDAD, FOMENTAREMOS EL IMPULSO PRODUCTIVO LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR “EL BARCO VARADO”, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2014?	ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN	Las estrategias de cooperación en la actualidad representan un camino a seguir con el fin de cumplir un objetivo a mediano plazo, desarrollando el trabajo asociativo mediante la formación microempresarial, para así tener mayor productividad y ser competitivo cumpliendo con los factores claves del éxito en una situación viable en nuestro medio.	TRABAJO ASOCIATIVO	*Resistencia al cambio *Evaluar alternativas *Costos de aprendizaje	¿De qué manera afectan las RRHH, para la toma de decisiones de los servidores turísticos dentro del sector?	ENTREVISTAS
			FORMACIÓN MICRO - EMPRESARIAL DE LOS PRE- SOCIOS	*Eficacia en el desempeño. *Integración conjunta *Focalización	¿Qué beneficios tendrán los pre-socios, mediante la formación micro-empresarial?	FOCUS GROUP
			PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE ASOCIARSE	*Proceso gradual *Capital de trabajo *Cumplimiento de compromisos.	¿Considera usted que el cumplimiento de compromisos por parte de los asociados son eficientes?	FOCUS GROUP
			FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	* Liderazgo asociativo. *Transparencia y mecanismo de control. *Autoridad de los directivos.	¿De qué manera los servidores turísticos resuelven desacuerdos dentro del grupo asociativo? ¿Considera importante un plan de asociatividad para los miembros del grupo asociativo?	FOCUS GROUP

Fuente: Variable Independiente

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

CUADRO 2. Variable dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
¿CON UN PLAN ASOCIATIVIDAD, FOMENTAREMOS EL IMPULSO PRODUCTIVO LOS SERVIDORES TURISTICOS DEL SECTOR “El BARCO VARADO”, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2014?	SERVICIOS TURÍSTICOS	Los servicios turísticos en un conjunto de interacción grupal, que permite conocer los principios del cliente, la misma hace uso de sus recursos de asociatividad, logrando estrategias de evaluación del grupo asociativo para incrementar la productividad turística en la cual determinar un eficiente resultado de la asociatividad.	PRINCIPIOS DEL CLIENTE	*Servicio al cliente *Comportamiento del turista. *Relación entre el cliente-proveedor. *Componentes del buen servicio al cliente.	¿Usted como servidor turístico, ofrece sus servicios con la calidad necesaria a sus clientes?	FOCUS GROUP
			RECURSOS DE ASOCIATIVIDAD	*Atención al cliente. *innovación. *Recursos humano y económico.	¿Cómo servidores turísticos es cordial y cumple con lo acordado con el cliente?	FOCUS GROUP
			ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	*Planificar. *Presupuestar. *control.	¿Los servidores turísticos proponen un precio justo al cliente?	ENCUESTAS
			RESULTADO DE LA ASOCIATIVIDAD	*Clima organizacional. *Cooperación entre socios. *Incremento de la productividad.	¿Los servidores turísticos ofrecen servicios con la calidad necesaria a sus clientes? ¿Qué opinión tiene usted sobre la organización de los servidores turísticos?	ENCUESTAS

Fuente: Variable Dependiente

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1.- PLAN DE ASOCIATIVIDAD

Es la opción de prestar ideales comunes e intereses, utilizándolo como un medio para sumar esfuerzos para dar resultados eficientes dentro de la asociatividad.

Mediante este trabajo asociativo con los servidores turísticos se logra disminuir la incertidumbre y las debilidades; es decir conjugar capacidades específicas; en conjunto, disminuyendo logros individuales, transformándolo en éxito colectivo.

En la formación dentro de la asociatividad, es un proceso de potenciación y desarrollo, pretendiendo eliminar las diferencias en común que tiene el grupo asociativo, logrando la cooperación inter-empresarial entre todos.

(KAES, 2008) La Asociatividad es un proceso bastante complejo que abarca una considerable gama de posibilidades pero siempre persigue como objetivo fundamental unir fuerzas para alcanzar el éxito conjunto. Previamente al desarrollo de modalidades de asociación es necesario que se den ciertas condiciones específicas que permitan la sustentabilidad de las mismas.

La situación futura comprende varias etapas, caracterizándose por su enfoque, la dinámica entre los miembros y acompañamiento necesario en un alza de desarrollo turístico, se maneja con acciones que nos lleve de la mano con la necesidad que requiere el cliente ante la sociedad en común, buscando una satisfacción necesaria y potencial para el consumidor final.

1.1.2. - Estrategias de Cooperación

Las estrategias de cooperación en la actualidad representan un camino a seguir con el fin de desarrollar ventajas competitivas que creen valor, entre ellas se destaca los acuerdos en conjuntos, desarrollar estrategias para ser más productivo dentro del sector donde laboran los servidores.

(MINTZBERG). Manifestó que la estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y a la vez, establece la consecuencia coherente de las acciones a realizar. Puesto que si la estrategia es formulada adecuadamente servirá de ayuda para poner orden y asignar los recursos necesarios, con el fin de lograr una situación viable y original con un plan contingente.

En esta globalización diferentes empresas, instituciones, asociaciones, recurren a estrategias de cooperación por un sin número de motivos, tales como: ampliar mercado, obtener recursos, convenios entre personas formales.

Mediante esta se logra mayor competitividad hacia otras asociaciones, logrando competencia en el medio, con niveles de información y avances estratégicos que nos ayuda buscar oportunidades de desarrollo turístico a nivel local.

Al emprender, eliminamos las barreras e problemas, provocando la formación de equipos, orientación al desarrollo humano, construyendo confianza que nos permite desarrollar la capacidad de formular acuerdos y hacerlos cumplir.

Como estrategias dentro del ámbito turístico se podrá buscar oportunidades de desarrollo de cada individuo, mejorando sus expectativas de trabajo en equipo, orientación a la formación micro empresarial, mayor fluidez de comercialización de los servicios turísticos.

1.1.3.- Eficiencia de los Servicios Turísticos

El servicio turístico dentro del sector el barco varado, va a satisfacer una necesidad o un deseo por parte del cliente. Dentro del grupo asociativo se limita si su producto tiene perspectiva o llama la atención del consumidor, cuando hablamos de un producto se debe determinar la oferta y demanda que tiene el mismo, el destino donde va acceder, la sensibilidad, y el precio.

(CARDENAS) El producto turístico está conformado por un conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

El servicio turístico ante la demanda, primero debe saber si el consumidor está de acuerdo a pagar por el precio ofertante, aparte de satisfacer una necesidad que logre llenar las expectativas de quien lo percibe y adquiere, ante esto se debe realizar un estudio de mercado luego buscando estrategias de precios para la consolidación del producto en el mercado.

1.1.4.- Características de un Producto Turístico

Dentro del ámbito social y eco turístico podemos encontrar la característica de la siguiente manera:

-  INTANGIBILIDAD
-  ISEPARABILIDAD
-  HETEROGENEIDAD
-  CADUCIDAD
-  AGREGABILIDAD
-  SIMULTANEIDAD

- ✚ **Intangibilidad.-** No se puede, ver, tocar, oír, dar antes de la compra. Una consecuencia directa de la intangibilidad es que no se puede transmitir la propiedad de los productos turísticos, sino lo que se transmite es su uso y como la posesión, y en ocasiones ni siquiera se posee. Esta característica implica que el producto comprado sea único, así al contrario de los productos tangibles, de una estancia vacacional tan solo queda el recuerdo del producto.

- ✚ **Inseparabilidad.-** No se pueden separar de sus proveedores. En este caso es quien le provee la materia prima la misma es procesada para el cliente consumidor.

- ✚ **Heterogeneidad.-** La calidad depende de quién, cuando, donde, y como lo proporcione. La misma controla que todas las fases a un mismo nivel de excelencia, es más un fallo en un aspecto o en preparación del servicio turístico, puede afectar a todo el producto.

- ✚ **Caducidad.-** No se puede utilizar o almacenar más tarde. Es importante que el producto no se venda a medida que va incrementando el mercado turístico, vender directamente al público, o vender con antelación a través de intermediarios, la misma debe tener presentada y contra restar al fracaso del producto.

- ✚ **Agregabilidad.-** El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como es el control de calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicio al paquete ya existente, creando así nuevos productos.

- ✚ **Simultaneidad de producción y consumo.-** Mientras los productos son producidos, comprados y consumidos, los productos son primero comprados y en segundo lugar son consumidos simultáneamente.

- ✚ Esto implica que no se trae el producto al consumidor, más bien el consumidor llega hacia el producto.

La necesidad de poseer ciertas competencias dentro del mercado turístico ante la demanda que crece en las diferentes temporadas, es desarrollar una parte metodológica, canales de distribución quienes van hacer nuestros clientes fijos y no fijos, una demanda insatisfecha no implica que puede penetrar directamente en el mercado, al contrario puede caerse sino toma las debidas precauciones antes de lanzar el servicio.

A continuación puntos importantes de un producto turístico:

- ✚ Se debe producir en el mismo momento que se consume
- ✚ Caducidad
- ✚ Variedad en calidad
- ✚ Destino atractivo
- ✚ Debe cubrir expectativas y necesidades del turista
- ✚ El producto debe variar según desde que punto de vista se observe la oferta y demanda.

Desde el punto de vista de la oferta

- ✚ Los recursos y la infraestructura
- ✚ Los equipamiento y los servicios ofertados
- ✚ La gestión de servicios

Desde el punto de vista de la demanda

- ✚ Las actividades a realizarse dentro del campo

- ✚ Las vivencias
- ✚ Los servicios recibidos

1.1.4.- Niveles del Producto Turístico

En esta parte los servidores turísticos del sector: El Barco Varado, deben saber en qué calidad se debe trabajar, elaborar, comercializar, no obstante dentro de la zona costera existe competencia, comerciantes formales e informales, pero en el caso de los servicios a ofrecer por parte de los asociados debe ser hincapié de qué manera se debe competir para lograr una productividad turística.

A continuación cinco pasos a la hora de brindar un servicio al turista:

- ✚ **Productos básicos.-** Se trata de aquello que el cliente trata de obtener, y más que proporcionar objetos se trata de proporcionar beneficios de esos objetos.
- ✚ **Productos auxiliares.-** Son aquellos productos que deben estar presente para que el cliente pueda hacer uso del producto básico. Se refiere a servicios mínimos que deben existir además del beneficio básico buscado por el cliente.
- ✚ **Productos secundarios.-** Aunque los productos básicos necesiten de los productos auxiliares, no requiere de los productos secundarios, se trata de productos extras que proporcionan valor al producto básico y ayuda a diferenciarse de la competencia.
- ✚ **Productos aumentados.-** En líneas generales se menciona el producto básico, secundario y auxiliar, muestran de lo que el cliente, y que el

producto aumentado se hace referencia de como recibe el cliente el servicio.

1.1.5.- Clasificación de los Productos

Dentro de la eficiencia de los asociados al momento de competir y ofrecer sus productos, debe saber que producto o bien se está brindando, de qué manera, a que mercado, que perspectiva, si realmente cumple con las necesidades del consumidor, a continuación diferentes productos que se debe ofrecer:

✚ **Productos de especialidad.-** Son aquellos productos que tienen características únicas, y que el cliente está dispuesto a obtenerla sea como sea.

✚ **Productos no buscados.-** Son productos que el consumidor no sabe que existen, o que sabiéndolo desea comprar, y que solo lo buscare o comprara en determinados momentos.

1.1.6.- Marca

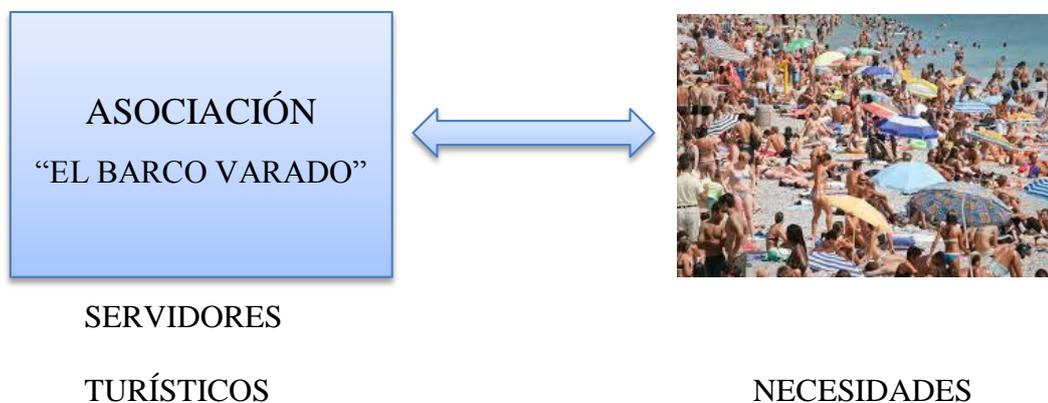
Es el símbolo, diseño, nombre de nuestro producto, en caso de nuestros servicios que son platos gastronómicos se lo dará a conocer por su dimensión y características que posee cada uno.

También se puede realizar una combinación entre ellos, lo cual sólo importa el producto que presenta.

Es importante la marca del servicio o producto, porque al competir dentro del mercado turístico le identifica y le diferencia de sus competencias.

1.1.7.- Calidad

Es lo que el cliente busca primariamente la calidad y la buena atención, púes es lo que el cliente percibe y está dispuesto a pagar por el bien o producto. Sin embargo el producto turístico que se ofrece se lo encuentra en un determinado sector, no es preciso que el consumidor busque; al contrario solo busca satisfacer sus necesidades y deseos por el bien que llena sus expectativas y gustos.



1.2.- PLAN DE ASOCIATIVIDAD

La asociatividad se entiende por individuos o personas formales capaces de ejercer cualquier rango en común, que establezcan un vínculo explícito, manteniendo que cada participante tenga autonomía gerencial, jerarquía, responsabilidad, y sobre todo trabajar cooperada mente para el éxito en común.

Un cambio en el entorno nos hace diferente a los demás competidores, teniendo incremento en la producción y productividad.

Al emprender, eliminamos las barreras e problemas, provocando la formación de equipos, orientación al desarrollo humano, construyendo confianza que nos permite desarrollar la capacidad de formular acuerdos y hacerlos cumplir que es el objetivo, sin excepciones. Sin embargo se logra la cooperación inter empresarial,

con el objetivo de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad en la época de la globalización.

1.2.1.- Conceptualizaciones de un Plan de Asociatividad

Puesto que la asociatividad necesita de una organización de esfuerzos, claridad de tareas y papeles, así como precisión de fines. Trabajo en equipo es lo que se esmera, pues solo busca un solo objetivo fortalecer al grupo para competir con otros y aprovechar lo mejor de cada participante, un plan de asociatividad se lo debe realizar meticulosamente con esfuerzo en conjunto.

La misma se hace notable con los mecanismos de cooperación, en donde cada participante mantiene su independencia jurídica y autonomía, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto, para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes.

En la práctica, el concepto de Asociatividad nos ha permitido la estructuración de diversas estrategias colectivas entre personas formales, la misma que las diferentes empresas, asociaciones, instituciones utilizan para enfrentar la competitividad a nivel global.

(MÓRAN, 2010) Una de las estrategias para desarrollar el capital social de un grupo consiste en la Asociatividad, la cual determina acciones orientadas a expandir o fortalecer las redes en las que participan los miembros del grupo. Los recursos asociativos con que cuenta un grupo son las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación.

Es el proceso mediante el cual se generan las condiciones y el ambiente propicio para la realización de acciones conjuntas entre los actores de las cadenas

productivas, mediante este proceso se generan relaciones de confianza que permiten trabajar firmemente el logro de los objetivos comunes.

1.2.2.- Importancia de un Plan de Asociatividad

La clave está en planear con atención y en identificar gradualmente las oportunidades que se dan en esta organización, para sustentar cualquier emprendimiento o desarrollar un plan de asociatividad, que por efecto demostrativo logren mantener el entusiasmo dentro de los participantes.

El grupo asociativo debe lograr una cooperación conjunta, para así buscar necesidades insatisfechas, expectativas que solicita el cliente logrando una adecuada organización, uniendo responsabilidades con funciones de dirección a un mismo objetivo.

(VALDEZ, 2007), concuerda con Rosales en la definición de Asociatividad y agrega los tipos comunes de objetivos a perseguir, los cuales pueden ser: adquisición de un volumen de materia prima, o generar una relación más estable en el tiempo como puede ser la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías que son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes.

El trabajo asociativo se debe ejecutar de una manera clara y precisa, generando competencia para otras instituciones, con una actitud emprendedora que llegue a un desarrollo productivo interno e externo.

Una asociatividad, no solo se requiere de cooperación entre todos los socios, al contrario se debe compartir información para que mejore notablemente la competitividad del todo el grupo implicado.

1.2.3.- Características del Plan de Asociatividad

Principalmente un mecanismo de cooperación, que permitan competir cooperadamente entre todos sus competidores, en la cual les permita dar a conocer sus bienes o servicios que ofrecen al cliente.

Con disminución de costos y mayor volumen de venta, entre ellas tenemos compromiso mutuo, objetivos comunes, proyecto común, y se refiere a los siguientes enunciados para asociatividad eficiente:

- ✚ **Requiere de un cierto grado de organización**, es distribuir y coordinar tareas a cada socio, que lo ejecute de una manera eficiente, con objetivos comunes a largo plazo, con mayor productividad en el sector turístico del cantón playas.
- ✚ **Grado de permanencia**, visión a largo plazo, acción conjunta entre socios, por ejemplo en grupo realizar compras, gestiones, logran obtener descuentos, acceder a un crédito a cierto grado de tiempo.
- ✚ **Decisión voluntaria**, al momento de asociarse e integrarse, debe existir toda la libertad de retirarse así como ingresa cada socio respetando los reglamentos y estatutos de la asociación.
- ✚ **Se orienta al logro de los objetivos comunes**, mantener la autonomía jerárquica, resolviendo problemas en conjunto como asociación, es importante tener en claro a qué objetivos llegar.
- ✚ **Confianza**, trabajar en conjunto de una perspectiva a largo plazo, es importante que cada integrante no debe olvidar que la confianza constituye consolidarse con cualquier ámbito social y económico, para la satisfacción de la misma.
- ✚ **Transparencia**, que cualquier información ya sea financiera o administrativas, sean tratados abiertamente ante todos los socios, y cuáles son los canales de comunicación que van hacer utilizado dentro del plan.

1.2.4.- Ventajas del Plan Asociativo

Dentro de nuestras ventajas asociativas, el grupo asociativo podrá tener al margen los 7 puntos para lograr ser más productores:

- ✚ Incremento de la producción y productividad.
- ✚ Mantener la autonomía de los participantes, “la unión hace la fuerza”, esto permite que las empresas asociadas compartan los recursos que solo se refieren a la asociatividad, manteniendo aquellos puntos estratégicos y que no desean ser compartidos en plena confidencialidad.
- ✚ Mayor poder de negociación
- ✚ Se comparten riesgos y costos
- ✚ Mejora la calidad y diseño.
- ✚ Mejora la gestión de cadena de valor (mayor control).
- ✚ Mejora la gestión del conocimiento (técnico, productivo, comercial).

El éxito está en planear con atención y en identificar gradualmente las oportunidades que se dan en cualquier organización, equipo, empresas, asociaciones, para sustentar cualquier emprendimiento o desarrollar un plan de asociatividad, que por efecto demostrativo logren mantener el entusiasmo dentro del equipo de trabajo, buscando una necesidad insatisfecha.

1.2.5.- Beneficios de un Trabajo Asociativo

Mediante los beneficios, algunas estrategias asociativas que se exponen en algunos trabajos en micro y pequeñas empresas e instituciones, es que no todas logran cumplir con los objetivos comunes que se proponen, sin embargo se les dificulta una serie de problemas entre ellas se destacan las siguientes:

- ✚ **Mayor aprovechamiento de los recursos disponibles:** Mediante esta las diferentes formas asociativas según el objetivo que requieran cumplir, se

les permite a los asociados el acceso a la información, tecnologías, financiamiento, capacitación, todo esto se lo realizan grupalmente, así sería inevitable el costo elevado que requieran a la hora de establecer un producto determinado dentro del plan asociativo.

- ✚ **Aumento del poder relativo:** Nos ayuda a mejorar la presentación y negociación de los asociados en los diferentes procesos productivos dentro de la organización. Acceso a fuentes de crédito y decisiones que involucren a instituciones públicas.

- ✚ **Facilita el aprendizaje de los asociados:** Al trabajar en conjunto todo es posible para cada asociado, transmitiendo técnicas de conocimiento empresariales, comerciales, ideas productivas que le sirvan a la organización mejorar en un plazo determinante.

1.2.6.- Obstáculo para Asociarse

Si bien los beneficios son importantes a la hora de asociarse, también tenemos factores claves que pueden constituirse en obstáculo al momento de implementar y consolidar una estrategia asociativa, entre ellas los siguientes enunciados:

- ✚ **Problemas asociados a los lazos de confianza:** No solo para empresa o instituciones de altos niveles es algo corriente comprar o vender sus productos, el problema que lo hace individualmente al menos si compiten con uno más grande que él.

La construcción y el mantenimiento de lazos de confianza es un largo proceso que se debe poner en práctica para cualquier organización en la posibilidad de involucrarse en experiencias asociativas.

- ✚ **Percepción sesgada de los costos y beneficios de asociarse:** Al momento de asociarse todo persona formal tiene ese riesgo de salir perdiendo, de compartir información valiosa, la incertidumbre lo rodea sobre los posibles resultados eficientes que puedan llegar si todos se unen de una forma colectiva, obteniendo beneficios mutuos y metas por cumplir.

No solo lograr a aportar con un capital determinado si no que el mismo capital sea invertido para un mal provecho y el tiempo de asignación que se le prolongara.

- ✚ **Entornos pocos favorables:** A esto se suma una carencia de difusión, de espacios legales que tienen por cumplir en la organización, por lo que se requiere de un modelo que permita visualizar las actividades específicas que puedan realizarse asociativamente en un cronograma definido.

1.2.7.- Modelos de un Trabajo Asociativos

Dentro del modelo asociativo encontrarnos tres ejemplares en la cual se hará incape a uno de estos, a continuación los siguientes modelos:

CLUSTER (Conglomerado eficiente): Clúster = Área Clúster = Área geográfica donde se encuentra una concentración de productores de una rama, además de proveedores, comercializaciones, asociaciones gremiales, organismos e instituciones de apoyo al sector.

CADENAS PRODUCTIVAS: Existe una fuerte estructura de relaciones, intercambio de información y lazos de cooperación.

REDES EMPRESARIALES (horizontales y verticales): Sistemas de enlaces entre empresas, instituciones o asociaciones.

✚ **Horizontal**, entre empresas de un mismo eslabón en la cadena productiva.

✚ **Vertical**, entre empresas de eslabones consecutivos en la cadena.

Asimismo podemos mencionar las redes verticales que constituyen una posibilidad de crecimiento para las pequeñas y medianas empresas a través de la participación en cadenas de producción con grandes firmas, que son las que, en la mayoría de los casos establecen condiciones. Por otra parte, en las redes horizontales de la misma rama o subsector económico desarrollan sus actividades dentro de un mercado determinado.

EL PROCESO ASOCIATIVO: ETAPAS

En el proceso de formación de un grupo asociativo se pueden distinguir distintas fases que podemos clasificar de la siguiente manera:

- 1. Etapa de gestación.-** Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.
- 2. Etapa de estructuración.-** En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado el mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.
- 3. Etapa de madurez.-** A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a

seguir. En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por las actividades a desarrollar. Así se crean las bases para el auto sostenibilidad del grupo.

4. **Etapa productiva o de gestión.-** Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.
5. **Etapa de declinación.-** Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

FIGURA 1. Proceso de asociatividad



Fuente: (<http://www.asociatividadempresarial.com>)
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

EL PROCESO ASOCIATIVO SEGÚN EL (MIES) Y EL (IEPS)

Dentro de las diferentes Leyes Constitucionales del Ecuador, se escogió las principales como la, Ley de Economía Popular y Solidaria (IEPS), y el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), las dos diferentes leyes no manifiesta desde cómo se debe conformar una asociación, desde su inscripción, estructura, intervenciones, disolución forzosa y voluntaria.

La misma nos enseña cuantos socios se necesita para conformar una asociación, sean personal naturales que compartan el mismo objetivo o trabajo complementarios.

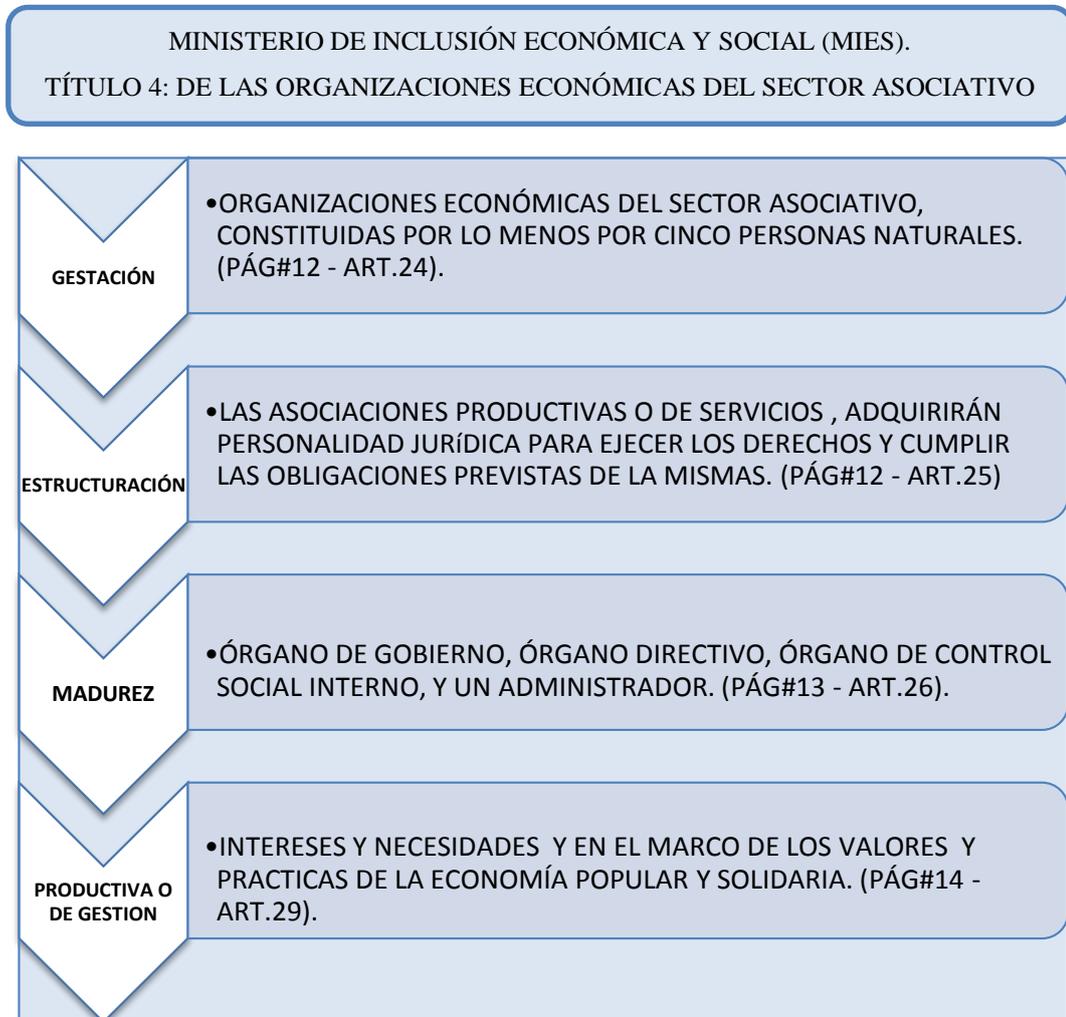
Se entiende por las mismas leyes, un conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, autos gestionados por sus propietarios que, en el caso de las colectivas tienen simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de la misma, privilegiando al ser humano.

Como sujeto y fin de sus actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

A través de la misma se realizó un proceso en la que está conformada por gestación; en la cual nos da la pauta con que comenzar, con cuantos individuos o personas naturales formar el grupo asociativo, estructuración; es un punto fuerte porque aparte de reunirse ejercerán leyes constitucionales, se convertirán en personas jurídicas capaz de ejercer derechos y obligaciones ante la ley.

La madurez del grupo asociativo ya conformados proponer roles jerárquicos dentro de la asociación, finalmente la gestión productiva a compartir intereses comunes.

FIGURA 2. Modelo según el IEPS y MIES



Fuente: (IEPS)

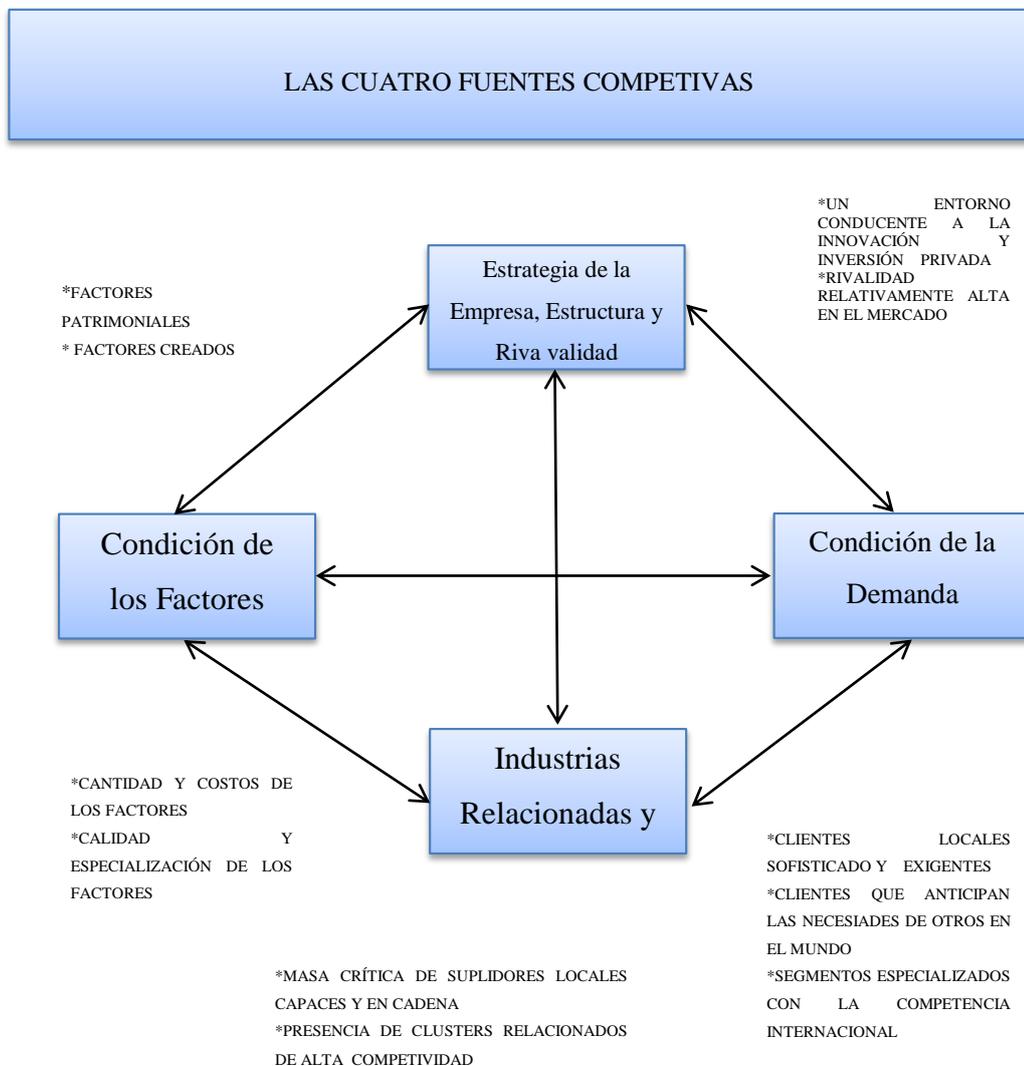
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Modelo de Michael Porter

El modelo de Porter trata sobre las relaciones que tiene cada organización con factores tanto internos como externos y que ejercen influencia sobre esta ahora bien este hace hincapié en la formulación de ventajas competitivas que se obtienen de las relaciones entre la empresa u organización con sus proveedores, empresas que ofertan el mismo bien es decir apuntando a espacios donde la organización pueda competir de mejor manera.

Estas relaciones se refieren a los cuatro puntos del diamante, es decir, de las relaciones de apoyo, con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados. El “diamante” de la competitividad: Condiciones básicas para la formación de clúster. Este autor sostiene en su obra “la ventaja competitiva de las naciones” que la diversidad e intensidad de las relaciones funcionales entre empresas explican la formación de un complejo productivo y su grado de madurez

FIGURA 3. Fuentes competitivas de Michael Porter



Fuente: (Porter)

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

El enfoque conceptual que aquí se expone, se destacan cuatro aspectos básicos en el clima de negocios que determinan las ventajas competitivas de las empresas. Al operar de forma simultánea en el tiempo y en el espacio, estos aspectos crean las condiciones para la formación y el desarrollo de los clusters en determinados lugares son los siguientes:

- ✚ Las condiciones de los factores internos y externos.
- ✚ La estructura de la industria a la cual pertenecen las empresas, incluyendo el esquema de las rivalidades que tienen entre sí;
- ✚ Las condiciones de la demanda y oferta.
- ✚ La situación de las industrias relacionadas y de apoyo.

1.3.- ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN

Es un mecanismo de cooperación empresarial entre todos sus participantes, manteniendo su jerarquía profesional; es decir, logrando objetivos comunes. La misma debe estar dirigido por un líder que lo conlleve al desarrollo de cada problema que se encuentre en el camino proporcionalmente por cada participante al no poder solucionarla.

1.3.1.- Trabajo Asociativo

Se le llama trabajo asociativo a la integración de las capacidades, habilidades, y destrezas de cada individuo que pertenece en cuya organización, en la cual deben estar legítimamente asociadas para la producción de bienes o suministro que ofrece la organización dirigido hacia al cliente de una forma eficiente.

Para poder determinar de una manera clara y precisa se propone los siguientes pasos:

- ✚ **Resistencia al Cambio.-** Por ende la resistencia se da o se concentra en los procesos laborables, los servicios que se ofrece dentro del grupo asociativo, capacitar a directivos, profesionales y pre-socios. Para que estos modifiquen la estructura que ya obtienen y construyan un nuevo modelo a seguir con beneficios y oportunidades oportunas para cada socio.

La capacidad y voluntad de cambio del personal es en esencia de factor clave para que la organizaciones se efectuó de una manera responsable, buscando una satisfacción plena hacia al cliente que conlleve a elevar los niveles de productividad.

- ✚ **Evaluar Alternativas.-** Todos los miembros de la organización deben formular y preparar un cambio en el entorno, lluvias de ideas la misma debe ser discutida y elegir la mejor opción adecuada para el proceso de la asociatividad.

- ✚ **Costos de Aprendizaje.-** Nos referimos a la adaptación y organización de los participantes como en la tecnología e innovación que se requiere a la hora de brindar un servicio; es decir, también tener el interés y la participación de los involucrados, cumpliendo las expectativas contribuyendo de una manera paralela y organizativa.

1.3.2.- Formación Micro-Empresarial de los Socios

Todos los integrantes o miembros de una organización deben pasar por un proceso de gestación para ampliar sus experiencias y expectativas, asegurando su participación permanente dentro de la organización. Además todos los participantes por obligación deben construir confianza, a cumplir acuerdos que identifique su igualdad.

Recibir asesoramientos técnicos productivos para así eliminar malos hábitos, venciendo el miedo a lo desconocido, logrando una actitud positiva para el éxito asociativo.

✚ **Eficiencia en el Desempeño.-** Es un elemento muy importante para cumplir nuestros objetivos, mediante esta se podrá asignar roles de trabajos según su jerarquía profesional de cada socio, logrando un liderazgo exitoso en nuestra asociatividad.

✚ **Integración Conjunta.-** Es un proceso gradual para cada socio, la misma debe ser equilibrada que permita a cada uno establecer o permitir solucionar problemas y así evitar el oportunismo de personas al momento de recibir un beneficio.

✚ **Focalización.-** Nos referimos a que nuestra asociación no solo debe referirse a un bien o servicio, al contrario utilizar servicios complementarios para la satisfacción del cliente.

1.3.3.- Productividad y Competividad para Asociarse

Es el método empresarial que debe llevar una asociatividad, que nos permite ser más eficientes, con el fin de incrementar la satisfacción al cliente, logrando mantenerse en el mercado turístico a largo plazo, es necesario trabajar siempre con innovación dando calidad y garantía a nuestros servicios en el sector terminante.

✚ **Proceso Gradual.-** Asesorías técnicas que vaya de la mano con lo asociativo, apoyos externos como las capacitaciones, las alianzas entre todos los participantes cumple un ciclo de vida que se debe revisar en un tiempo determinado para asegurar la viabilidad de la organización.

✚ **Capital de Trabajo.-** Es importante esto para los socios, aportar entre todos es señal de compromiso, aunque en la mayoría generan debates de discusión pero al final serán beneficiados todo el grupo asociativo, capaz de aumentar la productividad y competitividad dentro del sector.

✚ **Cumplimiento de Compromisos.-** Es la base de confianza, transformación duradera de las capacidades y habilidades de cada miembro, incluso a un ajuste de cambio permanente, ampliando oportunidades de producción, mayor entendimiento entre todos.

1.3.4.- Factores Claves del Éxito

Existen diferentes factores claves de éxito para realizar una asociatividad eficiente y eficaz, pero decidimos elegir las siguientes más importantes que son:

✚ **Liderazgo asociativo.-** El líder es responsable directo del logro de los objetivos planteados dentro de la asociación, para ello se debe brindar los recursos necesarios para el líder y sus participantes tengan flexibilidad para satisfacer las demandas necesarias.

✚ **Transparencia y Mecanismo de Control.-** Verificar los resultados, compararlos con lo previsto en la planificación que se realizó con los participantes.

El diálogo es importante dentro de la organización en la cual no debe haber conflicto alguno, tener una buena relación humana con el directorio o miembros del grupo asociativo, lo cual lo lleva a tomar decisiones oportunas y eficientes.

✚ **Autoridad de los directivos.-** Dentro de la organización el líder es el que debe dar una orden la misma que sus miembros deben obedecerla sin conflicto alguno. La autoridad y su directorio ambos son responsables de llevar a la organización a un rumbo determinado; es decir, tanto la directiva y sus participantes deben cultivar una relación colectiva para generar rentabilidad dentro del plan asociativo.

1.4.- SERVICIOS TURÍSTICOS

El servicio turístico ante los socios se debe conformar actividades perfectamente direccionadas entre sí, relacionadas con el producto con el objeto de responder exigencias de una determinada corriente o demanda turística.

La eficiencia es importante dentro del grupo asociativo porque determina algunos aspectos positivos, en la cual nos conlleva hacer más eficientes a la hora de brindar nuestros servicios turísticos.

La misma va de la mano con el grupo asociativo, la decisión del cliente, es la sostenibilidad del servicio que tenga expectativas de consumir a un precio cómodo. Dentro de los servicios que se ofrecen se debe tomar en cuenta los dos puntos importantes:

- ✚ El servicio como se lo ofrece y que ofrece
- ✚ El perfil del servicio.

1.4.1.- Principios del Cliente

Las prioridades que tiene el cliente son relevantes, pues es el pilar fundamental de nuestro proyecto, el mismo lograr que prefieran los servicios ofrecidos dentro del sector, optima tizando y aprovechando las competencias existentes para mejorar

nuestras habilidades, destrezas logrando una mayor productividad dentro del ámbito turístico.

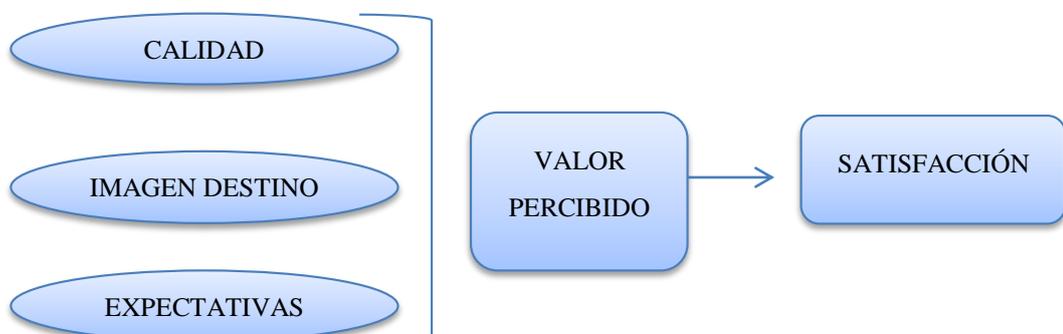
Servicio al cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionados que ofrece un suministro con el fin que el cliente a la hora de gustar los servicios del sector el Barco Varado, obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del bien a servirse.

Es importante mencionar los siguientes principios básicos del servicio:

- ✚ Actitud del servicio
- ✚ Satisfacción del cliente
- ✚ La actitud positiva, dinámica y solución de problemas inesperados
- ✚ Comprensión
- ✚ Comunicación al cliente
- ✚ Accesibilidad

FIGURA 4. Comportamiento del cliente



Fuente: Comportamiento del cliente
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Dentro de nuestro modelo a presentar se basó hacer relevantes el estudio de satisfacción del sector el Barco Varado, en la cual todos los miembros de la organización deben formular objetivos estratégicos para alcanzar una productividad comercial.

El servicio turístico comprende un conjunto de técnicas con relación a la oferta y demanda, también incide la preparación del producto a la venta, comercio y satisfacción llegar a segmentos de mercado a un nivel alto y ser competencias para otras asociaciones. La calidad que se ofrece el producto debe ser lo más relevante que sea, proyectando una imagen segura, cumpliendo con las expectativas del turista.

Relación entre Cliente- Proveedor

Es importante de que se determine que solicita el cliente, como lo quiere, a qué manera, para que el proveedor no tenga problema alguno al momento de satisfacer al consumidor.

Componentes de un buen servicio al cliente

Dentro del buen servicio, se hace referente a la calidad; es decir, los asociados no solo deben fijarse en competir, también debe hacer usos de estrategias colectivas que lo lleven a ganar segmento de mercado, distribución de un servicio con la calidad necesaria que requiere el cliente, antes de brindar un buen servicio debe tomarse en cuenta los siguientes componentes:

-  Calidad del servicio
-  Variedad del producto

- ✚ Fiabilidad del producto
- ✚ Servidos de ventas
- ✚ Costos
- ✚ Disponibilidad
- ✚ Tiempo de repuesta
- ✚ Tiempo de entrega
- ✚ Actitud
- ✚ Responsabilidad

1.4.2.- Recursos de Asociatividad

Existen recursos diferentes dentro de un plan asociativo pero destacamos las siguientes más importantes:

- ✚ **Atención al Cliente.**-Debe enseñar a establecer los objetivos del asociación la misma a programar a en el espacio y tiempo determinado, nos muestra acciones y pasos que se consideran necesarios para alcanzar los objetivos trazados con el plan.
- ✚ **Innovación.**-Es una mejora en el modelo de negocio dentro del plan asociativo es realizar grandes cambios organizacionales, productivos o tecnológicos, en lo cual innovar donde no exista competencia alguna para logra una productividad dentro de la organización.
- ✚ **Recursos Humano y Económico .**-Es un conjunto de habilidades de cada socio, que nos proporciona conocimientos y nos ayuda a modificar actitudes del personal no preparado, para que al final del ciclo mejoren sus expectativas de producción. Estas pueden ser materiales o inmateriales que permite a la asociación satisfacer ciertas necesidades del proceso

productivo. Nos referimos a la inversión o capital que debe aportar cada socio por igual para una estabilidad económica.

Finalmente se espera que con el presente trabajo asociativo se logre mejorar la eficiencia de las actividades técnicas y administrativas de cada persona formal, logrando contribuir al desarrollo de la misma, obteniendo resultados de mayor competencia en el mercado turístico.

1.4.3.- Estrategias de Evaluación

Las mayorías de las empresas utilizan estrategias para alcanzar productividad y competitividad dentro de sus negocios, otras lo hacen solo para competir en el medio, es de factor clave mencionar los siguientes enunciados:

- ✚ **Planificar.-** Nos enseña a establecer los objetivos de la asociación la misma también a programar en el espacio y tiempo determinado, nos muestra acciones y pasos que se consideren necesarios para alcanzar los objetivos trazados dentro del plan.

- ✚ **Presupuestar.-** Dentro del plan asociativo este punto es importante porque nos ayuda a distribuir y asignar de forma eficiente los recursos, en especial los financieros o aportaciones de cada socio que se programen de la manera que se lo ha planificado.

- ✚ **Control.-** Estando dentro de la organización cierto equipo de trabajo altamente preparado verifica los resultados, los compara con lo previsto en la planificación, y esto nos ayuda hacer más controlables en nuestro puesto de responsabilidad.

1.4.4.- Resultado de la Asociatividad

- ✚ **Clima Organizacional.-** Es la dinámica del grupo que debe tener, cada participante debe analizar sus fuerzas internas que incidan en el ambiente laboral como resistencia al cambio. También dentro del clima organizacional la interacción de ideas los ayuda hacer más exitosos en un alto volumen de producción y economía.

- ✚ **Cooperación entre Socios.-** Es un proceso de trabajo desarrollado por un grupo de individuos, que comparten un interés u objetivo preestablecido así logran mejorar sus expectativas de trabajo a nivel local.

- ✚ **Incremento de la productividad.-** Es la relación entre la cantidad y productos ofrecidos por parte del vendedor, si nuestros productos o servicios se venden a un tiempo menos establecidos, se logra hacer más productivo y eficiente a la hora de satisfacer necesidades.

1.5.- MARCO LEGAL

Dentro de las diferentes leyes de la República del Ecuador, al constituir un grupo asociativo, nos hacemos referi al (MIES), en la cual nos detalla que pasos e procedimientos debemos seguir, a continuación la siguiente ley:

1.5.1.-Ministerio de Inclusión Económica y Social. (MIES)

TÍTULO IV

De las Organizaciones Económicas del Sector Asociativo.

Art.- 24.- Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos por cinco personas naturales, productores

independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o comercializar, en forma conjunta, su producción, escala, mediante la aplicación de mecanismo de cooperación. **(Pág. #12).**

CONSTITUCIÓN

Art.- 25- Las asociaciones productivas o de servicios, adquirirán personalidad jurídica, mediante la resolución emitida por el instituto, luego de verificado el cumplimiento de los requisitos que constaran en el reglamento de la presente ley y para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones previstas en la misma, se registrarán en el Instituto y se someterá a la supervisión de la Superintendencia. **(Pág. #12)**

1.5.2.-Ley de Economía Popular y Solidaria.

SECCIÓN II

De las Organizaciones del Sector Asociativo.

Se entiende por la misma ley, las formas y prácticas económicas, individuales y colectivas, orientada al buen vivir de la sociedad, y por ende nos facilita la estructuración de un órgano asociativo, como se la debe aplicar con sus asociados; limitando las siguientes causas:

Art.18.-Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir comercializar y consumir bienes ilícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnologías, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de esta ley. **(Pág. #23.)**

Art.19.-Estructura Interna.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que presentará la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato. **(Pág. #23).**

A continuación según el Art. #20, cada asociado debe dar una cuota ya mínima o máxima para llevar a la asociación a un desarrollo jerárquico y competente, la misma que servirá para llevar a una escala de producción turística ejemplar.

Art.20.- CAPITAL SOCIAL.- El capital de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por excedentes del ejercicio económico.

En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrá ser objeto de reparto en caso disolución y se mantendrán con el fin social materia de donación. **(Pág. #23)**

1.5.3.- LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

Art.4.- La política estatal con relación al sector de turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al estado en cuanto debe potenciar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

- b) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- c) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del gobierno nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- d) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- e) Fomentar e incentivar el turismo interno; **(Pág. #1-2)**

Los servidores turísticos deben proteger ya sea el medio ambiente con sus servicios o productos que ofrecen, realizar actividades o proyectos que encaminen a la asociación a un desarrollo permanente.

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Toda asociación debe estar ligadamente con la ley de turismo, cumplir con el municipio con permisos ya sea de bomberos, marina, de funcionamiento, de control, de ordenamiento en fin, todo esto para una sociedad más hostil y se sienta representada por un balneario turístico competente.

Art.8.- Para el ejercicio de las actividades turísticas se requiere el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y sujeten a las normas técnicas y de calidad de vigentes. **(Pág. #2)**

1.5.4.- CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR - CAPÍTULO QUINTO

Dentro de la constitución del Ecuador según el art #310, toda institución, organización o empresas deben recibir crédito o ayuda por parte del gobierno o sectores financieros para que la misma tenga una escala mayor a la competitividad que requiere esta globalización.

Sectores Estratégicos, Servicios y Empresas Públicas.

CAPÍTULO SEXTO

Trabajo y Producción

Mediante este artículo el estado promoverá el desarrollo del buen vivir de la sociedad ya sea mediante asociaciones en la cual implica servir y satisfacer necesidades de los clientes.

Sección primera.- Formas de Organización de la Producción y gestión.

Art.319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas. El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivara aquellas que atentan contra sus derechos o los de la naturaleza; alentara la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del ecuador en el contexto internacional. **(Pág. # 67)**

1.5.5.- PLAN DEL BUEN VIVIR

OBJETIVO 6: Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

La cooperación social y característica de las economías de auto sustento y ciudadano humano constituye un elemento fundamental para la construcción de una economía social y solidaria, y una sociedad más equitativa. Por esto, las formas de asociativas de producción deben reproducirse en todos los sectores de la economía, para generar mejores condiciones para las personas que participan en ellas. **(Pág. # 80)**

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito de este plan asociativo en varios diseños que se representan, es conseguir un plan eficiente que lleve a cabo una ordenanza ejemplar para otras asociaciones, permitiéndonos analizar en el entorno global en énfasis a las deferentes dimensiones estratégicas del proceso de investigación.

Se buscó la forma más eficiente diseñar una estructura organizada mediante las Leyes Constitucionales del Ecuador antes los asociados del sector el barco varado, dentro del plan asociativo se busca la formalidad de integrar a cada servidor mostrando sus cualidades y competencia, transformándolo en un equipo colectivo altamente competente en su entorno turístico.

Las prioridades que se tienen en el grupo asociativo es que se unifiquen y que sean interactivos que se determine cada acción o idea que tiene cada socio para que la misma sea participe. Todos los miembros y vean a que camino ir en grupo, eso sí teniendo un propósito en común respondiéndose adecuadamente las oportunidades y amenazas que tienen en su entorno.

Dentro del estudio se basó primero a una entrevista a cada integrante, luego de determinar las posibles causas del problema de cada miembro, se analizó, se interpretó cada información, luego se los reunió a todos los involucrados principales (socios), se trabajó sobre las realidades de los hechos, la desconfianza, el desinterés que tiene por sí mismo, la dejadez empresarial.

Sin embargo para poder diagnosticar bien el problema de la situación actual, se recomendó analizar el problema e identificación, luego la variables de la determinación del problema en esto causa a una matriz FODA.

2.1.1.- Modalidad de la Investigación

La investigación de esta modalidad nos ayudó a determinar la aptitud de la asociación mediante un focus group y entrevista a socios determinando resolver un problema social.

Planes estratégicos está dentro de la asociatividad, como clases de capacitación, liderazgo, confianza, integridad, asesoramiento de ventas e administración. Asesoramiento de lo que realmente pide el ministerio de turismo y otras leyes que ampara a las diferentes actividades turísticas.

La necesidad de brindar servicios a sus clientes nos muestra una propuesta interesante, para que cada socio se conduzca a la posibilidad de conformar un grupo asociativo preparado. Nuestro proyecto se basa al desarrollo social dentro del plan asociativo, que tiene como propósito el desarrollo de competencias que permitan la participación activa de cada socio.

2.2.- TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1.- Por el Propósito

2.2.1.1.- Investigación Aplicada

En esta investigación daremos resolver un problema visible e existente dentro del plan asociativo, ya obtenido información de las entrevista a los miembros

podemos actuar, construir, modificar, es la utilización de los conocimientos básicos que debemos realizar dentro del plan asociativo en la práctica, para aplicarlos en la mayoría de los casos en provecho de la sociedad y el entorno.

De todo lo que hemos realizado hasta el momento, desde la justificación hasta la operacionalización, servirá para su ejecución, es determinante aplicarlo bajo parámetros, reglas, pero con mismo objetivo que lleve al éxito empresarial asociativo de cada servidor turístico.

Caracterizando el porqué de la aplicación, la investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; las consecuencias prácticas que vamos a ejecutar dentro del plan es saberlo como lo vamos a manejar, de qué manera será ejecutado, como hacer que todos los miembros dependan de sí mismo y trabajen en equipo.

2.2.2.- Por el Nivel de Estudio

2.2.2.1- Investigación Descriptiva

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Dentro del grupo asociativo en sus tareas como servidores turísticos lograremos ordenar, agrupar, servir como personas formales.

Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. Mediante un método de análisis de mayor nivel de profundidad, a través de los socios se recolecta datos, la misma se organiza, se compara cada información de los

involucrados directos, indirectos, luego se interpreta la redacción mediante un informe final, para que estén al margen de lo que pasa dentro de la organización.

2.2.3.- Por el Lugar

2.2.3.1- Investigación Documental

Es interesante este método por el cual nos guía de la forma correcta, contar con información válida a través del grupo asociativo que nos transmite en sus tareas diarias conociendo la realidad, logrando plantear objetivos a largo plazo y seguros en lo social.

Mediante la misma investigación realizada y construida se llevará al grupo o directiva de la asociación del sector “EL BARCO VARADO”, para la toma de decisiones en conjunto.

2.2.3.2.- Investigación De Campo

La clave en la que se basan las conclusiones es tomada de la realidad misma, es decir del campo o lugar donde se ubican los servidores turísticos, como se manejan, como trabajan, quien hace o no lo correcto, todo esto implica el desarrollo productivo turístico.

Ver de qué manera se forman ellos, si son equitativos o trabajan de una forma de desigualdad, las condiciones y parámetros que laboran ellos es de mucha importancia, a base de eso se toma decisiones en conjunto con la directiva.

Una investigación de campo también se lo puede manejar directamente a cada integrante, es decir; realizar una visita estratégica donde se encuentran laborando.

2.3.- MÉTODOS

Estos métodos son eficientes para nuestro apoyo de tema de tesis en la cual nos sirve realizar un estudio técnico, transparente, sencillo para el plan de asociatividad.

2.3.1.- Método Inductivo

El fin propuesto también se puede determinar con los servidores turísticos, es decir; para poder realizar un plan asociativo es necesario no solo un estudio grupal sino al contrario un estudio individual donde cada socio propone estrategias o cambios positivos, también presenta cambiar o modificar algo que no le gusta dentro de la asociación.

Nos permite tener una clara situación como se encuentra el grupo asociativo el Barco Varado, para luego en reunión de todos poder tomar una decisión eficiente y clara para la realización de un modelo asociativo dentro del sector turístico.

Es un método de razonamiento que analiza una porción de un todo; parte de lo particular a lo general, nos servirá para visualizar e analizar los diferentes aspectos externos e internos en el plan asociativo con los servidores turísticos, es indispensable que cada servidor turístico sea partícipe de todo el proceso asociativo.

Nos enseña como observar el medio en que nos encontramos, nuestro medio turístico, luego la comparación de datos o informes ya ejecutados dentro del enfoque asociativo, simple recopilación y tabulación de un todo para luego llevarlo a la abstracción y generalización sistematizada demostrada a cada socio, para que la misma plantee mejoras para el bienestar humano.

2.3.2.- Método Analítico

Aquí proponemos las causas y efectos de todo lo efectuado hasta ahora, el modelo asociativo debe llevar parámetros así podemos determinar que se debe hacer o mejorar en cada socio, nos permite ver hasta dónde podemos llegar como asociados, definiendo políticas de trabajo de manera que se vaya ejecutando el objetivo propuesto.

Se revisará de una manera minuciosa cada parte, cada hecho o registro de datos e información obtenida, mediante un focus group realizado, o entrevista, es identificar cada información de una manera clara y lógica para así poderla analizar e interpretarla para la toma de decisión en conjunto.

Medimos la trayectoria concreta que tiene cada integrante, y a qué nivel productivo quiere llegar, también personas involucradas indirectamente nos sirve para medir en qué condiciones ve la asociación de servidores turísticos.

2.4.- TÉCNICAS

2.4.1.- Entrevista

Esta técnica nos permite interrogar a un integrante o varios integrantes, que nos puedan dar informaciones sobre el asunto como se encuentran laborando individualmente como servidores turísticos, a que precios compiten, con qué mercado está compitiendo, es necesario guardar la mayor interacción entre ambas personas entre el entrevistado y el entrevistador, para lograr información deseada.

Debe ser planificado y sistemático todo esto registrando información relevante. (Ver Anexo #1).

2.4.2.- Encuestas

La que van a hacer dirigidas a los clientes potenciales, proporcionándonos informaciones muy claras y precisas, al momento de preguntar al consumidor, se mide los parámetros y preguntas fáciles que pueda contestar dicho encuestado.

Antes de formar una asociatividad entre conjunto con los servidores turísticos, la mejor manera de observar sus inquietudes e debilidades, es de una manera como ellos trabajan, dialogan en conjunto, detectando a la primera vista en que están fallando como equipo a través de la encuesta realizada. (Ver Anexo #2).

2.4.3.- Focus Group

Mediante este grupo focal los servidores mostraran todas sus inquietudes, debilidades y fortalezas, como amenazas y oportunidades que tienen dentro del ámbito turístico, factores que le impide realizar actividades para lograr una competitividad.

Un Focus Group es una técnica de recolección que nos permite ampliar datos utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular.

Para incentivar la participación en una entrevista o focus group, es común el uso de incentivos, ya sea monetarios u otros, para compensar la asistencia de los integrantes de estos grupos. La formalización del focus group, nos permite a todos los servidores turísticos reunirlos, convocarlos a una asamblea, y analizar ideas, temas en comunes de asociatividad.

Sin embargo para desarrollar tareas eficientes en equipo, debemos trabajar con mayor poder de negociación, de productividad, poder analizar en conjunto cualquier variable, esta técnica cualitativa también nos permite el intercambio de tareas, poderlas llevar al éxito mediante un trabajo equitativo. (Ver Anexo #3).

2.5.- INSTRUMENTOS

2.5.1.- Registro de Datos

El objetivo es registrar ya sean los socios que interviene dentro del plan asociativo, o también registro de contabilidades financieras, bonos, accionistas “socios”, entre otros, lo cual amerita el mejoramiento de datos ya existentes.

Nos permite tener un soporte físico de lo que es el grupo asociativo “El Barco Varado”, nos permite consultar por parámetros como tenemos registrados nuestra documentación, en qué fecha, tipo, tiempo, lugar, entre otras cosas.

2.6.- POBLACIÓN Y MUESTRA

A una distancia de tres kilómetros de General Villamil, vía a Data de Posorja, se encuentra ubicada la asociación “El Barco Varado”, donde ejercen los 10 servidores turísticos sus diferentes actividades en desarrollo del sector productivo del Cantón Playas.

Dentro del plan asociativo para los servidores turísticos del sector “EL Barco Varado”, se tomará diferentes medidas como es el tiempo, para ver cuántos son los miembros que van a lograr asociarse, en este caso los 10 socios, mediante un proceso que también conlleva espacio, porque es el lugar determinado donde van a ejercer sus diferentes actividades turísticas.

Tenemos también la cantidad de beneficiarios dentro del trabajo asociativo, es importante detallar a los 10 socios involucrados dentro de este plan:

CUADRO 3. Población

POBLACION	FRECUENCIA
CLIENTES – TURISTAS	339,000.00
SERVIDORES	10
INSPECTORES TURÍSTICOS	2
OTRAS ASOCIACIONES	3
TOTAL	339,015.00

Fuente: Población.

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

2.7.- CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Es imposible para el investigador entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo.

Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población.

El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población en este caso dentro del plan asociativo para los servidores turísticos, las observaciones y las diferencias entre cliente y el

servidor turístico son factores determinantes, en este caso nuestra población es el turista que demanda por año en la zona costera de Playas.

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

La fórmula a aplicar es al siguiente:

Aleatoria simple:

$$n = \frac{N(p * q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + p * q}$$
$$n = \frac{339015(0,5 * 0,5)}{(399015 - 1)\left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{339015(0,25)}{(339015 - 1)(0,000625) + 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{84753.75}{(339014) (0,000625) + 0,25}$$

n = 399
TOTAL ENCUESTAS

SIMBOLOGÍA

n= tamaño de la muestra

N= Universo

p= posibilidades a favor que se cumpla la hipótesis

q= posibilidades en contra que se cumpla la hipótesis

E= error admisible

K= 2

2.8.- PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo nos permite tener una visión más clara, indagando ornadamente cada información determinada, esto permite también asesorarlos en los aspectos que no tiene el menor conocimiento como es en lo micro empresarial e liderazgo para su eficiente desarrollo productivo e comercial dentro del sector donde laboran.

Nos muestra un proceso más formal para lograr una debida y correcta asociatividad con los servidores turísticos.

Para logra un plan de asociatividad con los servidores turísticos nos enfocaríamos de la siguiente manera:

- ✚ Analizar los problemas que ocurren en nuestro medio productivo, dentro del plan asociativo, delimitando cada etapa dentro del estudio focus group o Entrevista.
- ✚ Identificación del problema que le impide desarrollar un asociatividad.
- ✚ Planificar y seleccionar información para los socios y encuestas a los turistas.
- ✚ Recopilación de datos adjuntos con los socios y turistas.
- ✚ Ordenamiento de datos a través de las encuestas y entrevistas
- ✚ Determinación de objetivos claros y transparentes.
- ✚ Planteamiento de soluciones y conclusiones mediante la recopilación de los datos.

Nos permite el aumento del rendimiento laboral, también contribuye una buena coordinación y orden en las diferentes actividades dentro de la asociación, en la cual dentro del procedimiento nos permite determinar menos errores y más producción en el área productiva del sector turístico “El Barco Varado”.

2.9.- PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Proceso es el conjunto de actividades o tareas, mutuamente relacionadas entre sí que admite elementos de entrada durante su desarrollo ya sea al inicio o a lo largo del mismo, los cuales se administran, regulan o auto regulan bajo modelos de gestión particulares para obtener elementos de salida o resultados esperados.

Sin embargo cada asociado dentro del modelo asociativo adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen en manejo eficiente y eficaz de los recursos de la asociación, la innovación de productos e servicios, de tal manera que coadyuve al crecimiento sostenible de dicha asociación.

- ✚ Presentación de los datos obtenidos.
- ✚ Análisis de la entrevista y encuestas para, poder llevar a un ambiente más equitativo y organizado dentro del enfoque asociativo.
- ✚ Medir cada situación dada dentro del entorno, en el área administrativa y financiera.
- ✚ Visión y misión de lo que requiere el grupo asociativo “El Barco Varado”
- ✚ Procesamiento de la variable dependiente e independiente.
- ✚ Presentación de las conclusiones y recomendaciones.

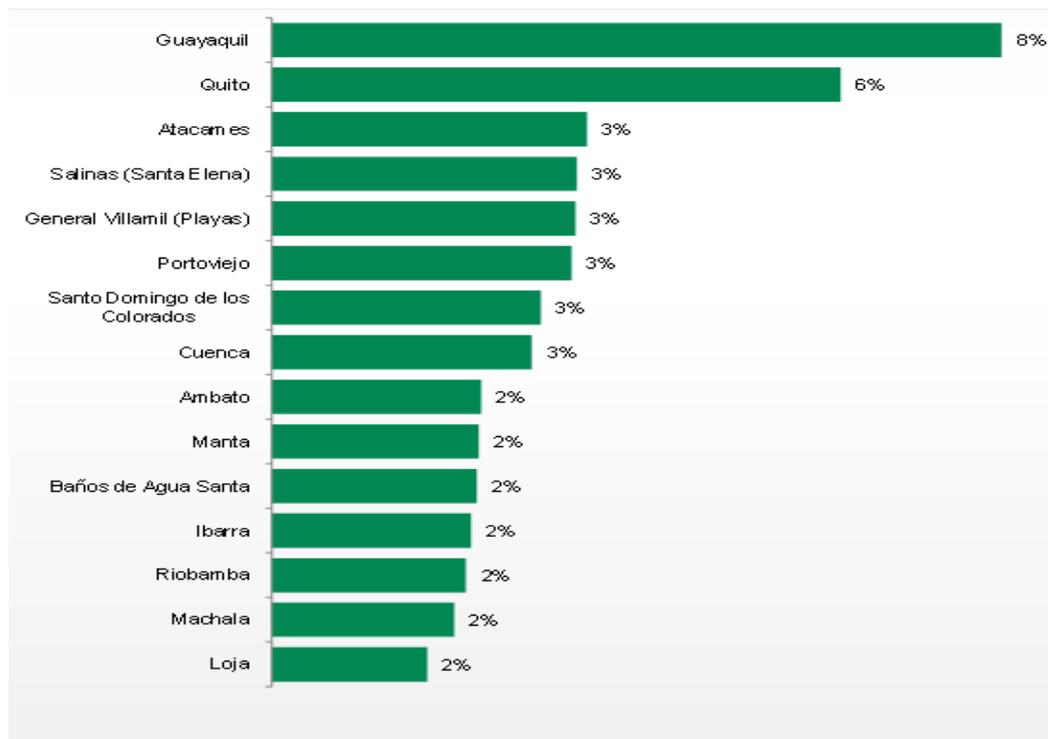
2.10.- ESTUDIO DE MERCADO

2.10.1.- Determinación de la Demanda

Es importante mencionar para el estudio de mercado se estratificó una demanda de turista que visitan anualmente el balneario de playas; es decir, tomando de las edades de 18 a 60 años de edad hombres y mujeres, mediante las temporadas altas, medias y bajas del sector turístico.

Sin embargo nuestra población o clientes potenciales ya estratificados se realizaron la respectiva encuesta en toda la zona costera de playas, pues cabe mencionar que también como sitio específico se lo realizó en el sector el Barco Varado donde laboran los servidores turísticos.

FIGURA 5. Mintur



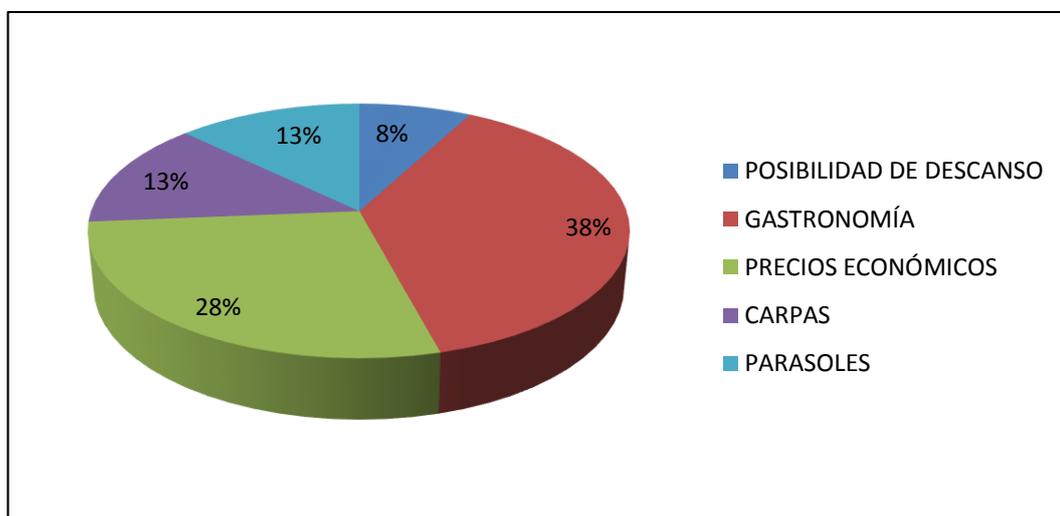
Fuente:(Mintur)

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Para la realización de la demanda se utilizó datos eficientes del Ministerio de Turismo, mediante el Mintur con el porcentaje de turistas internos en la cual se desplazaron en los diferentes sitios turísticos del Ecuador que fueron 11'300.000.00 y mediante esta para General Villamil Playas fue sólo un 3% de desplazamiento, en la cual dividimos y el resultado es de 339.000 turistas que vistieron en el transcurso del año culminado.

Luego se determina realizando las encuestas específicas para el cliente y se procede a determinar qué servicios prefieren.

FIGURA 6. Incidencia en productos turísticos



Fuente: Incidencia en productos turísticos
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Esta pregunta fue realizada por que se requiere determinar lo cual importante era que el cliente que prefiere a la hora de hacer turismo en el sector el Barco Varado, un 38% prefiere por la Gastronomía, y otro un 28% por sus precios muy económicos al alcance del bolsillo del cliente. A cambio 13% al igual que el 13% la eligen por descansar y gustar del ambiente al igual que prefiere las carpas, y con un 8% eligen parasoles.

2.10.2.-Determinación de la Oferta

Realizado ya nuestra respectiva determinación de la demanda, realizamos una pequeña matriz de lo que se ofrece, los precios son determinantes, y las diferencias que se viaja ya sea por Gastronomía, por descanso, por diversión, etc.

Sin embargo tenemos una estructura del análisis de mercado que vamos a utilizar dentro del sector turístico el Barco Varado, que nos servirá para la toma de decisiones correctas y analizarlas con minuciosidad para los servidores turísticos puedan ejercer sus labores con más eficacia y productividad.

CUADRO 4. Demanda

UNIDADES PRODUCIDAS	22.534	16.224	14.422	13.520	12.619	10.816	90.135
PRODUCTOS	ARROZ CON CORVINA	ARROZ CON FILETE	ARROZ MARINERO	CEVICHE DE CONCHA	CEVICHE DECAMARON	CEVICHE MIXTO	
PRECIO DE VENTA	\$ 5,50	\$ 4,00	\$ 6,50	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,50	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 3,30	\$ 2,40	\$ 3,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,30	
CONTRIBUCIÓN MARGINAL	\$ 2,20	\$ 1,60	\$ 2,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,20	
MEZCLA DE VENTAS	25%	18%	16%	15%	14%	12%	
CONTRIBUCIÓN PONDERADA	\$ 0,55	\$ 0,29	\$ 0,42	\$ 0,30	\$ 0,28	\$ 0,26	
CONT. POND. TOTAL	2,10						
COSTOS FIJOS	66.481						
P.E. MEZCLA DE VENTAS	31.688						
P.E. POR PRODUCTOS	7.922	5.704	5.070	4.753	4.436	3.803	31.688

Fuente: Demanda

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

También es importante nuestro costo de producción y nuestras ventas en cifras, pues permitirán que los servicios turísticos a ofrecer vayan a satisfacer necesidades exigidas por el cliente.

La investigación de campo dentro del ámbito eco turístico, reveló que el cliente o el consumidor prefieren el plato gastronómico ante cualquier servicio que se brinde, porque en la hora de establecer nuestra demanda el consumidor se inclinó por la misma.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES.

Nuestro factor importante es dirigirnos hacia los clientes que visitan el sector el Barco Varado y sus alrededores, con el fin de determinar las situaciones e dificultades que presentan la misma.

Esta vez implica un conocimiento completo del problema a investigar; es decir, debemos identificar el problema, necesidades, fuentes de información para poder realizar las respectivas preguntas a nuestros clientes.

Luego así poder ejecutar las encuestas correctas, luego de la mismas se realiza un diseño de separación por datos sea ya por, sexo, edad, preguntas abiertas o cerradas, entre otras, se recopila todo para proceder hacer un tratamiento estadístico minucioso que nos sirva a tomar decisiones productivas para nuestro sector turístico.

Luego se analiza los datos obtenidos de la encuestas para cumplir el objetivo recomendado, realizado todo esto nos probara a que camino debemos seguir o qué estrategia debemos utilizar en cuanto a precio, producto o valor agregado al servicio ofrecido al cliente consumidor.

Sin embargo para tener mayor exactitud y eficiencia, debemos contar también con el apoyo de los servidores turísticos del sector el Barco Varado porque se debe trabajar en conjunto para el éxito a largo plazo planeado, encontrando un nicho de mercado capaz de brindar servicios a los turistas potenciales.

3.1.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

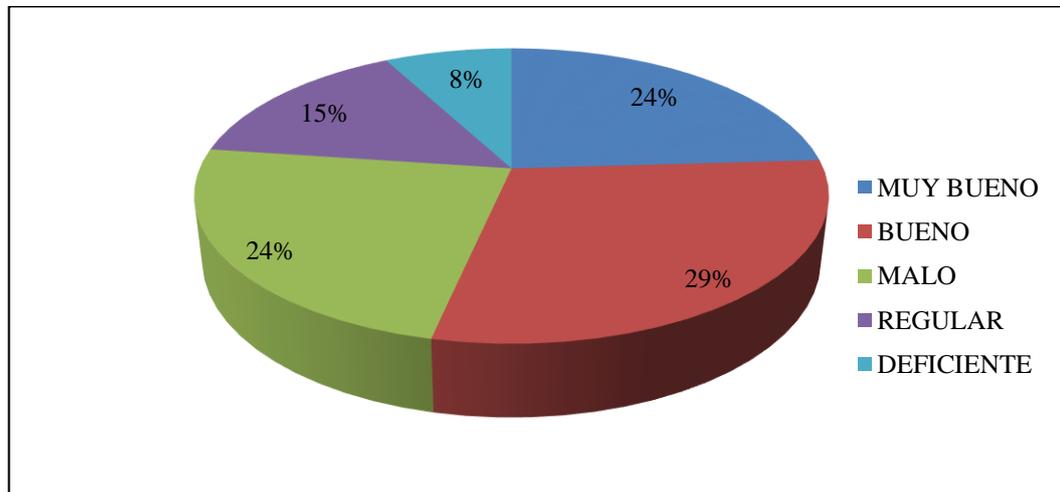
¿Cómo califica el servicio en atención al cliente en el sector “El Barco Varado” para un desarrollo turístico local?

TABLA 1. Servicio en atención al cliente

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1	MUY BUENO	96	24%
	BUENO	117	29%
	MALO	95	24%
	REGULAR	60	15%
	DEFICIENTE	31	8%
	TOTAL		399

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 1. Servicio en atención al cliente



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

A través de las encuestas realizadas nos refleja que se trabaja en equipo, es bueno el servicio que se brinda, de manera que hay una deficiencia minoritaria, en la cual no preocupa pero si se puede mejorar de una forma correcta y oportuna para satisfacer las necesidades del cliente.

¿Qué opinión tiene usted sobre la organización de los servidores turísticos?

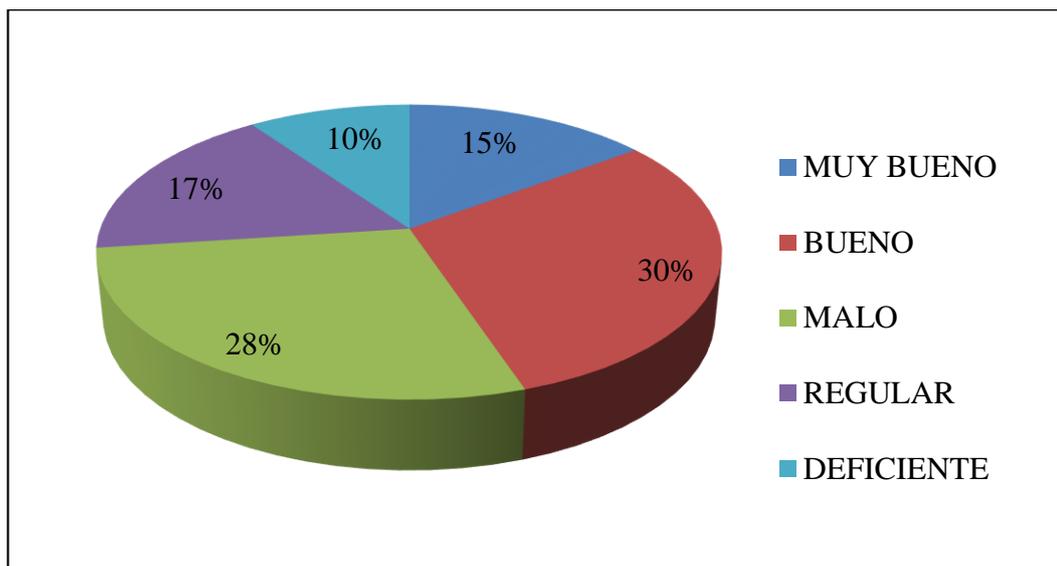
TABLA 2. Opinión sobre la organización

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
2	MUY BUENO	59	15%
	MALO	112	28%
	BUENO	120	30%
	REGULAR	69	17%
	DEFICIENTE	39	10%
	TOTAL		399

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 2. Opinión sobre la organización



Fuente: Opinión sobre la organización

Elaborado por: Crespín Alex

Es importante la organización que tiene los posibles socios, en la cual el mayor porcentaje es bueno, al contrario también nos manifestaron que los socios debe mejorar: es decir, que sería un éxito un plan de capacitación, porque muchos no están de acuerdo que no tienen una buena formación. En la cual nos permite que deban mejorar la productividad trabajar cooperada mente en grupo, no por individualidad que lo único que se logra es disminuir la oferta turística.

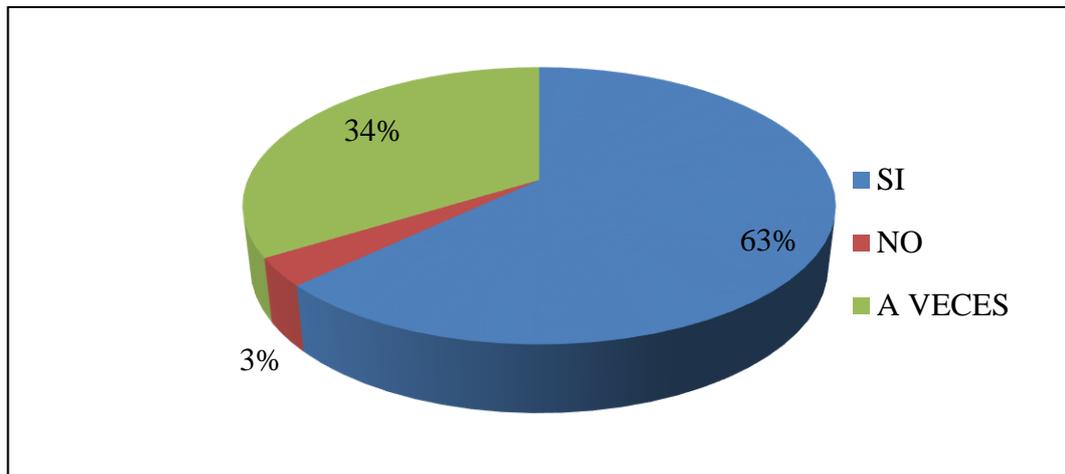
¿Está de acuerdo que los servidores turísticos muestran una actitud favorable y cordial a la hora de recibir al cliente?

TABLA 3. Actitud al recibir al cliente

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
3	SI	251	63%
	NO	13	3%
	A VECES	135	34%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 3. Actitud al recibir al cliente



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

En el sector el Barco Varado vía a Data de Villamil se consideró que si se recibe una actitud favorable y cordial a la hora de recibir el cliente, eso es bueno para los socios porque de la misma manera muestran una imagen al sector donde laboran. Sin embargo no afecta el porcentaje que es mínimo, pero si no se toma las medidas necesarias a tiempo, puede afectar a largo plazo y no sería satisfactorio para los servidores que desean trabajar como toda una asociación en conjunto.

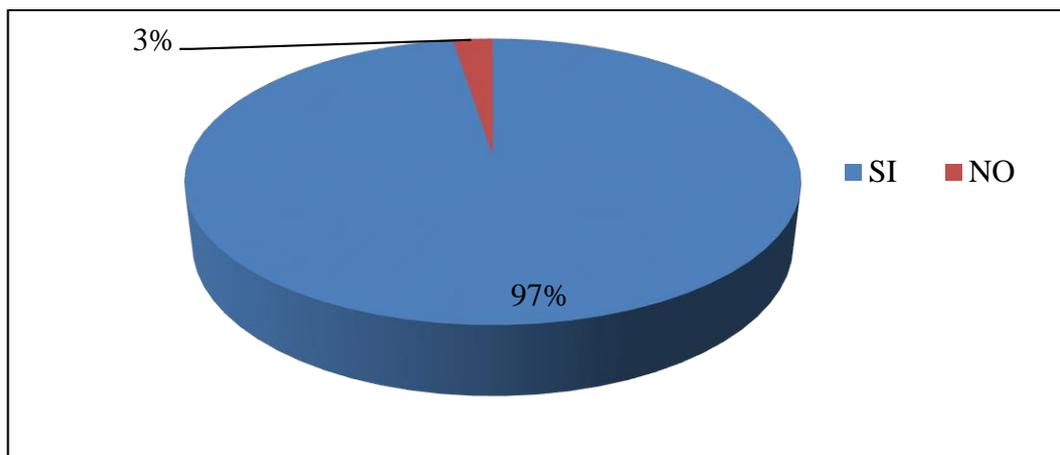
¿Actualmente está de acuerdo que se realicen eventos o actividades para darle una buena imagen al sector?

TABLA 4. Acuerdo que se realicen actividades

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
4	SI	389	97%
	NO	10	3%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 4. Acuerdo que se realicen actividades



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Es satisfactorio que la mayoría de los encuestados propuso que sí, también los clientes propusieron que no, este resultado nos hace pensar de dos maneras; es decir, los turistas sólo prefieren disfrutar de las playas y que no contaminen el ambiente colocando diversos juegos para niños y adultos, por otra parte también podemos captar que el turista le gusta pasar el rato como está actualmente las playas, y prefieren un lugar más amplio y satisfecho para lograr una tranquilidad cómoda.

¿En el sector “El Barco Varado” donde laboran los servidores turísticos, existe servicios básicos necesarios para el cliente?

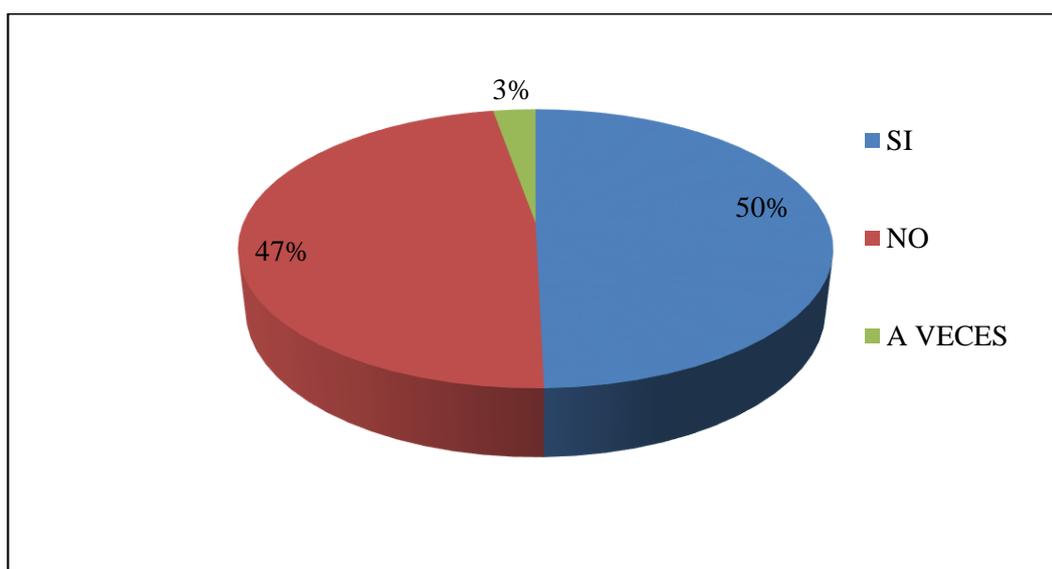
TABLA 5. Servicios básicos necesarios

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
5	NO	190	47%
	SI	198	50%
	A VECES	11	3%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 5. Servicios básicos necesarios



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

La mayoría de los encuestados están de acuerdo que si existen servicios básicos necesarios para el cliente, Sin embargo también propusieron que no, eso es malo y provocaría un ausentismo de clientes en el sector, se debe solucionar el problema con los servidores turístico aumentando baños de enjuague, de higiene, la luz que se requiere implementar con la ayuda del GAD, para la satisfacción del cliente.

¿Cómo evalúa el nivel de profesionalismo de los servidores turísticos del sector “El Barco Varado?”

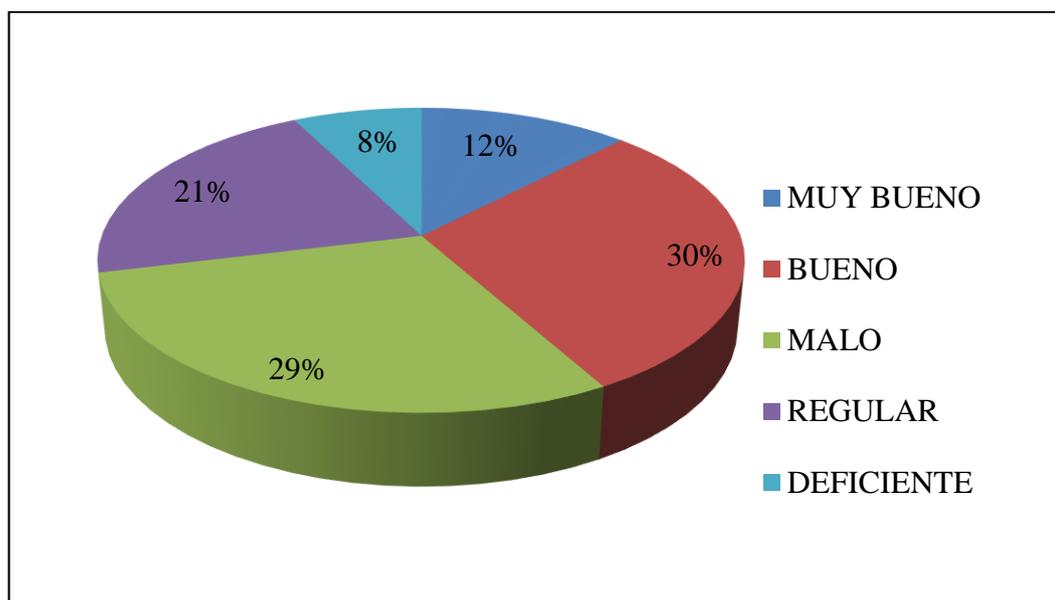
TABLA 6. Nivel de profesionalismo

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
6	MUY BUENO	49	12%
	BUENO	118	30%
	MALO	117	29%
	REGULAR	85	21%
	DEFICIENTE	30	8%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 6. Nivel de profesionalismo



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

La mayoría de los encuestados nos manifestaron que el servicio es bueno, al contrario casi parejo el resultado que es malo, es factible que si se está trabajando de una manera responsable, a lo que equivale la cooperación entre todos y el beneficio para el grupo asociativo.

¿Considera importante un plan de asociatividad para los servidores turísticos, para elevar la productividad turística?

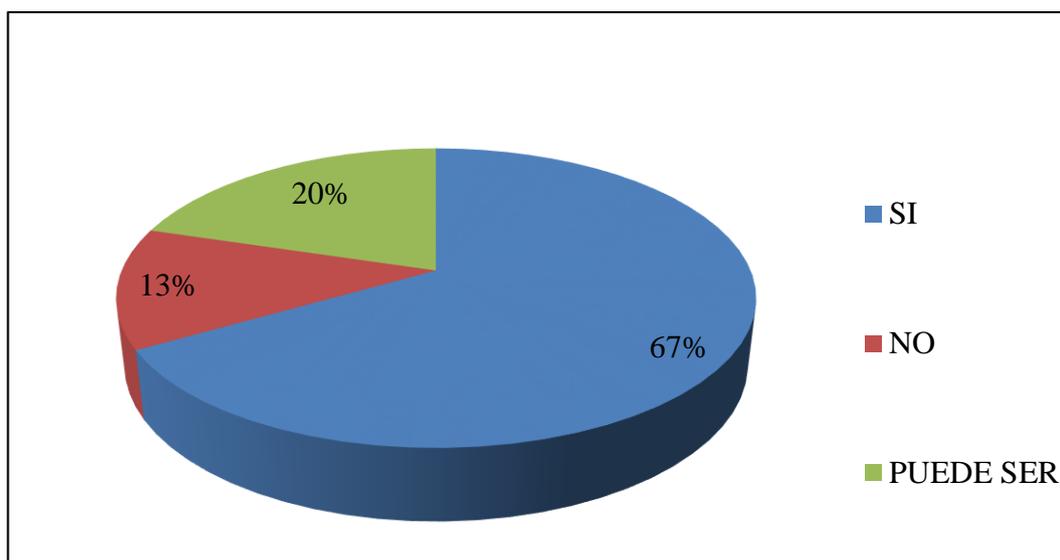
TABLA 7. Importancia de un plan de asociatividad

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
7	SI	266	67%
	NO	52	13%
	PUEDE SER	81	20%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 7. Importancia de un plan de asociatividad



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Por ende nos manifestaron que si la mayoría de los encuestados, proponiendo un plan de asociatividad, las expectativas y el incentivo que se requiere es relativa a una acción productiva dentro del sector el Barco Varado, manteniendo tendencia de lograr éxito. Además los clientes también dijeron que no, esto provocaría un fracaso en conjunto.

¿Disfruta usted como cliente los servicios que brindan los servidores turísticos como: comidas típicas, parasoles, hamacas, entre otros?

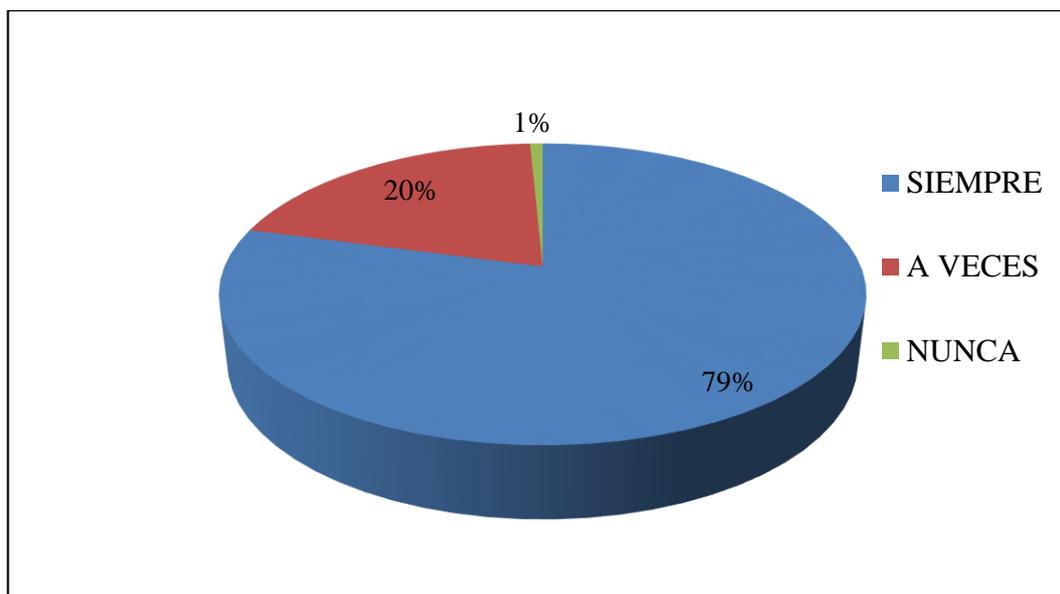
TABLA 8. Disfruta de los servicios turísticos

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
8	SIEMPRE	316	79%
	A VECES	80	20%
	NUNCA	3	1%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 8. Disfruta de los servicios turísticos



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Los clientes disfrutaron de los servicios dados por los servidores turísticos, también registrar una disminución y eso es lo que se quiere lograr, es decir entre menos sea el porcentaje mayor será nuestro agrado por los turista con nuestros productos finales hacia ellos.

¿Dentro del sector “El Barco Varado” para los clientes, existe la seguridad pública por parte de las autoridades?

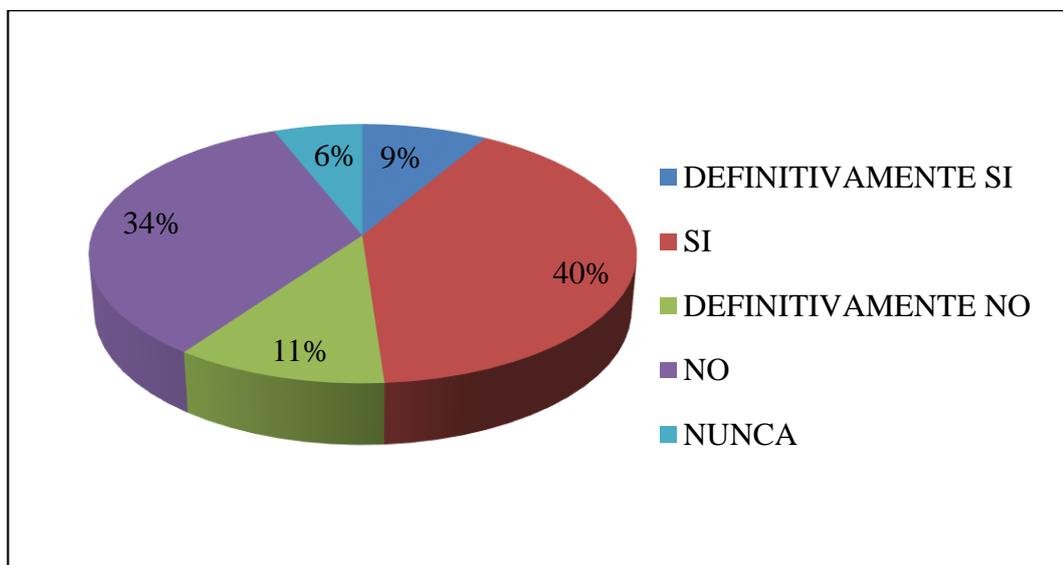
TABLA 9. Seguridad pública

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
9	DEFINITIVAMENTE SI	34	9%
	SI	161	40%
	DEFINITIVAMENTE NO	44	11%
	NO	136	34%
	NUNCA	24	6%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 9. Seguridad pública



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Con un porcentaje alto si existe seguridad por parte de las autoridades públicas, sin embargo también manifestaron los encuestados que no, todo éste resultado nos permite estar preparados para una asistencia turística mayor ya sea en las diferentes temporadas que tiene el año.

¿Cómo cliente, como evalúa el parqueadero del sector turístico “El Barco Varado”?

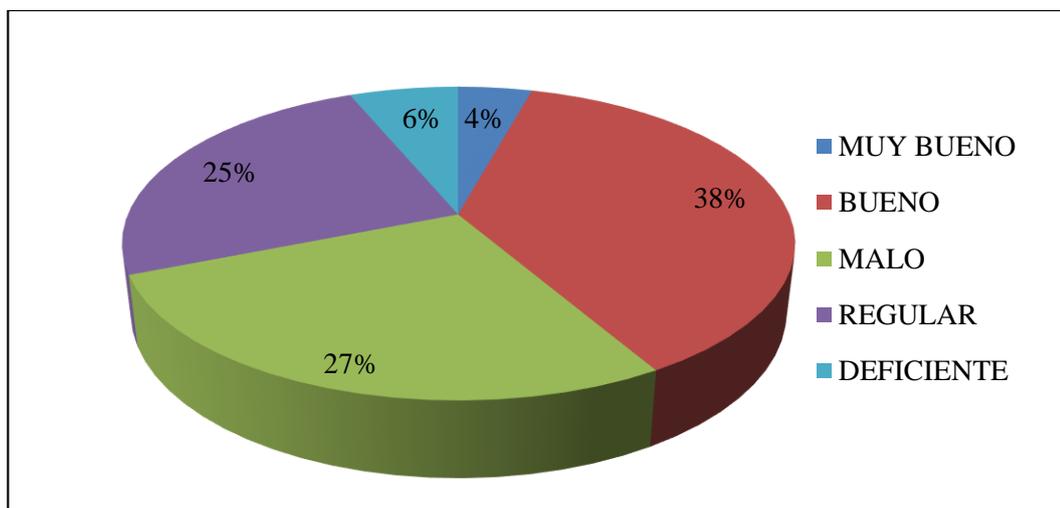
TABLA 10. Parqueadero dentro del sector

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
10	MUY BUENO	17	4%
	BUENO	149	38%
	MALO	109	27%
	REGULAR	99	25%
	DEFICIENTE	25	6%
	TOTAL		399

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 10. Parqueadero dentro del sector



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Las encuestas realizadas nos muestran que están satisfechos por el lugar amplio para sus autos a la hora de disfrutar de la gastronomía y servicios del Barco Varado, existiendo respaldo por la seguridad de guardianes pagados por los posibles socios. Es más se debe mejorar continuamente colocando material bueno para el estacionamiento y así evitar riesgos.

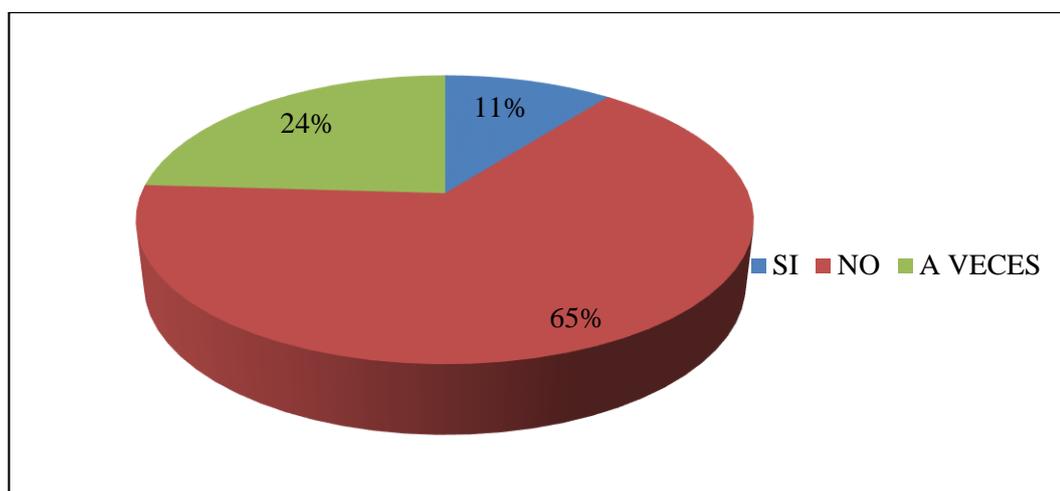
¿Los servidores turísticos, abusan del valor del servicio ofrecido hacía el cliente?

TABLA 11. Abusan del servicio

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
11	SI	42	11%
	NO	261	65%
	A VECES	96	24%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 11. Abusan del servicio



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Nos manifestaron que no, el desempeño proviene de la evolución del grupo asociativo que se prepara para un largo plazo. Sin embargo dijo que a veces, eso es determinante por motivos de alzas de precios por las temporadas altas o materia prima en veda. Todos los servidores proponen un precio justo sin ausentar al turista, con un menú establecido de cada servidor.

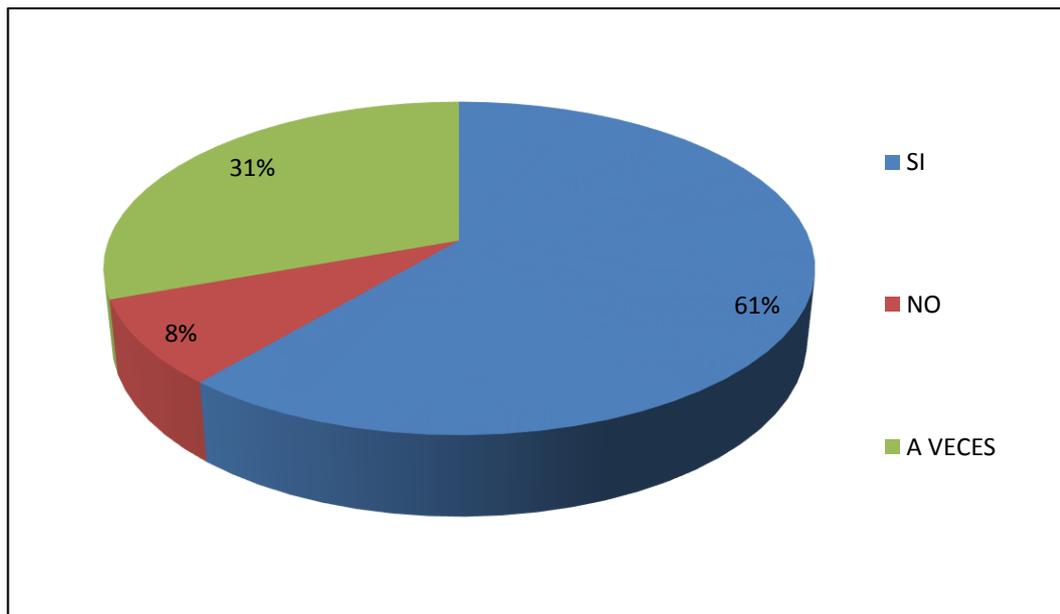
¿Los servidores turísticos muestran interés por los turistas, y cumplen con lo acordado con el cliente?

TABLA 12. Cumplen con lo acordado con el cliente

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
12	SI	244	61%
	NO	33	8%
	A VECES	122	31%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 12. Cumplen con lo acordado con el cliente



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Con un equivalente porcentaje alto, los clientes al momento de adquirir un producto no muestran abuso por parte de ellos y se cumple el trato ofrecido. Con una inferior cantidad al resultado anterior, nos muestra que estamos implementando una organización con estrategias de precios justos con servicios que requiere el cliente sin abusar, de darle un producto por otro que no hay.

¿Los servidores turísticos están constantemente innovando sus servicios ofrecidos hacia el cliente?

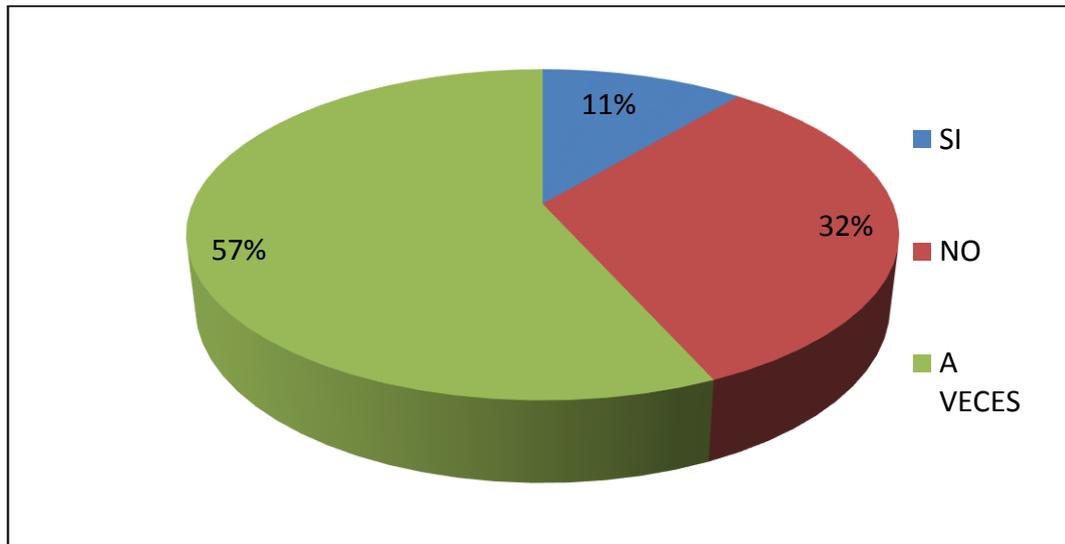
TABLA 13. Innovación de los servicios turísticos

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
13	SI	44	11%
	NO	129	32%
	A VECES	226	57%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 13. Innovación de servicios turísticos



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Los clientes están complacidos de los servidores, por lo cual no solo trabajan con un estándar de productos turísticos, sino al contrario se preocupan por estar innovando en sus servicios. Todos los miembros del grupo asociativo, deben proponer una serie de estrategia así mismo varia sus precios pero sin el abuso al demandante que es el cliente, ya que sin ellos no sería factible laborar en una zona costera que demanda muchos turistas durante el transcurso del año.

¿Se le proporciona un servicio adicional, mientras usted espera su requerimiento?

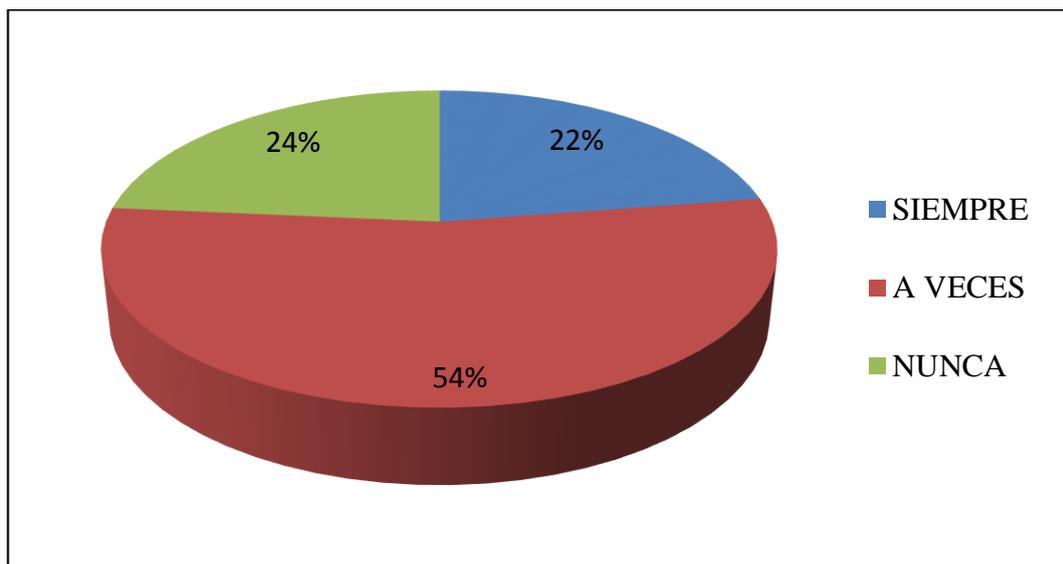
TABLA 14. Servicio adicional al cliente

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
14	SIEMPRE	90	22%
	A VECES	215	54%
	NUNCA	94	24%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 14. Servicio adicional al cliente



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Un servicio adicional o agregado es referente a la atracción de clientes, pero no todos lo proponen; es decir, la visión de los posibles socios está en prepararse para que influya un sector competente y ser un modelo de asociación para otras ya realizadas con un porcentaje alto en la figura que se representa. También manifestaron que siempre se les ofrece un servicio adicional.

¿Cómo evalúa la salubridad del sector “El Barco Varado”?

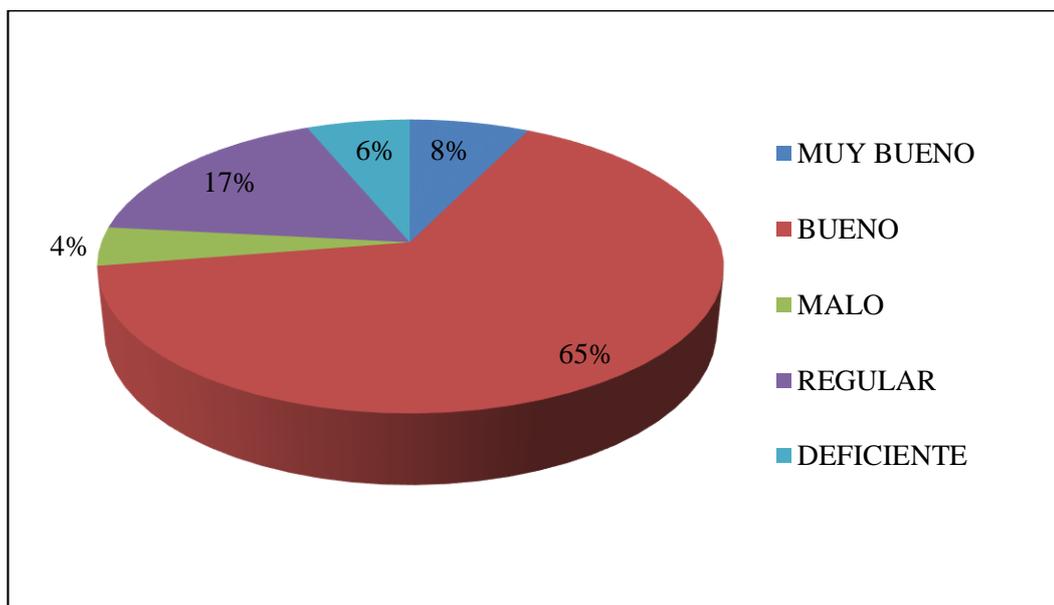
TABLA 15. Salubridad en el sector

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
15	MUY BUENO	29	8%
	BUENO	260	65%
	MALO	17	4%
	REGULAR	68	17%
	DEFICIENTE	25	6%
	TOTAL		399

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 15. Salubridad en el sector



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Los clientes manifestaron que encuentra la playa limpia, sin desechos regados por toda la zona costera, con un porcentaje alto que es bueno, seguido de regularidad, también hay deficiencia que es diminutivo por lo cual nos permite ser más responsable en trabajar en equipo y con las autoridades públicas.

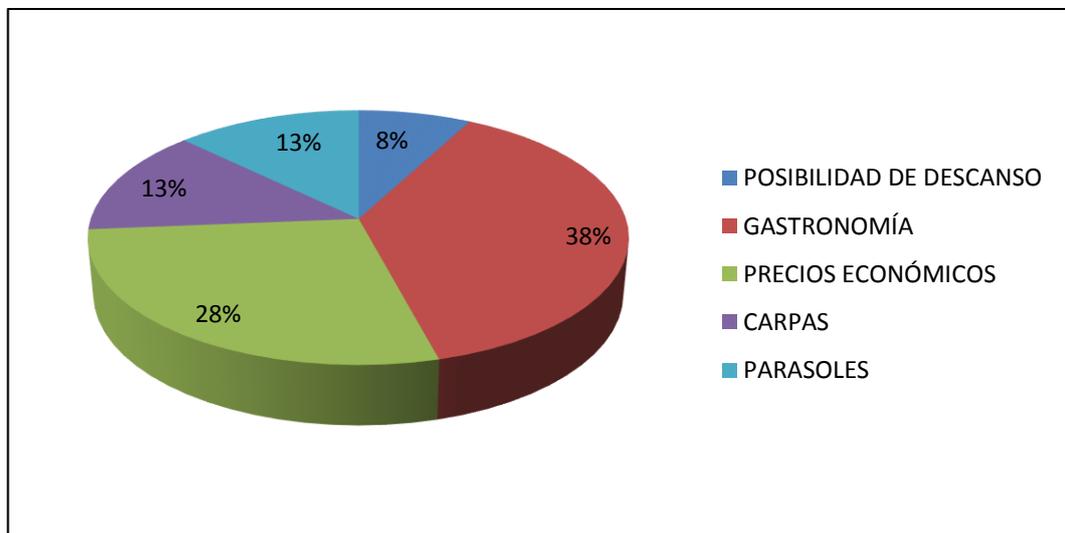
Cuál es el factor de mayor incidencia a la hora de hacer turismo en el sector “El Barco Varado”

TABLA 16. Mayor incidencia en el sector

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
16	POSIBILIDAD DE DESCANSO	31	8%
	GASTRONOMÍA	152	38%
	PRECIOS ECONÓMICOS	111	28%
	CARPAS	54	13%
	PARASOLES	51	13%
	TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 16. Mayor incidencia en el sector



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Esta pregunta fue realizada por que se quiso determinar la importancia para el cliente que prefiere a la hora de hacer turismo en el sector el Barco Varado, la mayoría prefiere la gastronomía, y otros por sus precios económicos al alcance del bolsillo del cliente.

¿Cuánto es su desembolso durante su estadía dentro del sector “El Barco Varado”?

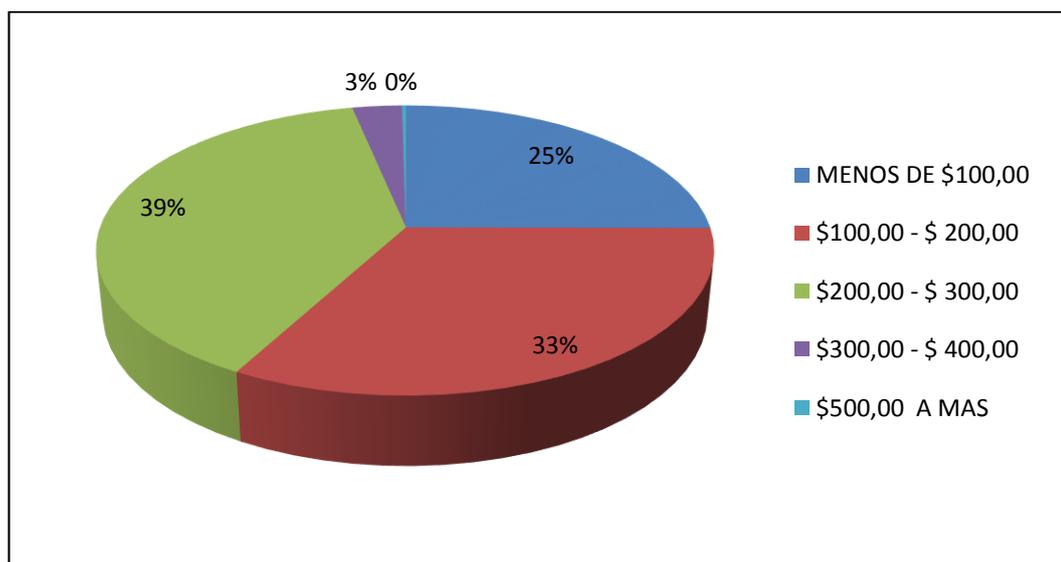
TABLA 17. Desembolso del cliente

ITEM	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
17	MENOS DE \$100,00	100	25%
	\$100,00 - \$ 200,00	131	33%
	\$200,00 - \$ 300,00	155	39%
	\$300,00 - \$ 400,00	12	3%
	\$500,00 A MAS	1	0%
	TOTAL		399

Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

GRÁFICO 17. Desembolso del cliente



Fuente: Encuestas dirigida a los clientes

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Esta pregunta es determinante porque nos permite cuanto el cliente desembolsa a la hora de hacer turismo en el sector el Barco Varado, obteniendo un alto porcentaje de valor, el grupo asociativo debe ser competente y debe vender sus servicios de una manera eficaz para poder llegar al cliente. Los resultados son beneficiosos porque nos permite realizar estrategias de promoción.

3.2.-GRUPO FOCAL.

Dentro del proceso formativo con los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, se logró a reunirlos para tratar asuntos de la asociatividad, para qué sirve, que beneficios con trae, también se tuvo la oportunidad de darles charlas de asesoría micro-empresarial, como ser líder, para así formar una buena estructura desde abajo.

Dentro del grupo organizativo se manifestó que no existe buena comunicación, falta de entusiasmo, de compromiso, todo esto conlleva al fracaso de sí mismo.

Sin embargo se logró transmitir como se debe trabajar en equipo, como llevar a una organización adelante utilizando recursos internos de los mismos. Indicar responsabilidades en la formación, estableciendo objetivos claros y transparentes para una buena productividad turística.

Es importante comunicarles que al asociarse se disminuye la incertidumbre y las debilidades de cada socio, obteniendo riesgos y costos por igualdad con mayor control para ser más eficientes en sus labores turísticas.

Se les propuso también que tenían que distribuir y coordinar acciones estableciendo una relación conjunta, disminuyendo la desconfianza que se tienen, el oportunismo, respeto mutuo, desafiando a la innovación desde un nuevo modelo y estructura de la misma.

Una vez identificadas las dificultades de cada servidor que se obtuvo mediante una ficha socioeconómica que se les realizó se determinó que existe escasez de valores culturales, decisión voluntaria, individualismo, todo esto nos ayudó a establecer acciones formativas para cada uno.

Se estableció dentro del grupo como debe ser partícipe ligándolo al proceso formativo, estableciendo una comunicación abierta entre los mismos, se inculco que no deben realizar propuestas sin antes ser discutidas por el directorio y la asamblea general por que los puede llevar al fracaso.

El sentido pertenencia de cada asociado es importante lo conlleva a la orientación de un resultado eficiente del grupo. Se propuso que dentro de la organización cada meta propuestas por ellos debe ir ligadamente con las leyes existentes, ser medibles y así evitar problemáticas la misma debe ser consensuado por los socios en la respectiva formación.

Se determinó que los asociados deben aportar por igualdad, los lleva al compromiso y duración en el proceso formativo, facilitándose recursos materiales, humanos, funcionales, determinando una adecuada asociatividad eficaz.

3.3.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.

A través de la entrevistas se obtuvo información detallada de los servidores turísticos del sector el barco varado, nos manifestaron que la situación es un poco ineficiente por lo que las autoridades del municipio, no brindan un servicio de primera, falta de servicios básicos, e proyectos incumplidos dentro de la zona costera de playas.

A los servidores turísticos se les dio a conocer el plan de asociatividad que se tiene previsto a largo plazo, todos estuvieron de acuerdo, para ellos es asegurar su participación permanente a los turistas brindando un mejor servicio al cliente mejorando las habilidades y destrezas de cada asociado.

Es importante que los miembros reciban no sólo charlas de asociatividad sino más bien enfocarlos a llevar su viabilidad durante su organización para el éxito en conjunto.

Muchos servidores no tienen el sentido de pertenencia, la responsabilidad, la falta de compromiso, pero todo esto es un proceso gradual que se llevara a cabo para que puedan llegar a ser más competente dentro de la zona costera de playas.

Cada servidor turístico ya integrado dentro del grupo asociativo se formará una estructura o directiva para que la misma encamine hacer cumplir los requisitos y reglamentos que mantiene una asociación.

A la hora de ejercer una actividad, se les reúne a todos los asociados se les da el tema a conocer, la misma es discutida en la reunión y se procede a tomar una decisión oportuna, claro todos los servidores deben estar de acuerdo con lo planteado.

Los recursos disponibles de cada socio, se les utiliza para la compra de materia primas; es decir, remodelación de cabañas para así poder brindar un buen servicio oportuno al turista.

3.4.- INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.

1.- ¿Cómo se encuentra la situación actual de los servidores turísticos, en el sector “EL BARCO VARADO” para un desarrollo turístico local?

En la actualidad se encuentra en pésimas condiciones para recibir el turista, las autoridades municipales no hacen nada mediante su periodo de gobernación aquí en el cantón playas. Las bajada donde se encuentra laborando todos los servidores

turísticos de la asociación “El Barco Varado”, no existen los servicios básicos necesarios para el cliente- turista, teniendo que cubrir por el bolsillo de propio de cada integrante del grupo asociativo para atender bien el turista.

Es necesario que las autoridades como principales gobernantes de este balneario realicen diferentes actividades para que así atraiga al turista, y por supuesto de una mejor imagen al sector donde laboran los servidores turísticos.

2.- ¿Qué opinión tiene usted acerca del plan de asociatividad para los servidores turísticos?

Positivamente estamos de acuerdo con un plan de asociatividad eso nos beneficiara a todos los servidores turísticos de este sector.

Nuestro propósito es mejorar nuestra calidad de vida, recibir asesoría técnica y especializada por parte de profesionales, obtener esa confianza mutua entre todos los miembros que pertenecen, mientras todos aportamos es señal de compromiso y responsabilidad, para poder llegar a una formación micro-empresarial.

3.- ¿Se encuentran altamente capacitados los servidores turísticos para asumir responsabilidades dentro del grupo asociativo?

Todos los servidores turísticos, estamos preparados para asumir cualquier rango jerárquico dentro de la asociación. Es importante que al momento de asumir una responsabilidad, el integrante deber tener esa capacidad de innovar, tener esa confianza en sí mismo lo cual lo acredita hacer un buen líder dentro del grupo asociativo.

Los servidores turísticos nos pudieron manifestar que le gustaría recibir una capacitación por parte de instituciones públicas o privadas para mejorar en su

competitividad, demostrando a la sociedad que si se puede progresar en un objetivo a largo plazo.

4.- ¿De qué forma afecta las RRHH, para la toma de decisiones de los servidores turísticos dentro del sector?

Entre todos los miembros de la organización existen un grupo que siempre debe estar en contra, y es ahí donde ocurre la resistencia al cambio, la desconfianza. El individualismo es el factor clave de cada asociado, por el motivo que a veces donde no se llega a un acuerdo, cada uno lo toma a su medida necesaria, sabiéndose valer por sí mismo sin mirar a los demás en qué condiciones estén.

Las relaciones humanas dentro del grupo asociativo no son tan buenas, al momento de llegar a una conclusión o a un acuerdo lo más breve es hacer una reunión entre todos los pre-socios, se discute el tema intervenido o problema se llega a un acuerdo pacíficamente hasta llegar en un acuerdo todos los servidores del sector el barco varado.

5.¿Qué beneficios tendrán los pre-socios, mediante la formación micro-empresarial?

Nos ayudaría hacer más competente y a la vez tener ese carisma, confianza, ligereza, para el buen trato al cliente que es lo primordial para nosotros los asociados. Es importante que los pre-socios tengan más adaptación y organización en el momento de enfrentar un obstáculo dentro o fuera de la organización.

Los niveles de aprendizaje serán oportunos para cada servidor turístico, trabajar conjuntamente entre todos, sabiendo las reglas de juego, acordando con procedimientos que regulen las relaciones en el grupo asociado.

En el proceso del plan de asociatividad para todos los servidores turísticos también nos ayudaría en la toma de decisiones apoyando una idea o un proyecto, es decir, aplicar estas técnicas para encontrar soluciones razonables, todo con un objetivo buscar la productividad dentro del sector “El Barco Varado”.

6.- ¿Existe resistencia al cambio u oportunismo por parte de los servidores turísticos?

En toda organización existe cierto grupo que siempre está en contra, los integrantes que no cumplen como lo determina el grupo asociativo, incumplen sus deberes y derechos como pre- socios, faltando a la ley, y lo peor no tienen una visión innovadora o toman el rumbo más cercano y más fácil, en la cual los conlleva aun individualismo propio.

El oportunismo existe, es prevalecerse a costillas de otros miembros de la organización, eso pasa en toda empresa o institución; pero mediante el plan de asociatividad se siente identificados como servidores turísticos obteniendo un mando más fuerte, capaz de solucionar problemas y organizar cualquier ámbito ya se económico o social que lleve al sector “el barco varado”, hacer más productivo en cooperación de todos sus integrantes.

7.- ¿Usted como servidor turístico está innovando invariablemente sus servicios al cliente?

Todos los servidores turísticos al ofrecer su gastronomía lo hace de la mejor manera, pues cada integrante se le hace difícil innovar un plato típico por lo cual necesitaría un curso de comidas preparadas rápidas, se afirman a lo necesario y oportuno al momento de ofrecer al cliente, satisfaciendo necesidades y exigencias que demanda.

Para obtener un beneficio es señal de compromiso para todos, participan colectivamente, se ayudan uno hacia otros para obtener un satisfactorio proceso creativo dentro del sector.

8.- ¿Qué dificultades se le presenta a la hora de ejercer sus oficios turísticos en el sector “EL BARCO VARADO”?

Nuestra mayor barrera contra la asociatividad es nuestra mentalidad negativa a no poder superarse, a rechazar cualquier beneficio que lo conlleva al éxito, por lo contrario cada servidor turístico debe tener respeto y tolerancia para desarrollar una mejor calidad de comunicación entre el cliente y el servidor.

Formando acuerdos, para mejorar las infraestructuras de las cabañas rústicas donde laboran los servidores turísticos, la base es la confianza, el cumplimiento de compromisos de todos los asociados es un pilar fundamental, el beneficio mutuo es garantía de permanencia dentro del sector.

Todos los servidores turísticos deben estar de acuerdo con un plan a llevarse, debe haber lazos de confianza entre todos, existiendo información detallada con un objetivo claro y transparente eso facilita el proceso y el conocimiento para todos los asociados.

9.- ¿Usted como servidor turístico, ofrece sus servicios con la calidad necesaria a sus clientes ?

Todos los socios al ofrecer sus servicios turísticos al cliente se lo realizan de una manera eficiente y transparente, no sola con la calidad se trabaja al contrario la responsabilidad y la imagen que se proyecta al dar una buena prestación de servicios.

No solo se trabaja con lo que es en el producto final; es decir, se forma acuerdos ya sea propio o grupal para mejorar las infraestructuras de las cabañas típicas, planeando una permanencia dentro del sector turístico.

10.- ¿Ustedes utilizan aparte de sus servicios, un producto agregado hacia al cliente?

Es necesario utilizar un servicio adicional, en lo cual implica cual importante es, el cliente se siente satisfecho mientras espera su requerimiento presentado por el servidor, la misma el servicio lo tendrá ocupado y se sentirá una persona capaz de satisfacer las necesidades que requiera.

Todo esto se logra con un nivel motivacional indispensable para el logro de las metas personales de cada asociado, perspectiva de lo que realmente quiere en un corto o largo plazo, logrando participación y dialogo entre todos, para así lograr una canalización del cambio, habilidades de trabajo en equipo, existiendo solución de conflictos y cooperación entre los miembros del grupo asociativo.

11.- ¿De qué manera utilizan el ingreso obtenido a través de sus producto - servicios, ofrecidos al cliente?

Para elevar la productividad, eso conlleva a la toma de decisiones de un buen clima organizacional entre todos los servidores turísticos para un buen desempeño laboral.

Con frecuencia se dice que las decisiones que tomamos todos los integrantes a la hora de reunirnos ya sea para tomar un tema, lo primero que tenemos en mente es tomar una buena decisión ya que es el motor de los negocios y en efecto, debemos seleccionar lo más importante para el éxito de la organización.

12.- ¿Ustedes como servidores turísticos ofrecen los servicios básicos necesarios como, de higiene, salubridad hacia los turistas?

Todos los servidores turísticos del sector el barco varado ofrecen los servicios necesarios a los clientes, los servicios que se ofrecen como de higiene y salubridad es propia de cada asociado; es decir, pues por parte de las autoridades competentes no obstante no facilitan un servicio en toda la zona costera del cantón playas como se lo merece.

Por ende si se brinda un servicio eficiente para que el turista se sienta satisfecho, es por mérito propio de cada asociado y que se pueda llevar una buena imagen del sector donde se labora.

13.- ¿De qué manera los servidores turísticos proponen un precio justo al cliente?

Se determina una fecha indicada para reunir a todos los integrantes, luego se procede a comunicar los diferentes puntos a tratar. La responsabilidad lo tienen todos los servidores turísticos, son los principales en decidir si están de acuerdo o no con un plan a beneficio de todos.

La directiva determina responsabilidades, cumpliendo con los requerimientos como lo dicta la ley que es lo primero, se asesora para luego tomar una decisión, después por votación o diálogo se llega a un acuerdo con los socios para un acuerdo mutuo y beneficio entre ellos.

Mediante esta los servidores turísticos plantean un precio justo al turista, la misma que esté al alcance del bolsillo; es decir, la gastronomía que ofrecen, parasoles, carpas, todo se trabaja por igualdad, obteniendo un beneficio mutuo.

3.5.-CONCLUSIONES

- ✚ Una técnica muy profesional que se utilizó en el plan de asociatividad es la entrevista, Mediante esta se diagnosticó las cualidades de cada servidor turísticos, existiendo lazos de desconfianza, poder de transmitir y receptor algo con mucho entusiasmo, la deficiente interacción con el personal.

- ✚ La asociatividad es la estrategia de cooperación inter empresarial para la solución de su problemática en común que tienen todos estos servidores turísticos conlleva a tomar decisiones positivas, mejora de aprendizaje, estableciendo un mejoramiento para competitividad.

- ✚ Se constituyó el afecto necesario mediante las encuestas realizadas a los clientes, para obtener información detallada y precisa el servicio que se le brinda, en la cual nos mostraron obtener una actitud favorable a la hora de recibir el turista, siendo visible su organización entre servidores turísticos para darle una buena imagen al sector.

- ✚ Es importante evaluar la falta de cultura asociativa entre los servidores turísticos y los clientes, sentido de pertenencia, interés por los turistas y cumplir con lo acordado para satisfacer las necesidades sociales e económicas del cliente, para precisamente poder elevar la productividad.

- ✚ También se obtiene ineficiencias en los asociados con un bajo nivel competitivo, en la cual conlleva a realizar estrategias de cooperación entre los mismo para ofrecer servicios turísticos más eficiente, que permite obtener mayor control en las debilidades y fortalezas de cada socio, con un objetivo claro lograr la formación micro-empresarial y enriquecimiento futuro a largo plazo para la asociación.

3.6.-RECOMENDACIONES

- ✚ Podemos reconocer que la forma de facilitar un mayor grado de comunicación y seguridad es a través de un modelo asociativo que se aplicara a los socios, mediante la práctica necesaria logrando objetivos esperados para la sostenibilidad y posibilidad de desarrollo y crecimiento.

- ✚ Potenciar el trabajo en equipo como toda una organización eficiente que implique una relación y cooperación entre las autoridades y los socios, fomentando la participación formativa de cada servidor, logrando sentido de pertenencia a largo plazo al plan de asociatividad.

- ✚ Se propone el desarrollo de un plan de asociatividad con el objetivo de mejorar la competitividad, creando una mayor disciplina organizacional de cada socio dentro de la asociación, optimizando la capacidad de producir el servicio eficiente y oportuno al cliente de una manera estandarizada capaz de satisfacer las necesidades del turista.

- ✚ Con el propósito de motivar y fomentar la asociatividad a los socios, es indispensable darle a conocer los beneficios a obtener como el liderazgo, compromiso al cliente, responsabilidad, y sobre todo el factor más importante la confianza mutua entre la directiva y los asociados para llegar al éxito micro-empresarial a través de un modelo asociativo.

- ✚ Realizar un plan de asociatividad para los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, para mejorar la competitividad e productividad, logrando estructurar la organización de la manera más eficiente y eficaz, que nos permita ser partícipe de las gestiones encomendadas, contribuyendo con el impulso de la zona costera de playas.

CAPÍTULO IV

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR “EL BARCO VARADO”, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015.

4.1.- PRESENTACIÓN

Es importante la relevancia que tiene Playas con la gran demanda de turistas que intervienen en todo el año, obligando a los servidores turísticos de las diferentes zonas turísticas implementar estrategias, planes de negocios encaminados hacia el turismo.

De tal manera que se hace énfasis a los servidores turísticos del sector el Barco Varado, la participación de cada integrante es mejorar sus habilidades y destrezas agruparlos con toda una verdadera asociación ejemplar para otras, capaces de solucionar problemas económicos, sociales y políticos.

El trabajo asociativo que requiere que cada integrante la acción conjunta entre todos sus miembros, en el medio debe existir igualdad, compromiso, responsabilidad, existiendo motivaciones entre todos ellos, por lo cual hacen tomar decisiones eficientes, cumpliendo metas que lo lleven a ejercer un nivel productivo dentro del sector turístico.

Es indispensable la cooperación de todos sus socios, acción conjunta para el éxito empresarial, manteniendo su jerarquía profesional, que cada socio decida participar voluntariamente en el plan propuesto en la búsqueda de un objetivo común entre todos ellos, mejorando localidad de vida del asociado.

4.2.- JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

El cambio en el entorno va ser visual con una transparencia única y satisfecha para el turista, mejorando el buen vivir para la sociedad, enfocándose al desarrollo productivo del sector, la misma dándose a conocer a nivel nacional, obteniendo resultados más eficientes en el desarrollo turístico beneficiando al Cantón.

Este cantón se ha convertido en un centro turístico notable, por las comodidades que ofrece tanto el comercio y sus artesanías como alternativas de la turística lo hace característica de un balneario de riqueza.

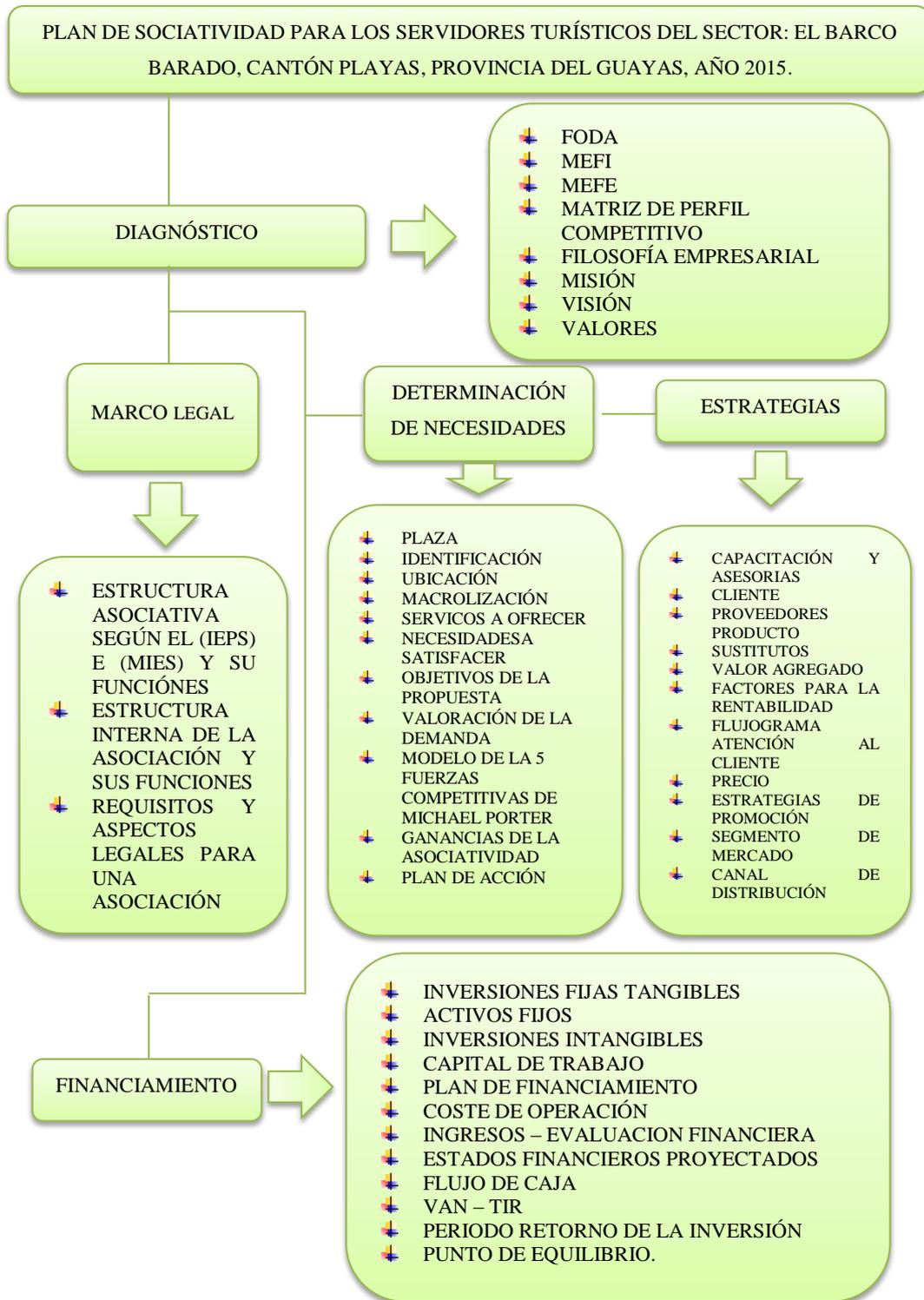
A base de esto se incrementaría personas formales capaces de ejercer una actividad equitativa e igual, con mayor poder de negociación, promoviendo un sector turístico en crecimiento con productos e servicios, ofreciendo productividad y competitividad.

En el caso de los directivos y el conjunto de socios sin duda lograrán mejores expectativas económicas con respecto a la asociatividad, permitiendo mayor inversión para el crecimiento de la misma. Los clientes se benefician al obtener mejor satisfacción por los servicios ofrecidos en cuanto a pedidos del producto con mayor calidad y entrega en el tiempo oportuno.

4.3.- MODELO PROPUESTO PARA FOMENTAR COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.

Mediante este modelo se da a conocer como debe ser competitivo dentro de un mercado turístico debido a la gran demanda de turista que entran al cantón playas en sus diferentes temporadas.

4.3.1.- Modelo del Plan Asociativo.



Fuente: Modelo del Plan Asociativo
 Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.4.- DIAGNÓSTICO

4.4.1.- FODA

A través de ésta se conocerá y se determinará en qué puntos débiles está trabajando los servidores turísticos del sector “El Barco Varado”, por lo que la meta del trabajo es analizar los factores internos y externos, a continuación la siguiente tabla:

CUADRO 5. FODA

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">✚ Servicio de buena calidad entregada a los clientes.✚ Responsabilidad de una muy buena atención al cliente.✚ Eficientes a la hora de vender sus productos al cliente.✚ Proporción de un servicio adicional mientras espera su requerimiento.	<ul style="list-style-type: none">✚ Falta de acceso a créditos financiamiento.✚ Iniciativa e integración por parte de los asociados.✚ Capacidad de superación por parte de los asociados.✚ Ineficiencia por parte de conocimiento que los conlleva a asociarse.
OPORTUNIDADES	AMENAZA
<ul style="list-style-type: none">✚ Influencia de la gran demanda de turistas en todo el año.✚ Recursos naturales y el clima es acogedor para el turista.✚ Capacidad de emprendimiento por parte de los asociados.✚ Apoyo de ministerio de turismo para contribuir el desarrollo turístico de la zona costera de playas.✚ Sociedad económica mente activa con ganas de superarse en desarrollo del sector.	<ul style="list-style-type: none">✚ Deficiencia de credibilidad dentro del sector el barco varado.✚ Desconfianza por parte de los asociados.✚ Organizaciones eficientes dentro de la zona costera de playas.✚ Competencia por otras asociaciones.✚ Disminución en ventas por las temporadas bajas, o por el alto precio de materia prima.

Fuente: FODA

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.4.2.- Análisis Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI).

Esta matriz se puede calificar la situación actual de los asociados, a continuación la siguiente tabla:

CUADRO 6. MEFI de la asociación

COMPONENTE A CONSIDERAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZA			
1.-Gastronomía y servicios turísticos de muy buena calidad.	0.09	4	0.36
2.-Nicho de mercado poseionado.	0.08	3	0.24
3.-Trabajo en conjunto con los asociados.	0.08	3	0.24
4.-Clientes potenciales fijos.	0.09	4	0.36
5.-Estabilidad de precios.	0.09	4	0.36
6.-Fuentes de trabajo dentro del sector el barco varado.	0.07	4	
DEBILIDADES			
1.- Desconfianza entre los asociados.	0.08	2	0.16
2.-Falta de compromisos al asistir a una asamblea general.	0.08	3	0.16
3.-Ineficiencia en los valores corporativos.	0.09	3	0.27
4.-Poca participación en talleres de turismo.	0.09	2	0.27
5.-Falta de financiamiento por parte de los asociados.	0.07	2	0.27
6.-Falta materiales tecnológicos para el desarrollo de la organización.	0.09	4	0.36
TOTAL	1		3.05

Fuente: MEFI de la asociación

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Dentro de la organización se estudio punto por punto, entre ellos la suma del peso ponderado es 3.05, y saber que nuestras fortalezas son elementos favorables de 1.56 mientras que nuestras debilidades es de un peso de 1.49 menos, es por eso nos da a entender que internamente se encuentra capaz de desarrollar cualquier actividad al momento de planificarse con sus asociados.

4.4.3.- Análisis Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)

Esta matriz se puede apreciar la situación presente de los asociados, a continuación la consecutiva tabla:

CUADRO 7. MEFE de la asociación

COMPONENTE A CONSIDERAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1.-Gran demanda de turista en todo el año mediante sus respectivas temporadas costa y sierra.	0.07	4	0.21
2.-Clima agradable para el turista.	0.08	3	0.24
3.-Servidores turisticos con énfasis a la productividad turística.	0.11	4	0.44
4.-Fuentes de empleo para una sociedad mas equilibrada.	0.09	4	0.36
5.-Estrategias de comercialización del producto	0.08	4	0.32
6.-Capacitaciones por parte del ministerio de turismo.	0.07	4	0.28
AMENAZAS			
1.-Innovacion no eficiente, disminuiría el desarrollo del canton.	0.11	3	0.33
2.-Inflacion de precios por parte de la materia prima y servicios	0.09	3	0.27
3.-Competencia a nivel local.	0.09	3	0.27
4.-Disminucion en ventas por parte de temporadas bajas.	0.06	3	0.18
5.-Resistencia al cambio por parte de los asociados.	0.08	3	0.24
6.-Falta de recursos necesarios para llegar a los objetivos planteados.	0.07	3	0.21
TOTAL	1		3.35

Fuente: MEFE de la asociación

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Dentro de la organización se estudio punto por punto, entre ellos la suma del peso ponderado es 3.35, y saber que nuestras oportunidades son elementos favorables de 1.85 mientras que nuestras amenazas es de un peso de 1.05 menos, es por eso nos da a entender que externamente se encuentra muy bien capaz de desarrollar cualquier objetivo planteado por sus asociados.

4.4.4.- Matriz de Perfil Competitivo

Dentro de la siguiente matriz se utilizó otras asociaciones para medir el grado de satisfacción que tiene brinda al servidor:

CUADRO 8. Matriz de perfil competitivo

FACTORES CRITICOS DE ÉXITO	SECTOR “EL BARCO VARDO”			TECHITOS AZULES		15 DE JULIO	
	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO	CALIFICACION	PESO PONDERADO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Competencia en el mercado	0.12	4	0.48	4	0.48	3	0.36
Capital	0.15	3	0.45	4	0.60	4	0.60
Cooperación dentro de la zona costera	0.14	4	0.56	4	0.56	3	0.42
Atención al cliente.	0.19	4	0.76	4	0.19	3	0.57
Nuevos servicios	0.10	3	0.30	3	0.30	4	0.40
Eficiencia del servicio	0.15	4	0.60	4	0.60	4	0.60
formación y Actitudes	0.15	4	0.60	3	0.45	4	0.60
TOTAL	1		3.75		3.18		3.55

Fuente: Matriz de perfil competitivo

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Dentro del perfil competitivo las claves del éxito está al alcance de los socios porque al analizar no se encuentra en una deficiencia, más bien se encuentra compitiendo con otras asociaciones, en la que 3.18 muestra la del “Techitos Azules”, sin embargo 3.55 la “15 DE JULIO”, y por último 3.75 el barco varado en al que debe mejorar sus servicios con eficacia y eficiencia.

4.4.5.- Filosofía Empresarial

Ofrecer servicios turísticos de alta calidad a un precio competitivo dentro del sector “El Barco Varado”, garantizando un personal eficiente para que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural del Cantón Playas.

4.4.6.- Misión

Ofertar gastronomía típica utilizando materia prima de calidad con normas de higiene y atención personalizada a los turistas nacionales y extranjeros del Cantón Playas; contribuyendo al desarrollo socioeconómico y cultural de sus socios.

4.4.7.- Visión

En el año 2018 ser una asociación de servidores turísticos con estándares y normas internacionales de calidad para el servicio de gastronomía en el Cantón Playas.

4.4.8.- Valores Corporativos

-  **Ética.-** Se conduce a nuestros valores y principios, apropiándose de nuestras responsabilidades a nuestros clientes y organización.

-  **Integridad.-** Cumplir con los compromisos dentro de la asociación, socios, clientes, y sociedad para una fructífera labor turística en la zona costera de playas.

-  **Perseverancia.-** Es una clave importante para llegar al éxito micro-empresarial, que nos enseña a tomar acciones eficientes sobre todos los problemas que pueden suceder dentro de la organización.

✚ **Inclusión Social.**- Donde los socios logren ejercer sus derechos dentro de la asociación, aprovechando cada habilidad y destreza para luego tomar ventaja en el medio turístico proponiéndose objetivos claros que conlleva actuar de una manera positiva.

4.5.- MARCO LEGAL

El marco legal de la asociatividad se fundamenta en las normas del IEPS y MIES, estas leyes a considerar son importantes para la asociación, la misma que pueda ejercer sus servicios y actividades con eficiencia.

4.5.1.- Estructura Organizacional

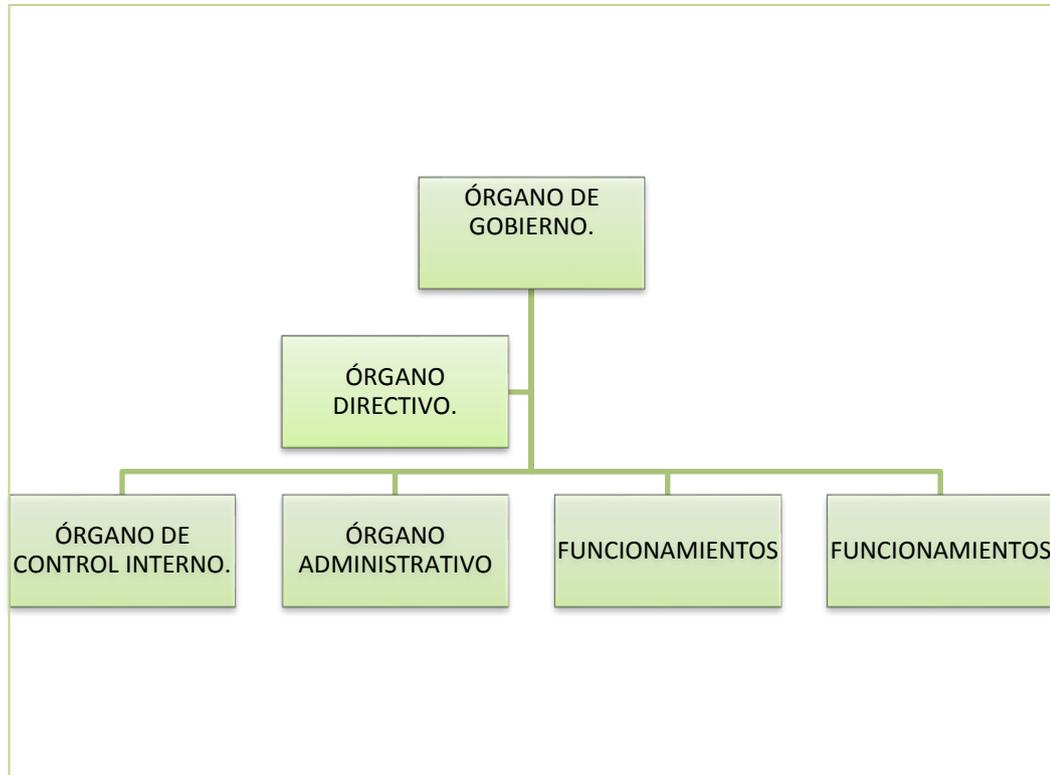
Dentro del grupo asociativo conformado por 10 socios, se realizó una función jerárquica para determinar responsabilidades y roles organizacionales encomendados por la misma directiva, sin antes se dispone a la Ley Orgánica Popular y Solidaria.

Dentro de su reglamento esta la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo ; un órgano de control interno; y un administrador , que tendrá la presentación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

4.5.2.- Estructura Asociativa Para Los Servidores Turísticos Según el (IEPS) y el (MIES).

Son formas de organización que determina las leyes como el Ministerio de Economía Popular y Solidaria, y el Ministerio de Inclusión ECONÓMICA y Social: a continuación la estructura según la misma:

FIGURA 7. Estructura legal según el IEPS y MIES



Fuente:(ESTRUCTURA LEGAL SEGÚN EL IEPS Y MIES)
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.5.3.- Descripción Genérica de la Estructura según el (MIES) Ministerio De Inclusión Económica Y Social. Y el (IEPS) INSTITUTO DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Órgano de Gobierno.- Es la máxima autoridad, estará integrado por los asociados quienes se reunirán ordinariamente cuando menos, una vez al año y extraordinariamente, cuantas veces sean necesarias sus decisiones serán obligatorias, para los órganos directivos, de control, administrador y la totalidad de sus integrantes.

Órgano Directivo.- El órgano directivo de las asociaciones EPS, será electo por el órgano de gobierno y está integrado por un mínimo de tres a cinco asociados,

quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el presidente, señalando el orden del día a tratarse.

Órgano de Control.- Los integrantes del órgano de control de las asociaciones EPS, serán elegidos por el órgano de gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuanta veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el presidente de dicho órgano señalando el orden del día a tratarse.

Órgano Interno.- El órgano interno de las asociaciones EPS, además del efectuado por su propio órgano de control, será ejercido por la auditoría interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto en las cooperativas.

Administrador.- El administrador por cualquier dominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS. Será el responsable de cumplir y hacer cumplir a los asociados las disposiciones emanadas de los órganos de gobierno, directivo y control de las asociaciones EPS. El administrador deberá presentar un informe administrativo y los estatutos financieros semestrales para la consideración de los órganos de gobierno y control.

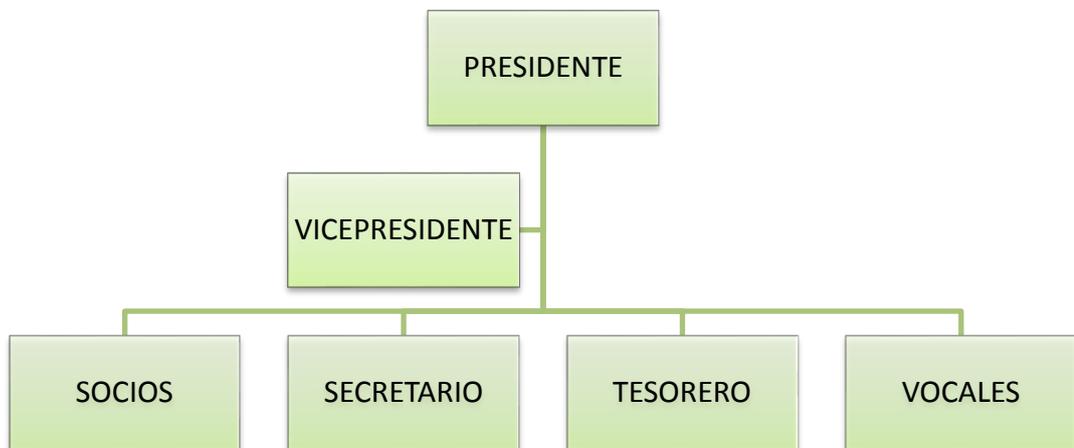
El administrador estará obligado a entregar a los asociados en cualquier momento a la información que esté a su cargo y que se le requiera.

Funcionamiento.- El número de vocales y el periodo de duración de los órganos directivos y de control, así como sus atribuciones y deberes al igual que las funciones del administrador constarán en el estatuto social de la asociación.

4.5.4.- Estructura Organizativa y Jurídica.

Dentro de la estructura ya organizada lo encontraremos de la siguiente manera:

FIGURA 8. Estructura organizativa y jurídica



Fuente: Estructura organizativa y jurídica
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.5.5.- Manual de Funciones Dentro de la Asociación.

Del Presidente.

Es la persona líder que está al mando de toda inconveniente que pueda pasar en la a asociación, es el mayor responsable junta con la directiva.

El presidente puede planificar y ejecutar actividades turísticas la mismas serán sometidas a una asamblea para la solución y ejecución del mismo, sólo con el objetivo del desarrollo turístico donde laboran los socios y de la asociación.

Función Específica

- ✚ El presidente es el representante judicial y extrajudicial de la asociación y por lo tanto responderá de la buena marcha de la organización.
- ✚ Presidir las reuniones y demás actos sociales para el bienestar de la asociación.
- ✚ Planificar y ejecutar actividades para el desarrollo de la institución.

Del Vicepresidente

Tiene el mismo mando del presidente es el que debe estar apuesto a colaborar en cualquier actividad dentro y fuera de la organización.

Función Específica

- ✚ Podrá subrogar si el presidente en caso de ausencia temporal o definitiva dentro de la asociación.
- ✚ Colaborar con el presidente para las diferentes actividades turísticas dentro del sector.

De Los Socios

Son personas activamente que cumplen los trabajos encomendados por el directorio para satisfacer necesidades o exigencias por el cliente.

Función Específica

- ✚ Cumplir con el estatuto las resoluciones que se dan dentro de la asamblea general.

- ✚ Coadyuvar en forma activa para el logro de las metas planteadas.
- ✚ Guardar respeto y responsabilidad con los demás socios.
- ✚ Defender con lealtad a la institución, así como la unidad de los socios.

Del Secretario.

Es el que lleva la posta y mano derecha del presidente, es el que debe tener los documentos bien detalladas y claros para cualquier inconveniente de la misma, sin embargo cumple una función jerárquica indispensable.

Función Específica

- ✚ Redactar y administrar las en las diferentes secciones que se dan internamente o externamente dentro de la asociación.
- ✚ Firmar y cumplir con el presidente actas, secciones, estatutos, registros, para que no exista problema alguno en un tiempo determinado.

Del Tesorero.

Esté encargado de tomar todas las cuotas que se dan dentro de la asociación, determinar a los asociados activos y no activos que incumplen con las leyes y estatutos internos de la asociación.

Función Específica

- ✚ Ejecutar mínimo cada seis meses o anual el inventario dentro de la asociación.
- ✚ Registrar las firmas del presidente, directivos, asociados, para tener documentos claros y transparentes en caso de algún problema.

- ✚ Llevar los libros de ingresos y egresos de la asociación.

De los Vocales

Son principales personas que algún momento no se lleguen a encontrar ninguna directiva ausente.

Función Específica

- ✚ En este casos todos los vocales que están designados por orden pueden sustituir de una manera formal a cualquier directivo ya sea presidente o vicepresidente así sucesivamente, sin alterar el orden.

4.5.6.- Requisitos Para Asociarse

Para formar una asociación se puede determinar las 3 características importantes que son:

- ✚ Todos con un interés compartido creando una finalidad particular o general de los asociados.
- ✚ Los beneficios, patrimonio, capital, no se deben repartir entre las personas sino que se deben usarla para cumplir con los objetivos de la asociación.
- ✚ Las funciones democráticas de los asociados tiene el mismo derecho que el máximo órgano decisorio.

4.5.7.- Quiénes la Pueden Constituir

Se debe respetar los siguientes parámetros:

- ✚ Tener más de 18 años de edad.

- ✚ Tener conocimiento de las actividades turísticas.
- ✚ No haber sido sancionado legalmente.

4.5.8.- Normativas y Obligaciones de la Asociación

Constituirse en asociación conlleva una serie de parámetros y obligaciones entre ellas tenemos:

- ✚ Tener actualizados los libros de actas, de personas socias y de cuentas.
- ✚ Acatar lo establecido en los estatutos.
- ✚ Cumplir con las obligaciones fiscales o del tipo que proceda en caso de desarrollar acciones de las que se deriven consecuencias legales como por ejemplo: declarar IVA, en caso de realizar actividades económicas.
- ✚ Llevar a cabo todos los trámites legales que exige la ley de protección de datos respecto a sus personas socias, contratadas voluntarias y usuarias de la entidad.

4.5.9.- Aspectos Legales para Constituir la Asociación

Deberán conseguir y cumplir con los trámites para legalizar la asociación los siguientes detalles:

- ✚ La solicitud de aprobación del estatuto, deberá ser dirigida al ministerio de bienestar social y director nacional de asociaciones firmado por el presidente, secretario y un abogado.
- ✚ Copia certificada del acta de la asamblea general en la que haya resuelto la creación de la asociación y designado al directorio provisional, deberá constar en la misma nómina de sus miembros y deberá estar firmada por todos los socios.

- ✚ Al final es estatuto deberá firmar el secretario, indicando las fechas de sesiones en que fue discutido y aprobado.
- ✚ En la lista final poseer, certificación de la autoridad competente con la indicación de que los miembros de la asociación en creación la firmaron en su presencia.

Plan inicial del trabajo y financiamiento de la asociación, en este plan constara:

- ✚ Tipo de actividad de lo que va a desarrollar la asociación.
- ✚ El capital inicial que se requiere para realizar tales actividades indicando los costos de operación, el rendimiento posible de la asociación en el lapso de un año, la manera de que se incrementara el capital, a base de cuotas préstamos o capitalización de interés o beneficios; las ventas sociales culturales y de cualquier otra índole, que obtendrán los socios y las proyecciones después del lapso indicado.

Certificación del técnico, difusor o promotor asociativo que haya asesorado a los aspirantes a socios de la asociación.

- ✚ Tres ejemplares del estatuto que tendrán las siguientes especificaciones.
- ✚ Nombre y dominio y responsabilidad de la asociación
- ✚ Finalidad y ámbito de la asociación.
- ✚ Derechos y obligaciones de los socios.
- ✚ Estructura y organización interna.
- ✚ Medidas de control y vigilancia.
- ✚ Forma de constituir, pagar, incrementar el capital social.
- ✚ Principio y termino del año económico.
- ✚ Uso y distribución de los excedentes.
- ✚ Causa de disolución y liquidación de la asociación.
- ✚ Procedimiento para formar el estatuto.

- ✚ Las demás disposiciones que se considere necesarias para el buen funcionamiento de la asociación.
- ✚ Tres listas para los socios fundadores, con las siguientes especificaciones: nombres y apellidos, número de cedula de identidad, domicilio, estado civil, ocupación, nacionalidad, número y valor de los certificados de aportación que suscribe y paga de contado y la firma
- ✚ Comprobante del depósito bancario, por lo menos el 50% del valor de los certificados de aportación que hay suscrito los socios.
- ✚ Dos respaldos en medio magnéticos conteniendo información del estatuto y listas de socios fundadores.

4.5.10.- Aspectos Naturales para Constituir la Asociación

1. Al menos tres personas
2. Nos dotamos de formas:
 - ✚ Nombre, fines y actividades, domicilio, ámbito territorial, duración, requisitos para la asamblea general, requisitos y procedimiento para la elección y sustitución de cargos, requisitos de admisión baja y expulsión, derechos y obligaciones de las personas asociadas, régimen e administración, contabilidad y documentación, régimen sancionador, patrimonio inicial y recursos económicos, procedimientos de modificación de los estatutos, causas de disolución y destino del patrimonio.
- 3.-Constituimos formalmente la asociación:
 - ✚ Presidente, vicepresidente, tesorero, secretario, vocales, vocales sustitutos.
- 4.- Papeles para inscribirnos:
 - ✚ Datos de identificación de quién solicita, identificación de la asociación, documentación y petición.
- 5.- Entregamos la solicitud:
 - ✚ Solicitud de inscripción, dos copias de constitución, composición de la junta directiva, copia de DNI., las personas fundadoras.

6.-Nos lo confirman.

7.- Sellamos los libros.

✚ Libros de socias, socios, actas, cuentas.

8.-Nos da el C.I.F.

✚ La asociación ha pasado de ser una persona jurídica, es el código fiscal (C.I.F),es necesario para cualquier trámite como para abrir una cuenta en nombre de la organización.

9.-Al banco

✚ Es conveniente abrir una cuenta corriente propia de la asociación para que los movimientos económicos figuren a su nombre y no de particulares.

10.-Y aún hay otros registros

✚ Registros municipales, censo de organizaciones de voluntariado.

4.6.- DETERMINACIÓN DE NECESIDADES

4.6.1.- Plaza

La ubicación donde podemos encontrar los servidores turísticos es de vital importancia, porque existiendo una variedad de comedores típicos dentro de la zona turística de playas, la misma se dará a conocer por su nombre legítimo.

FIGURA 9. Plaza



Fuente: Plaza

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

La misma contará con seis meseros para los asociados, seis chef, seis ayudantes de cocina, dos cajeros. Otro factor importante la imagen que va a proyectar a sus consumidores debe hacerse con seguridad y que se sientas cómodos de lo que se le brinda.

4.6.2.- Identificación de la Asociación

La asociación de servidores turísticos “El Barco Varado”, ofreciendo platillos gastronómicos como ceviches, arroz con corvina, arroz con filetes, platos a la carta, bebidas, carapas, parasoles, satisfaciendo el turista en todas sus necesidades al hospedarse en la zona costera del cantón Playas.

El nombre de la asociación será “El Barco Varado”, tendrá como características distintas a otras asociaciones brindando servicios más eficientes y oportunos al cliente con un nivel de calidad muy alta en gastronomía y servicios. Dentro de la misma tendrá un personal preparado que atenderá a las exigencias del turista ya que es importante para el progreso del sector donde brindan sus productos.

4.6.3.- Ubicación de la Asociación

Pues la asociación de los servidores turísticos, se encuentra en el kilómetro tres vía a Data de Villamil, en esta zona costera se lo conoce como su nombre lo indica “El Barco Varado”, y su clima saludable y gustoso que el turista disfruta enriquece al momento de quedarse.

Los asociados se distribuyen y trabajan de una manera eficaz cada uno, pues en la actualidad obtiene puesto de trabajo gracias al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Del Cantón Playas que gestionó para ubicarlos.

mejor entrega y elaboración de platos gastronómicos con calidad, en la cual no va a existir competencia alguna, y el beneficio son altas para cada asociado para mejorar la calidad de vida.

4.6.6.- Servicios a Satisfacer

Los servidores turísticos del sector el barco varado, ofertan sus platillos gastronómicos de mariscos y servicios como carpas, parasoles, apuntándose al crecimiento de turista en los últimos años, satisfaciendo exigencias de la misma.

FIGURA 12. Servicios a satisfacer

ARROZ CON CORVINA	
ARROZ CON FILETE	
ARROZ MARINERO	
CEVICHE DE CAMARÓN	
CEVICHE DE MIXTO	
CEVICHE DE CONCHA	
OTROS	

Fuente: Servicios a satisfacer

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Es importante destacar los servicios que se darán dentro de la zona costera donde labora los asociados

4.6.7.- Objetivo de la Propuesta

4.6.7.1.- OBJETIVO GENERAL

Fomentar la integración conjunta de los servidores turísticos, mediante desarrollo de un plan de asociativo que impulse a mejorar la organización e comercialización de los servicios para satisfacer las necesidades del cliente.

4.6.7.2.- Objetivos Específicos

- ✚ Planificar acciones claras para el bien de los asociados.
- ✚ Construir lazos de confianza y cooperación entre los servidores turísticos para una asociación eficiente.
- ✚ Capacitar a los integrantes mediante la asociatividad, para disminuir debilidades e inseguridad y así pueda ser competente dentro de la zona costera del barco varado.
- ✚ Promover el compromiso mutuo de los servidores turísticos para la superación socio económico y técnica dentro de la organización.
- ✚ Determinar mediante estudios de mercado y financiero, la realización de estrategias de ventas para una buena producción turística.
- ✚ Optimizar las condiciones socioeconómicas de los miembros de la organización turística.

4.6.8.- Valoración de la Demanda

Son aquellos clientes que prefieren la gastronomía y el servicio que se le ofrece, dentro de un mercado turístico es que ganar más clientes de lo que normal.

Pues nuestra población fue de 339015 de turista que visitan nuestro balneario, luego se aplicó la debida formula y como resultado dio 399 encuestas que fueron con diferentes interrogantes para saber en qué situaciones o que prefieren el cliente a la hora de hospedarse.

Dentro del sector el barco varado y toda la zona costera de playas, por sus diferentes temporadas, turistas de todas partes llegan a este balneario por que la demanda turística aumenta y la economía de los habitantes como los servidores se beneficia del producto o servicio ofrecido.

Es decir la rivalidad que se tiene entre asociados es mínima pues todos buscan el bienestar de la asociación para el éxito asociativo a largo plazo.

4.6.9.- Modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter.

Condiciones de Factores.- Dentro de la zona costera de playas existen un sin número de personal informales, que se dedican a la ventas de productos o servicios turísticos pero por ende los inspectores de turismo hacen respetar el espacio y puesto otorgado por la municipalidad de playas.

Sin embargo en la actualidad existe riesgo porque se forman micro – empresariales para satisfacer las necesidades insatisfechas por el cliente a un precio cómodo al consumidor final. Por eso es importante que cada asociado se capacite y se forme como una personal formal acta para competir dentro del mercado turístico.

Industrias Relacionadas al Apoyo.- Pues el abastecimiento de nuestra materia prima e insumos, pues se hace fácil encontrar en nuestro medio turístico, pero sin embargo cuando existe escasez de mariscos los proveedores aprovechan el alto precio y por el contrario disminuyen las ventas, es decir; en este caso la

agrupación o cada individuo se abastecen de materia prima para no tener inconveniente en un tiempo determinado de escasez, o tiene listo nuevas estrategias de servicios para consumo para el cliente

Estrategia, Rivalidad y Estructura de la Empresa.- Los servidores turísticos del sector el barco varado, ofrecen sus servicios de una manera eficiente cumpliendo con las exigencias que requiere el cliente y la sociedad.

El asociado al momento de satisfacer las necesidades del cliente o comprador primero oferta sus productos ofreciendo una variedad de gastronomías típicas en la cual el consumidor queda satisfecho de lo que se le brinda, brindando un servicio adicional como estrategia para ganar cliente.

4.7.- GANANCIAS DE LA ASOCIATIVIDAD

Sin embargo la capacidad de formular acuerdos y hacerlos cumplir siempre, sin excepciones, en la cual el servidor turístico debe ser accesible, no permanecer en resistencia al cambio, busca la unión de iniciativas, voluntades y recursos por parte de la asociación a mejorar.

Se llega a objetivos claros y transparentes, en la cual exige compromiso, disciplina y persistencia.

Pues dentro del ámbito turístico en el cantón Playas, se escogió como por ejemplo a una asociación y de determino los beneficios que contrae al trabajar en conjunto, la misma también se realizó un estudio de qué forma no son competentes al trabajar sin asociación o individualismo.

A continuación la siguiente tabla nos muestra puntos importantes a destacar:

CUADRO 9. Ganancias de la asociatividad

FACTORES	CON ASOCIACIÓN	SIN ASOCIACIÓN
MATERIALES	Ahorro de compra de materia prima para la institución o trabajo en equipo.	Gastos elevados para competir entre el mercado turístico.
CAPITAL	Créditos financieros	Dificultad para obtener crédito.
COMPETITIVIDAD	Mayor poder de negociación al cliente.	Escasez para competir en la zona costera de Playas.
DEMANDA	Satisfacción y volumen de clientes.	Competencia baja con los mismos clientes.
COOPERACIÓN	En producción turistas para nuevos proyectos.	Trabajo individual.
TRABAJO EN EQUIPO	Planes de acción.	Deficiencia en habilidades y destrezas.

Fuente: Ganancias de la asociatividad
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.7.1.- Por qué La Asociatividad para los Servidores Turísticos

A través de un plan de asociatividad encontramos un modelo de economía diferente, desarrollo micro-empresarial para los asociados, identificación con quien estamos compitiendo; es decir mejorar nuestras competencias internas y externas como asociación.

La misma nos enseña cambios profundos dentro de la organización que vamos a trabajar, enfocándonos y dirigirlo a una competencia más explícita, procurando la supervivencia empresarial y las nuevas formas de hacer negocios dentro de la zona costera.

Sin embargo también nos enfocamos a la modernización empresarial que requiere el grupo asociado, a optimizar su productividad y competitividad mediante las diferentes ofertas que ofrece a sus proveedores o clientes. Eso si ambas partes se reparten beneficios.

4.7.2.- Por qué Asociarse

Las razones son múltiples, pero principalmente se vinculan con los beneficios que genera la asociatividad, que difícil se les hace obtener logros individuales, más aún si compiten en un sector indeterminado ofreciendo los mismo servicios o productos con precios diferentes.

La eficacia se consigue en que todos aporten con un valor igualable, originalmente en los objetivos propuestos. **La eficiencia colectiva**, nos enseña la reducción de los costos en economías en grandes escalas. **La sinergia**, permite potenciar los recursos individuales para alcanzar un resultado colectivo superior a la suma de aquellos que trabajan individualmente.

4.8.- PLAN DE ACCIÓN

Se fijó un plan eficiente para determinar cuál viable es formar un plan de asociatividad, utilizando estrategias de cooperación con los asociados.

CUADRO 10. Plan de acción

PROBLEMA PRINCIPAL: Incidencia en las estrategias de cooperación, para los servicios turísticos del sector “El Barco Varado”, Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015.				
FIN DEL PROYECTO: Implementar un Plan de Asociatividad para los servidores turísticos del sector “EL BARCO VARADO”.		INDICADORES: ✓ Datos brindados por los servidores turísticos dentro de la organización. ✓ Capacitaciones y Asesorías.		
PROPÓSITO DEL PROYECTO: Congregar a los servidores turísticos mediante un plan asociativo para mejorar sus competencias.		INDICADOR: Asociatividad entre los productores turísticos y clientes.		
PROGRAMA	PROYECTOS	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
ASOCIATIVIDAD	PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR: “EL BARCO VARADO”.	*Acreditar la asociación en forma integral y Empresarial en el Cantón Playas.	*FODA. *MEFI –MEFE. *Matriz de perfil competitivo. *Filosofía empresarial. *Misión – Visión. *Valores.	*Diagnostico: Realizar talleres de Focus Group. *Diseñar modelo del plan asociativo. *Ejecutar estudio de asociatividad.
GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y CLIENTES	CAPACITACIÓN DE TALENTO HUMANO.	*Incrementar las competencias de cada socio, mediante la atención al cliente con énfasis a la colectividad dentro de la asociación.	*Estructuración según el MIES y el IEPS Y sus funciones *Estructura interna de la asociación y sus funciones * Requisitos legales para una asociación	*Cumplir con el direccionamiento de la asociación. * Socializar el marco legal según el IEPS + MIES. *Ejecutar capacitación y asesorías
MARKETING	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.	*Mejorar el poder de negociación con el cliente, mediante las técnicas promocionales y comerciales.	*Capacitación y asesorías *Cliente - Proveedor- Producto *Sustitutos - Valor Agregado *Factores de la rentabilidad - Flujo grama- Precio *Segmento de mercado *Canal de distribución	*Establecer espacios en medios publicitarios. *Participación por parte de los servidores turísticos. *Empresarios productivos.
FINANZAS	FINANCIAMIENTO.	*Mejorar la imagen corporativa a través de infraestructura física con servicio al cliente, mediante un plan de inversión y ventas.	*Inversiones fijas tangibles e intangibles *Activos fijos *Capital de trabajo – Plan de financiamiento *Coste de operación – Estados Proyectados *VAN - TIR - Periodo retorno de la inversión - Punto de equilibrio	*Planificar y verificar las actividades financieras ante su aprobación. *Evaluaciones periódicas para el desempeño de la asociación.

Fuente: Plan de acción

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.8.1.- Capacitación y Asesorías

Ante los socios se debe pronunciarles y hacerles entender primero que se entiende por asociatividad, sus beneficios, a que o relacionan al integrarse en equipo, por ende se realizó talleres y profundización del tema a continuación:

ASOCIATIVIDAD.- Es un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas participante manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.

Se entiende por asociatividad, la organización voluntaria y no remunerada de individuos o grupos que establecen un vínculo explícito, con el fin de conseguir un objetivo común

¿POR QUÈ ASOCIARSE?

- ✚ Disminuir la incertidumbre y las debilidades.
- ✚ Reforzar compromiso y cumplirlos.

¿PARA QUÈ ASOCIARSE?

- ✚ Las razones son múltiples, pero principalmente debe vincularse cada individuo sin ser obligado a ejercer un rol.

¿COMÒ ASOCIARSE?

- ✚ La forma que trabaja en conjunto, una decisión básica de adoptar en la ESTRUCTURA, que define como se dividen, agrupan, coordinan las tareas.

Para un plan de asociatividad se requiere también sus ventajas:

- ✚ Cambio de modelo, calidad y diseño.
- ✚ Incremento de productividad y desarrollo.
- ✚ Se comparte riesgo y costos.
- ✚ Mayor control.

Asesoría Técnica.

RELACIONES HUMANAS

Servicio profesional, que proporciona a los empresarios al desarrollo sistemático de sus propias destrezas, un proceso formativo con el fin de ampliar conocimientos y desarrollar habilidades para multiplicar actitudes.

CONDICIONES CLAVES DE ÉXITO PARA UNA ASOCIATIVIDAD

- ✚ Compromiso
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Confianza
- ✚ Colaboración
- ✚ Participación
- ✚ Transparencia

ESTRATEGIA ASOCIATIVA

- ✚ Un mecanismo de relación y acción conjunta organizada con cierto grupo de permanencia.

GRADO DE ORGANIZACIÓN

- ✚ Distribuir y coordinar acciones

GRADO DE PERMANENCIA

- ✚ Una visión a largo plazo de la relación conjunta.

DESICIÓN VOLUNTARIA

- ✚ Al momento de asociarse existiendo la libertad para ingresar o retirarse

PRINCIPALES OBSTÁCULOS O DIFICULTADES

- ✚ Desconfianza.- Temor a fracasar.
- ✚ Individualismo.- Trabajar por sí solo, no en conjunto para llegar al éxito asociativo.
- ✚ Oportunismo.- Incumplimiento y aprovechamiento.

VALORES CULTURALES

- ✚ Respeto mutuo- Trabajo en equipo
- ✚ Comunicación abierta- Consenso
- ✚ Orientación al resultado- Apuesta por la innovación

CAPITAL DE TRABAJO.

- ✚ Aportando todos es señal de compromiso, aunque genera un debate.
- ✚ El diagnóstico es de suma importancia porque nos dice dónde estamos, y qué debemos hacer para llegar a donde queremos.

CUADRO 11. Programas de capacitación

N°	PROGRAMA	HORAS	COSTO HORA	TOTAL
1	ASOCIATIVIDAD Y BENEFICIOS	6	\$20,00	\$120,00
2	COACHING	6	\$20,00	\$120,00
3	ATENCIÓN AL CLIENTE	5	\$22,00	\$110,00
4	DESARROLLO DE LAS HABILIDADES Y DESTREZAS	5	\$23,00	\$115,00
5	ORIENTACIÓN AL MERCADO	6	\$20,00	\$120,00
6	MARCO LEGAL PARA LA ASOCIACIÓN	5	\$23,00	\$115,00
7	MARKETING	5	\$20,00	\$100,00
	TOTAL			\$800,00

Fuente: Programas de capacitación

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.8.2.- Clientes

Los clientes potenciales, son los turistas que se hospedan o llegan al sector el Barco Varado ya sean en las diferentes temporadas altas, medias o bajas, consumidores que se sienten identificados con las diferentes gastronomías que se ofrece y servicios dentro del ámbito turístico de la zona.

También es exceder las expectativas del cliente, a través de los conocimientos del servicio. Es importante que el cliente es el pilar fundamental de nuestro negocio en la cual no se debe hacer hincapié a las siguientes interrogantes:

- ✚ Indiferencia
- ✚ Negligencia
- ✚ Abusos
- ✚ Olvido de entrega de producto
- ✚ Falta de preparación técnica

De la misma manera el cliente se lo gana a través de:

- ✚ Conocimiento
- ✚ Aptitud , empatía, seriedad
- ✚ Profesionalismo
- ✚ Confianza

4.8.3.- Proveedores

Dentro del marco del proyecto asociativo es importante mencionar que nuestros proveedores puedan brindar servicios a precios cómodos a beneficio de la asociación. La misma se puede encontrar la materia prima e insumos ya sea en el mercado de Playas, o en la playas a los pescadores, siempre y cuando que se beneficien ambas partes.

FIGURA 13. Proveedores



Fuente: Proveedores

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Los proveedores en su gran mayoría son aquellos que encontramos en el mercado vendiendo materia prima e insumos a un costo no elevado; por lo tanto la misma se maneja a un precio dependiendo como se encuentra los servicios a adquirir, existiendo variedad, la opción es aprovechar la variedad de ofertantes comprando a un bajo costo para ganar por volumen en nuestras ventas en dicho sector.

4.8.4.- Productos

El servicio gastronómico que se encuentra en la actualidad, con las entrevistas y encuestas realizadas a los turistas todos optan por la gastronomía eficiente que ese da en el sector, sirvió mucho porque capto la demanda insatisfecha.

La variedad que se va ofrecer dentro del mercado con una eficiente estructura organizativa de los asociados, el segmento incrementara más el servicio adicional que se le correspondiera a cada visitante o cliente.

Influye el personal calificado de los socios, el lugar siempre limpio y con una salubridad eficaz, y una vista agradable para el turista. Sin duda aquel cliente que se sienta a gusto de lo que recibe y de acuerdo como lo recibe nos servirá como porta voz del lugar para que otros turistas visiten el lugar.

Dentro de nuestro sector podemos encontrar los dos puntos importantes:

- ✚ Comedor con sus respectivas mesas y cabañas con hamacas
- ✚ Seguridad, parqueo amplio (capacidad 45 carros)

4.8.5.- Sustitutos

Mediante la variedad de productos y servicios que pueden disgustar dentro del sector, los asociados deben estar precavidos o preparados por cierta clientela que no opta por los mariscos, sino por otros platillos ya sean vegetarianos, esto es indispensable porque podría reemplazar al plato típico por uno vegetal; pero todo con un solo objetivo satisfacer las necesidades del cliente.

4.8.6.- Valor Agregado

Es determinante que al ofrecer nuestro producto o servicio turístico, mientras el cliente espera su requiriendo, se le otorga un servicio de espera ya sea un plato gastronómico por la pérdida del tiempo mientras sale su pedido.

4.8.7.- Factores para la Rentabilidad

Las funciones que se darán dentro de la organización para lograr una conectividad extrema deben existir compromiso y disciplina permanente con los asociados; es decir toda actividad realizada conllevara a beneficios orientada a la rentabilidad.

A continuación describimos tres puntos importantes que son:

- ✚ **Adaptación.-** Es la permanente evolución de los asociados ya congregados unidos por un objetivo común satisfacer necesidades

inoportunas, adaptándose al trabajo, crece el volumen de competencias y fortaleza al grupo al personal.

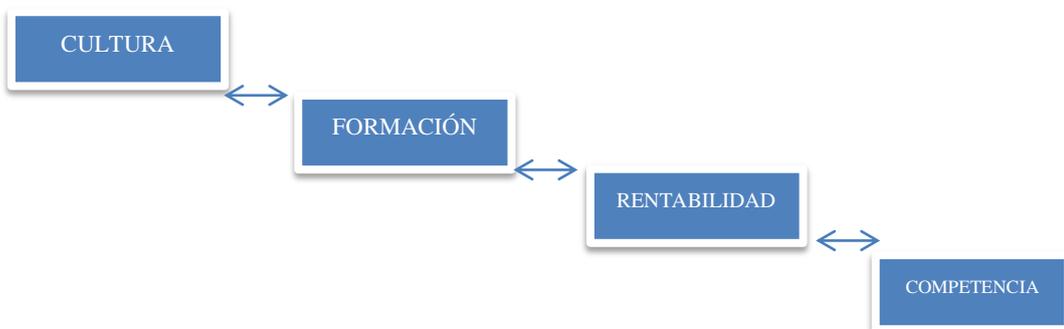
✚ **Promoción.-** Socialmente los servidores turísticos no fijarse en solo brindar el servicio, sino más bien tratar de ganar clientes mediante ofertas promociones, valor agregado que conlleva al éxito.

✚ **Prevención.-** Cada asociado debe planificar actividades con tiempo, para que el momento no haga inconveniente al ejecutarla dentro de la zona costera de playas.

Cultura de cambio y formación.

Esto implica cambiar nuestro entorno, innovar, trazar objetivos con los miembros logrando un sistema formativo eficaz, a través de esta cambiaremos no sólo el modelo de gestión cambiaría nuestro plan estratégico, cultura, formación y rentabilidad.

FIGURA 14. Cultura y formación



Fuente: Cultura y formación
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Todos los servidores turísticos deben cooperar en conjunto para obtener mejores resultados, dependiendo el fortalecimiento personal de cada individuo.

FIGURA 15. Comedores típicos



Fuente: Comedores típicos

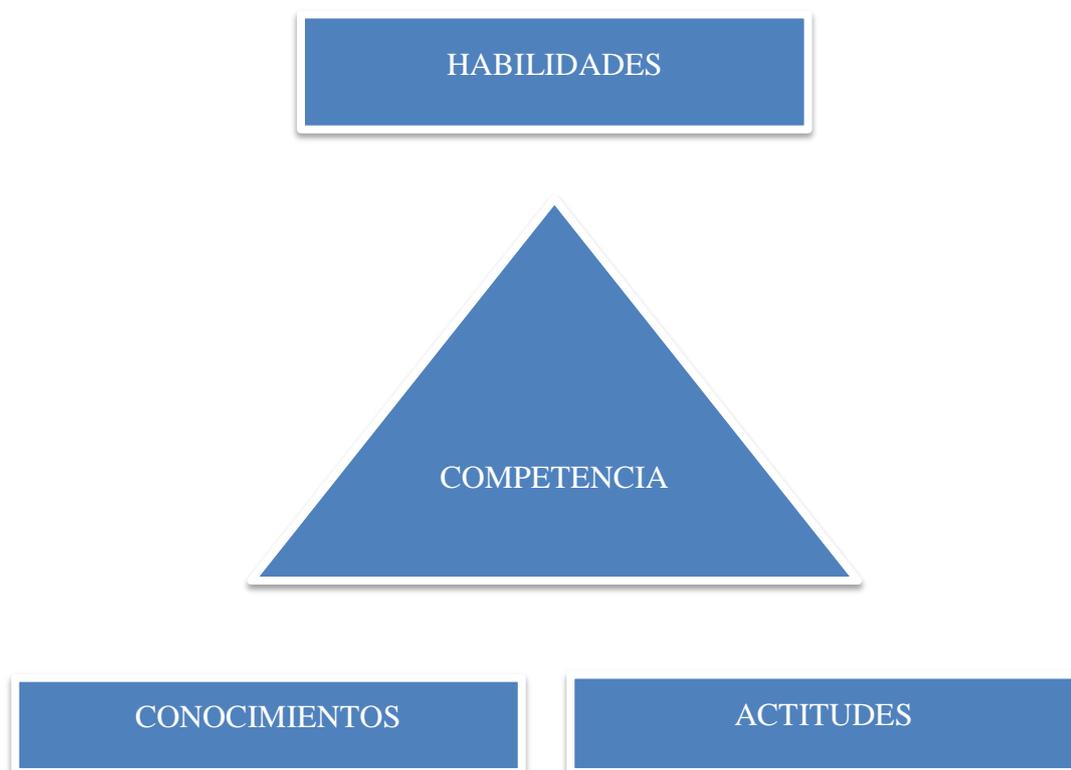
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Dentro del sector el Barco Varado los servidores turísticos obtienen por un proceso a la hora de satisfacer las necesidades del cliente. Pues el flujo grama obtenido por los servidores hacen que trabajen más eficiente obteniendo un tiempo determinado por atender al cliente.

- ✚ La persona socia deberá ser competente ante un mercado turístico en alza, mejorando conectividad organizacional que es lo fundamental luego competir hacia la demanda insatisfecha.
- ✚ Habilidades son las destrezas que tiene cada servidor al tener mayor poder de negociación “saber hacer” mediante las capacidades que tiene cada integrante por un cambio radical e relevante.
- ✚ El conocimiento deberá ser necesario para el desarrollo “saber” realmente lo que está haciendo para llegar al éxito asociativo.

- Actitud es el resultado y obtención de lo que se ha logrado “querer hacer y hacer eficientemente”, para así llevar a adelante como modelo ejemplar para otras asociaciones.

FIGURA 16. Habilidades y competencias



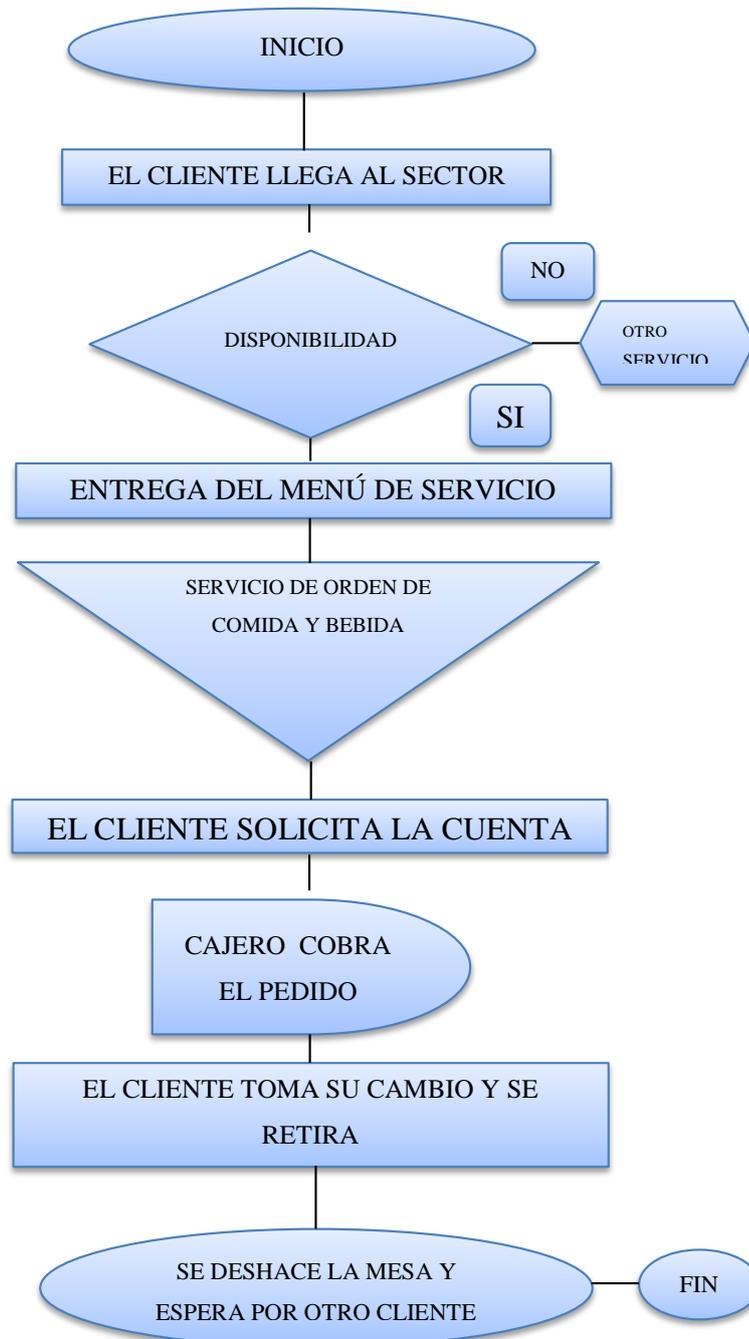
Fuente: Habilidades y competencias
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

La solución alternativa es demostrar el poder de asociatividad a base de compromiso y responsabilidad en conjunto con todos los asociados, eliminando todos estos aspectos malos que tienen cada persona formal al ejercen su labor, promoviendo más vinculación con la sociedad.

A continuación un flujo grama de atención al cliente:

4.9.- FLUJOGRAMA ATENCIÓN AL CLIENTE

FIGURA 17. Flujo grama a atención al cliente



Fuente: Flujo grama a atención al cliente
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.9.1.- Precio

Es importante dentro del sector, pues será un valor muy cómodo al, alcance del bolsillo del cliente, ofreciendo un servicio de alta calidad. Al principio no se logre una mayor utilidad pues comenzará a ganar mercado a través de la estrategia implementada como valores agregados, servicio eficiente, publicidad, etc.

4.9.2.- Estrategias de Promoción

En el aspecto para nuestros servidores turísticos tengan una mayor acogida dentro del mercado turístico a nivel local se implementará estrategias de promoción como:

- ✚ **Red social Facebook.-** es importante esta herramienta obteniendo un alcance a nivel mundial, es eficiente utilizarla pues el costo es muy bajo, a través de la misma se ofrecerá todos los servicios y gastronomías del sector el Barco Varado, obteniendo números telefónicos para la espera o separación de servicios.

FIGURA 18. Red social



Fuente: Red social

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

- ✚ **Anuncios de vallas publicitarias.-** Es un medio lo utilizan muchas empresas, instituciones, organizaciones, en fin, con el objetivo de darse a conocer y poder llegar al sitio sin tener inconvenientes.

FIGURA 19. Anuncios publicitarios



Fuente: Anuncios Publicitarios
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

- ✚ **Anuncios en radio y tv.-** Este medio es un factor importante en la cual la asociación se dará a conocer , es decir Cantón Playas cuenta con un canal que es #24 – 41, es ahí donde se dará conocer, también cuenta con una sintonía de #102.5 en radio, se podría dar cuñas a beneficio del sector el Barco Varado.

FIGURA 20. Anuncios por medios



Fuente: Anuncios por medios
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

- ✚ **Promocionar: publicidades - venta personal.-** Utilizar volantes, es una estrategia muy conocida y valida a la vez, todo turista que llega nuestro balneario, se le dará a conocer el sitio de hospedaje, y los atractivos que tiene nuestra casa residencial. Utilizaríamos folletos, o mediante por revistas o periódicos.

FIGURA 21. Publicidad venta personal



Fuente: Publicidad venta personal
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

- ✚ **Logotipo.-** Es el gráfico representada por la asociación, la misma deseando al consumidor se les haga más fácil reconocer lo que se necesita. También otorgará beneficios para los servidores turísticos, de la misma manera que el cliente sepa de donde adquiere el bien y de donde proviene el servicio eficiente.

FIGURA 22. Logotipo



Fuente: Logotipo
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

✚ **Eslogan.-** Muchos productos se hace relevancia por sus marcas o nombres que llevan, es decir, el producto o servicio propuesto para el cliente el mismo se identificará por el bien a adquirir, por ende se indica a realizar un eslogan para los servidores turísticos del sector el barco varado, facilitando a los consumidores comprender que representa la marca dentro de un mercado.

FIGURA 23. Eslogan



Fuente: Eslogan

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.10.- SEGMENTO DE MERCADO

4.10. 1.- Mercadeo

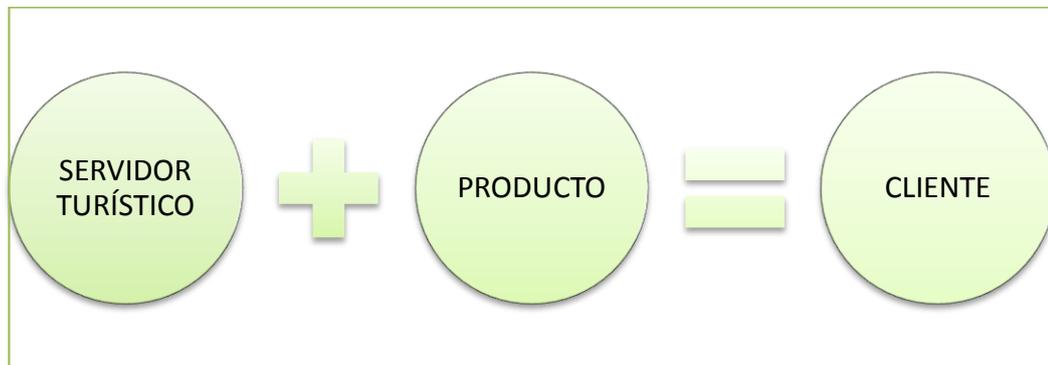
Mediante una encuesta estratificada los consumidores eligieron cuando visitan el sector el Barco Varado por su gastronomía siendo muy elevada por lo que la ofrecen. Es la oferta y demanda de nuestros servicios a un precio no elevado pero si al alcance del bolsillo del cliente, satisfaciendo las necesidades y exigencias por el mismo.

Dentro del sector el Barco Varado encontramos un nicho de mercado eficiente para estos servidores puedan ejercer sus competencias turísticas con mayor acceso al mercado siendo personal formales capaces de conocer los bienes y servicios que requiere el cliente.

Encontraremos un buen nicho de mercado dentro del sector, existiendo gran influencia de turista por las diferentes temporadas, la misma proyectará una buena imagen de recibimiento al cliente contando con una gran ampliación dentro del comedor para unas 20 a 25 personas

4.10.2.- Canal de Distribución

FIGURA 24. Canal de distribución



Fuente: Canal de distribución

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Es la ruta que va a tomar nuestro producto, aunque se detiene en varios puntos de estrategias siempre va a encaminada al consumidor que es nuestro cliente.

En este caso nuestro único canal de distribución es el producto – consumidor; es decir, el turista es comprador directo, se hospeda en el sector y gusta de las gastronomías y servicios que se dan en la misma

4.11.- FINANCIAMIENTO

Dentro de nuestro plan de acción está cual tan es rentable nuestro proyecto para los servidores turísticos; proyectados de un año a 10 años, la rentabilidad, nuestro

punto de equilibrio, inversiones, etc., nuestro financiamiento es tan importante porque se basa a la demanda y ofertas que se tiene para las estrategias de mercado y así ganar rentabilidad y productividad turística.

4.11.1.- Activos Fijos.

Son aquellos que pertenecen a nuestra institución, mediante nuestra inversión inicial es de \$110.345,00; en la cual empezaron en marcha nuestro plan asociativo con los asociados.

CUADRO 12. Activos fijos

Inversión Equipos de computación	5.090
Inversión Equipos de oficina	8.150
Inversión Maquinarias y herramientas	9.896
Inversión Muebles de Oficina	3.109
inversión Vehículos	15.600
Inversión Infraestructura	60.000
Inversión Capital de Trabajo	8.500
FLUJO DE INVERSIÓN	110.345

Fuente: Activos Fijos

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.11.2.- Inversiones Fijas Tangibles

Pues nuestras inversiones tangibles son nuestro motor para nuestra asociatividad con los servidores turísticos, son tan importantes en los procesos productivos

proyectados a largo plazo, dentro sector donde se brindan la diferentes gastronomía y servicios.

4.11.3.- Activos Fijos Intangibles.

Son todos aquellos que posee la naturaleza inmaterial, sin embargo genera incrementos económicos a largo plazo en la cual el administrado y controlados por la a asociación; a continuación apreciemos el siguiente cuadro:

CUADRO 13. Activos fijos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	
Gastos de Constitución	1.000,00
Programa empresarial para los socios	800,00
TOTAL	1.800,00

Fuente: Activos Intangibles.

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.11.4.- Capital de Trabajo

También conocido como nuestro capital circulante, o fondo de maniobra, es tan importante para ver nuestra asociación pueda avanzar en nuestras actividades turísticas con toda eficiencia. Mediante nuestro capital lograremos si podrá responder las deudas que se le presente; nuestra dos cuentas, pasivo corriente – activo corriente; a continuación el siguiente cuadro:

Nuestra garantía es de 10% con respecto a nuestro pasivo circulante, obteniendo un fondo de \$8.080,05; en la cual ayudará en la adquisición de materias primas e insumos necesarios para nuestra producción turística.

CUADRO 14. Capital de trabajo

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PROMEDIO MANIOBRA MENSUAL	VALOR MEDIO
			MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	216.090	2	1.200,50
Pasivo circulante (Pc)			<u>1.200,50</u>
Materiales (m)	216.090	2	1.200,50
Productos en fabricación (f)	384.017	2	2.133,43
Productos terminados (v)	384.017	3	3.200,14
Clientes (c)	472.758	2	2.626,43
Activo circulante (Ac)			<u>9.160,49</u>
GARANTIA		10%	120,05
PC			1.200,50
F.M. PREVISTO			8.080,05

Fuente: Capital de trabajo

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.11.5.- Plan de Financiamiento.

En nuestra asociación como respecta ira invertida el 75% Corporación Financiera Nacional, el restante será por los 10 socios, a continuación apreciamos el siguiente recuadro:

CUADRO 15. Plan de financiamiento

INVERSIONES ESTIMADAS		FINANCIAMIENTO	
Inversión de activos fijos	101.845	CFN	82.759
Inversión fondo de maniobra	8.500	Capital Social	27.586
Total inversión	110.345	Total	110.345

Fuente: Plan de Financiamiento.

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.11.6.- Coste de Operación.

Sin embargo el coste para las materias primas, se genera una contribución marginal de 40%, quedando un coste de producción de 60% como políticas de asociación, veamos en siguiente recuadro:

CUADRO 16. Coste de operación

PUNTO DE EQUILIBRIO				TOTALES	90.135			
MEZCLA DE VENTAS								
UNIDADES PRODUCIDAS	22.534	16.224	14.422	13.520	12.619	10.816	90.135	
PRODUCTOS	ARROZ CON CORVINA	ARROZ CON FILETE	ARROZ MARINERO	CEVICHE DE CONCHA	CEVICHE DECAMARON	CEVICHE MIXTO		POLITICAS
PRECIO DE VENTA	\$ 5,50	\$ 4,00	\$ 6,50	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,50		100%
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 3,30	\$ 2,40	\$ 3,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,30		60%
CONTRIBUCIÓN MARGINAL	\$ 2,20	\$ 1,60	\$ 2,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,20		40%
MEZCLA DE VENTAS	25%	18%	16%	15%	14%	12%		
CONTRIBUCIÓN PONDERADA	\$ 0,55	\$ 0,29	\$ 0,42	\$ 0,30	\$ 0,28	\$ 0,26		
CONT. POND. TOTAL	2,10							
COSTOS FIJOS	66.481							
P.E. MEZCLA DE VENTAS	31.688							
P.E. POR PRODUCTOS	7.922	5.704	5.070	4.753	4.436	3.803	31.688	
CIF	\$ 0,50	\$ 0,36	\$ 0,59	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,50		

Fuente: Coste de Operación

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.11.7.- Ingresos.

Dentro de nuestra asociación, los servidores turísticos ya laborando se puede apreciar los valores establecidos en años, nuestro primer año en ventas es de \$,472.758, 00; incrementando un 2% por año.

4.11.8.- Evaluación Financiera

Se determina la inversión proyectada que va a tener los servicios turísticos dentro del sector el Barco Varado.

4.11.9.- Estados Financieros Proyectados

Es importante los resultados obtenidos ingresos y egresos, mediante nuestro estado de resultado par nuestro primer año en utilidad en bruta en ventas es de \$472,758.00; sin embargo se incrementa la demanda a medida que pasa los años, pues los costos operativos restantes son de \$63.168,00.

Obteniendo nuestra utilidad antes de trabajadores de \$21.124,00; la misma a la participación de trabajadores de \$3.169,00.

También obtenemos nuestra utilidad antes de impuesto de \$17.956,00; de un impuesto por el estado de 22%; teniendo una utilidad neta para el primer año de \$14.005,00; siendo nuestro proyecto factible par el comienzo de servir nuestros servicios.

A continuación el siguiente cuadro de costo operativo con sus respectivas utilidades a pagar:

CUADRO 17. Estados financieros proyectados

<u>COSTOS OPERATIVOS</u>	
Gastos Administrativos y de Ventas	48.274
Gastos de Intereses	9.931
Depreciación Equipos de computación	1.222
Depreciación Equipos de oficina	1.086
Depreciación Muebles de Oficina	403
Depreciación Vehículos	1.713
Depreciación Infraestructura	540
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	63.168
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	21.124
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	3.169
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	17.956
22% IMPUESTO RENTA	3.950
UTILIDAD NETA	14.005

Fuente: Estados financieros proyectados

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.11.10.-Flujo De Caja para la Evaluación Proyectada

La asociación muestra por los 10 años proyectados, las inversiones, material, gastos de inversión, pues solo se considera los costos de producción; por motivo que quiere recuperar la inversión y que las actividades turísticas tanto como los servicios sean eficientes y claros al momento de sintetizarla.

Nuestro flujo de caja, es importante porque detallamos las cuentas necesarias que utilizaremos dentro de nuestra asociación, por un año o por los diez años a largo plazo en la cual nuestro volumen de venta incrementa a medida que utiliza estrategia ya sé por el precio al mayor o menor.

CUADRO 18. Evaluación proyectada

	<u>ESTADO DE RESULTADOS</u>									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	472.758	511.288	552.958	598.024	646.763	699.474	756.481	818.134	884.812	956.924
<u>COSTO DE PRODUCCIÓN</u>										
MATERIA PRIMA	216.090	233.701	252.748	273.347	295.624	319.718	345.775	373.955	404.433	437.394
MANO DE OBRA	125.379	131.648	138.230	145.141	152.399	160.018	168.019	176.420	185.241	194.503
CIF	42.548	46.016	49.766	53.822	58.209	62.953	68.083	73.632	79.633	86.123
Depreciación Equipos de computación	305	305	305	611	611	611	916	916	916	1.222
Depreciación Equipos de oficina	381	381	381	381	381	763	763	763	763	763
Depreciación Maquinarias y herramientas	891	891	891	891	891	891	891	891	891	891
Depreciación Muebles de Oficina	157	157	157	157	157	313	313	313	313	313
Depreciación Vehículos	1.095	1.095	1.095	1.095	1.095	2.190	2.190	2.190	2.190	2.190
Depreciación Infraestructura	1.620	1.620	1.620	1.620	1.620	1.620	1.620	1.620	1.620	1.620
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	388.466	415.814	445.193	477.065	510.986	549.077	588.571	630.701	676.000	725.019
UTILIDAD BRUTA	84.292	95.474	107.765	120.959	135.777	150.397	167.910	187.433	208.812	231.905
<u>COSTOS OPERATIVOS</u>										
Gastos Administrativos y de Ventas	48.274	50.688	53.222	55.883	58.677	61.611	64.692	67.926	71.323	74.889
Gastos de Intereses	9.931	8.938	7.945	6.952	5.959	4.966	3.972	2.979	1.986	993
Depreciación Equipos de computación	1.222	1.222	1.222	2.443	2.443	2.443	3.665	3.665	3.665	4.886
Depreciación Equipos de oficina	1.086	1.086	1.086	1.086	1.086	2.171	2.171	2.171	2.171	2.171
Depreciación Muebles de Oficina	403	403	403	403	403	806	806	806	806	806
Depreciación Vehículos	1.713	1.713	1.713	1.713	1.713	3.426	3.426	3.426	3.426	3.426
Depreciación Infraestructura	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	63.168	64.589	66.130	69.019	70.821	75.963	79.272	81.513	83.916	87.711

Fuente: Evaluación proyectada
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.12.- PERÍODO DE RETORNO DE LA INVERSIÓN.

Nuestro índice financiero establece el tiempo que se recuperará la asociación efectuando sus labores turísticas, obtenido nuestro flujo de inversión a recuperación desde el año 5 hasta el décimo año.

Sin embargo se muestra que el proyecto es rentable para los servicios turísticos, recuperando la inversión.

CUADRO 19. Período retorno de la inversión

	FLUJO DE INVERSIÓN	RECUPERACIÓN
	INVERSIÓN TOTAL AÑO CERO	 (110.345)
AÑO 1	15.142	(95.204)
AÑO 2	21.614	(73.590)
AÑO 3	24.159	(49.431)
AÑO 4	37.099	(12.331)
AÑO 5	21.556	 9.224
AÑO 6	52.267	61.492
AÑO 7	67.793	129.284
AÑO 8	79.250	208.534
AÑO 9	87.250	295.784
AÑO 10	118.328	414.113

Fuente: Período retorno de la inversión

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Indicadores de la Rentabilidad de la Inversión.

4.12.1.- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es conocida también como tasa interna de rentabilidad, indicando el rendimiento financiero de 28% en lo que va el primer año, en la cual no admite que nuestro proyecto de tesis es rentable en el margen asociativo.

CUADRO 20. Tir

TIR	28%
------------	-----

Fuente: Tasa Interna de Retorno

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.12.2.- Valor Actual Neto (Van)

Este representa mediante los diez años proyectados que se realizó se obtuvo un capital de \$132.124,73; en la cual es representativo en nuestro sector para una demanda eficiente.

CUADRO 21. Van

VAN	\$ 132.124,73
------------	---------------

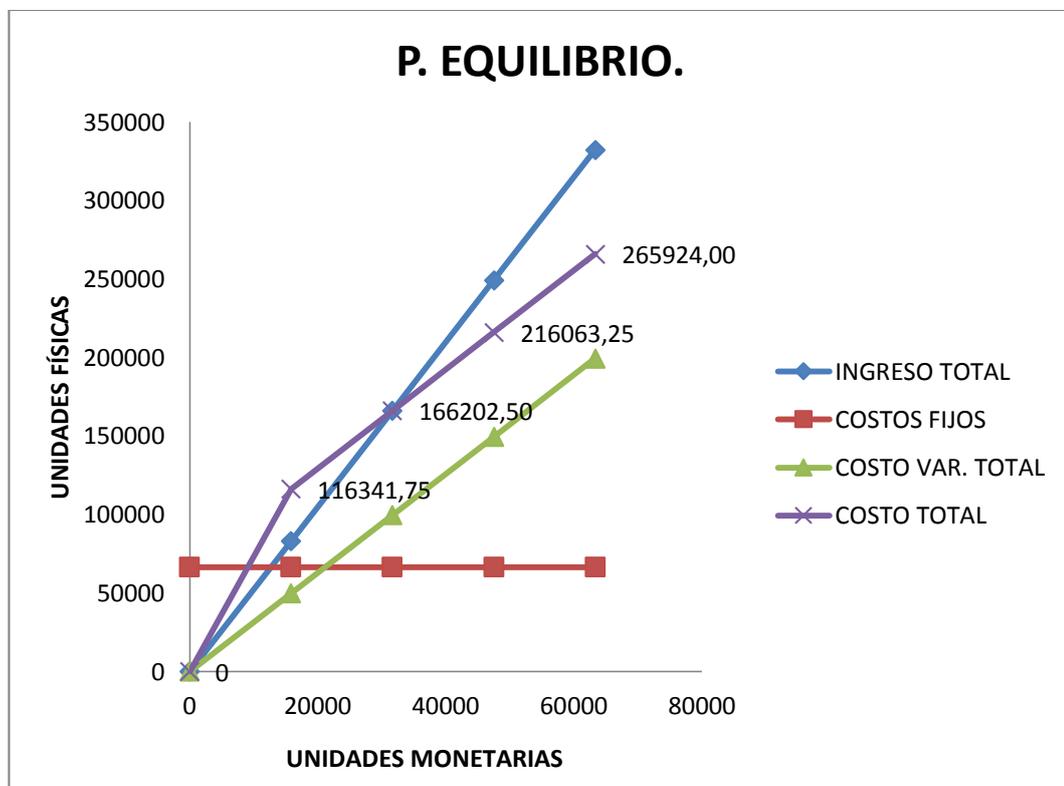
Fuente: Valor Actual Neto

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

4.13.-PUNTO DE EQUILIBRIO

Nuestro costo fijo de \$66.481,00; y el costo valor total se va incrementando teniendo resultado el proyecto con las siguientes cantidades \$49,860.00; \$99.721,50; a \$149.582,25; \$199.443,00; para entender nuestras especificaciones ver nuestro recuadro.

FIGURA 25. Punto de equilibrio



Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Es determinar nuestro volumen de producción que debe poseer nuestros servidores turísticos al momento de ejercer sus actividades, tomando en cuenta la gastronomía o diferentes platos escogidos por los turistas; sin embargo nuestra producción incrementará a medida que pase los años comenzando con un valor mínimo, hasta obtener un valor alto en rendimiento para nuestro plan asociativo.

CONCLUSIONES

- ✚ En la actualidad el IEPS y MIES fomenta la asociatividad de los actores vulnerables de la economía, existiendo una prioridad de mejoramiento de los servidores turísticos del sector: El Barco Varado.
- ✚ La inversión del plan asociativo comprende \$110,345.00 valor destinado a mejorar la infraestructura; las capacitaciones, programas de marketing, para que los socios efectúen un buen desempeño dentro del mercado turístico.
- ✚ Al realizar la proyección de ingreso y gasto se determina un valor actual neto de \$132,124.73; con un TIR de 28% un periodo de recuperación a 4 años, lo cual demuestra la efectividad económica del plan asociativo de los servidores turísticos.
- ✚ Con la implementación de la asociatividad serán eficientes sus participaciones dentro del mercado turístico, ante las leyes de la República del Ecuador como se debe estructurar, desde máximo órgano de control, órgano directivo, y órgano de control social.
- ✚ Acceder a capacitaciones para la formación micro-empresarial, entre todos los miembros con un solo propósito que sea más participe dentro y afuera de la institución capaz de desarrollar sus habilidades y destrezas eficientemente.
- ✚ Para lograr que la asociatividad se convierta en un mecanismo de desarrollo sustentable, es necesario que los asociados obtengan mayor poder de negociación y sean competitivos dentro del mercado.

RECOMENDACIONES

- ✚ Aprovechar las oportunidades del IEPS y MIES aplicando un plan de asociatividad para los socios del sector: El Barco Varado, para que sea más productivo y a la misma vez lograr una satisfactoria cooperación entre el grupo, cumpliendo con los estándares de calidad del servicio y atención al cliente.
- ✚ El pilar fundamental es el capital humano teniendo un cambio en el entorno con una visión turística desarrollada dentro del sector: El Barco Varado, personal altamente competente mediante el proceso asociativo capaz de solucionar problemas individual o colectivo.
- ✚ Mantener el contacto permanente con los miembros de la asociación, para realizar un seguimiento y así se cumplan los objetivos de las propuestas y actividades para el desarrollo del Cantón Playas.
- ✚ Aplicar las estrategias de comercialización para que cada servidor turístico oferte sus servicios de una manera eficiente y eficaz al cliente, con atención personalizada ejecutando normas de higiene y sanitación para satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros.
- ✚ Finalmente mediante el grupo asociativo competente se infiere que se lograra el éxito micro-empresarial de cada asociado, siendo permanente en sus obligaciones y derechos para una actividad turística sostenible dentro de la zona costera del Cantón Playas.

BIBLIOGRAFÍA

Freedman Paul. (2009). Gastronomía: Historia del paladar. Valencia: Servei publicacions.

GONZÁLEZ Laura (2009). Proceso de Asociatividad.

González, R. (2008). Asociatividad: pautas para la conformación de grupos asociativos de micro y pequeñas empresas turística.

Hernández Sampieri, R., & et al. (2010). Metodología de la Investigación (Quinta Ed. ed.). México: Mc Graw Hill

Kaes, R. (2008). Procesos asociativos e interdiscursividad en los grupos. México: Gedisa.

MÉNDEZ E. Carlos, (2011). Metodología, Diseño y desarrollo del Proceso de investigación. Editorial Limusa. Cuarta Edición.

Narváez Mercy; Fernández Gladys; Gutiérrez Carmen; Revilla José G.; Pérez Carmen. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná Multiciencias. Venezuela: Mc Graw Hill.

Vegas Juan. (2010). Asociatividad, proyecto de cooperación. Perú: Trilla.

Whitelaw Rodrigo. (2009). Mecanismo de cooperación en sistema productivo local. España: CIACO.

Yáñez C., ACEVEDO María, GÓMEZ Pilar. (2008). Modelos Asociativos Alfa-Beta. Colección Cidetec.

LIBROS VIRTUALES:

B LIBRO DE REDES EMPRESARIALES Y ASOCIATIVIDAD. (CUARTO AÑO- MODALIDAD EMPRESARIAL)* Carlos A Rodríguez

CÁCERES, C. M. (s.f.). TERMINOS DE ASOCIATIVIDAD.

CARDENAS. (s.f.). EFICIENCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.

ESTEVEZ, A. (2007). ESTRATEGIAS ASOCIATIVAS PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

KAES, R. (2008). PLAN DE ASOCIATIVIDAD.

MINTZBERG, H. (s.f.). ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN.

MÓRAN. (2010). CONCEPTOS DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD

MIES, I. (s.f.). LEYES CONSTITUCINALES.

VILLEGAS, Z. P. (s.f.). MANUAL DE ASOCIATIVIDAD.

(VILLEGAS) * Zoilo Palares Villegas.

ZEA, P. F. (s.f.). NOCIONES DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.

VALDEZ. (2007). IMPORTANCIA DE UN PLAN DE ASOCIATIVIDAD.

PÁGINAS DE INTERNET:

Development Resource Guide (LIDERAZGO MIT)

LIDERAZGO MIT Massachusetts Institute of Tecnology – Team Leader

<http://www.fisterra.com/mbe/investiga/10descriptiva/10descriptiva.asp>

<http://www.bolunta.org/manual-gestion/crear-asociacion-0>

<http://www.asociatividadempresarial.com>. (s.f.).

[Servicio-turistico-es-el-conjunto-de.html](#)

UNIVERSITARIO: <http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/08/el->

<http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id35.html>

ANEXOS

ANEXO 1. Entrevistas a servidores turísticos



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



GUÍA DE ENTREVISTA A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR “EL BARCO VARADO”.

Como estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, me debo realizar una entrevista para obtener información detallada de los servidores turísticos, para que me admita realizar mi trabajo de tesis denominado: Plan de Asociatividad para los servidores turísticos del sector “EL BARCO VARADO”

OBJETIVO.- Desarrollar la formación micro-empresarial de los servidores turísticos, con énfasis a la asociatividad.

NOMBRE: _____

1.- ¿Cómo se encuentra la situación actual de los servidores turísticos, en el sector “EL BARCO VARADO” para un desarrollo turístico local?

2.- ¿Qué opinión tiene usted acerca del plan de asociatividad para los servidores turísticos?

3.- ¿Se encuentran altamente capacitados los servidores turísticos para asumir responsabilidades dentro del grupo asociativo?

4.- ¿De qué forma afecta las RRHH, para la toma de decisiones de los servidores turísticos dentro del sector?

5.¿Qué beneficios tendrán los pre-socios, mediante la formación micro-empresarial?

6.- ¿Existe resistencia al cambio u oportunismo por parte de los servidores turísticos?

7.- ¿Usted como servidor turístico está innovando invariablemente sus servicios al cliente?

8.- ¿Qué dificultades se le presenta a la hora de ejercer sus oficios turísticos en el sector “EL BARCO VARADO”?

9.- ¿Usted como servidor turístico, ofrece sus servicios con la calidad necesaria a sus clientes ?

10.- ¿Ustedes utilizan aparte de sus servicios, un producto agregado hacia al cliente?

11.- ¿De qué manera utilizan el ingreso obtenido a través de sus producto - servicios, ofrecidos al cliente?

12.- ¿Ustedes como servidores turísticos ofrecen los servicios básicos necesarios como, de higiene, salubridad hacia los turistas?

13.- ¿De qué manera los servidores turísticos proponen un precio justo al cliente?

ANEXO 2. Encuestas a clientes



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



GUÍA DE ENCUESTA A LOS CLIENTES DEL SECTOR “EL BARCO VARADO”.

Como estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, me debo realizar una encuesta para obtener información detallada sobre los clientes, para que me admita realizar mi labor de tesis designada: Plan de Asociatividad para los servidores turísticos del sector “EL BARCO VARADO”

OBJETIVO.- Obtener información a través del cliente, mediante la aplicación de encuestas personalizadas, que identifique la situación actual de los servidores turísticos del sector “EL BARCO VARADO”.

EDAD: **SEXO:**

1.- ¿Cómo califica el servicio en atención al cliente en el sector “EL BARCO VARADO” para un desarrollo turístico local?

MUY BUENO MALO
BUENO REGULAR DEFICIENTE

2.- ¿Qué opinión tiene usted sobre la organización de los servidores turísticos?

MUY BUENO MALO
BUENO REGULAR DEFICIENTE

3.- ¿Está de acuerdo que los servidores turísticos muestran una actitud favorable y cordial a la hora de recibir al cliente?

SI NO A VECES

4.- ¿Actualmente está de acuerdo que se realicen eventos o actividades para darle una buena imagen al sector?

SI NO

5.- ¿En el sector “EL BARCO VARADO” donde laboran los servidores turísticos, existe servicios básicos necesarios para el cliente?

SIEMPRE A VECES NUNCA

6.- ¿Cómo evalúa el nivel de profesionalismo de los servidores turísticos del sector “EL BARCO VARADO”?

MUY BUENO MALO
BUENO REGULAR DEFICIENTE

7.- ¿Considera importante un plan de asociatividad para los servidores turísticos, para elevar la productividad turística?

SI NO PUEDE SER

8.- ¿Disfruta usted como cliente los servicios que brindan los servidores turísticos como: comidas típicas, parasoles, hamacas, entre otros?

SIEMPRE A VECES NUNCA

9.- ¿Dentro del sector “EL BARCO VARADO” para los clientes, existe la seguridad pública por parte de las autoridades?

DEFINITIVAMENTE SI DEFINITIVAMENTE NO
SI NO NUNCA

10.- ¿Cómo cliente, como evalúa el parqueadero del sector turístico “EL BARCO VARADO”?

MUY BUENO MALO
BUENO REGULAR DEFICIENTE

11.- ¿Los servidores turísticos, abusan del valor del servicio ofrecido hacía el cliente?

SI NO A VECES

12.- ¿Los servidores turísticos muestran interés por los turistas, y cumplen con lo acordado con el cliente?

SI NO A VECES

13.- ¿Los servidores turísticos están constantemente innovando sus servicios ofrecidos hacia el cliente?

SI NO A VECES

14.- ¿Se le proporciona un servicio adicional, mientras usted espera su requerimiento?

SIEMPRE A VECES NUNCA

15.- ¿Cómo evalúa la salubridad del sector “EL BARCO VARADO”?

MUY BUENO MALO
BUENO REGULAR DEFICIENTE

16.- ¿Cuánto es su desembolso durante su estadía dentro del sector “EL BARCO VARADO”?

MENOS DE \$100.00 \$100.00-\$200.00
\$200.00-\$300.00 \$300.00-\$400.00 \$500.00 A MÁS

17.- ¿Cuál es el factor de mayor incidencia a la hora de hacer turismo en el sector “EL BARCO VARADO”?

POSIBILIDAD DE DESCANSO CARPAS
GASTRONOMIA PRECIOS ECONOMICOS PARASOLES

ANEXO 3. Oficio para el focus group con los servidores turísticos

Playas, 11 de Agosto del 2014

Sra.
América Crespin Yagual
PRESIDENTA DEL SECTOR BARCO VARADO
Ciudad.-

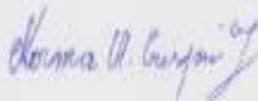
De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente hago llegar mis respetuosos saludos, y a la vez hacerles una cordial invitación a los miembros que conforman la Directiva del Sector Barco Varado al Taller **FOCUS GROUP**, el mismo que tratará asuntos relacionado con mi tema de tesis "Plan de Asociatividad para los servidores turísticos del Sector Barco Varado del Cantón Playas", el día Martes 19 de Agosto del presente año a las 10h00 en los Predios de la UPSE-Playas.

Seguro de contar con la asistencia de todos ustedes, quedo de usted muy agradecido.

Atentamente,

Alex Crespin
**ESTUDIANTE CARRERA DE
DESARROLLO EMPRESARIAL**



ANEXO 4. Ficha socio - económica de los servidores turísticos

	<u>FACTORES</u>	<u>BUENO</u>	<u>MALO</u>	<u>REGULAR</u>	<u>SI</u>	<u>NO</u>	<u>A VECES</u>
1	Afecta las RRHH, para la toma de decisiones de los servidores turísticos dentro del grupo asociativo.						X
2	Existe resistencia al cambio u oportunismo por parte de los servidores turísticos.				X		
3	Usted como servidor turístico está innovando invariablemente sus servicios al cliente.						X
4	Ustedes como servidores turísticos ofrecen los servicios básicos necesarios como, de higiene, salubridad hacia los turistas.				X		
5	Usted como servidor turístico proporciona un servicio adicional mientras atiende a sus clientes.				X		
6	Como servidores turísticos proponen un precio justo al cliente.				X		
7	Como servidores turísticos desean formarse como micro-empresarios para mejorar el entorno asociativo.				X		
8	Usted es cordial y cumple con lo acordado con el cliente.				X		
9	Es eficiente a la hora vender sus servicios turísticos al cliente.				X		
10	Existe financiamiento para la solución de permisos a las autoridades públicas.					X	
11	Como servidores turísticos han recibido capacitaciones de otras instituciones públicas o privadas.						X
12	Considera importante un plan de asociatividad para los servidores turísticos, para elevar la productividad turística.				X		
13	Necesitan de un proceso gradual para realizar diferentes roles dentro del grupo asociativo.				X		
14	Cada servidor turístico planifica y controla su labor a la hora de ofrecer sus productos al cliente.				X		
15	Existe cumplimiento de compromisos y solución de desacuerdos dentro del grupo asociativo.				X		
16	Es existe la eficiencia entre todos los miembros del grupo asociativo.						X

Fuente: Ficha socio económica de los servidores turísticos

Autor: Crespín Alex

ANEXO 5. Cronograma de actividades

<u>FACTORES</u>	<u>CRONOGRAMA PARA LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL SECTOR: EL BARCO VARADO</u>																																																			
<u>N° DE MES</u>	<u>MAYO</u>				<u>JUNIO</u>				<u>JULIO</u>				<u>AGOSTO</u>				<u>SEPTIEMBRE</u>				<u>OCTUBRE</u>																															
<u>N° DE SEMANAS</u>	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																								
SELECCIÓN DE SOCIOS	[Barra]																																																			
OPORTUNIDAD DE SERVICIO					[Barra]																																															
FOCUS GROUP CON LOS SOCIOS					[Barra]																																															
CONOCIMIENTO DE LA ASOCIATIVIDAD					[Barra]																																															
ESTRUCTURACION DEL GRUPO									[Barra]																																											
INTERESES Y OBJETIVOS COMUNES									[Barra]																																											
PROGRAMAS Y PLANES DE ACCIÓN									[Barra]																																											
EFICIENCIA DE LA ASOCIACIÓN													[Barra]																																							
PUESTA EN OPERACIÓN																					[Barra]																															

Fuente: Cronograma de actividades
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

ANEXO 6. Bajada al sector el barco varado



Fuente: Bajada del sector el barco varado
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Parqueadero del sector



Fuente: Parqueadero del sector
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

ANEXO 7. Comedores de los servidores turísticos



Fuente: Comedores de los servidores turísticos
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Foto del Comedor turístico de uno de los socios



Fuente: Foto del Comedor turístico de uno de los socios
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

ANEXO 8. Proyectista del plan asociativo



Fuente: Proyectista del plan asociativo
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Servidores turísticos



Fuente: Servidores turísticos
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

ANEXO 9. Taller con los servidores turísticos



Fuente: Taller con los servidores turísticos
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Socialización con los servidores turísticos en el taller



Fuente: Socialización con los servidores turísticos en el taller
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

ANEXO 10. Foto con el vice - presidente



Fuente: Foto con el vice-presidente
Elaborado por: Alex Crespín Crespín

Con la presidenta del grupo asociativo



Fuente: Con la presidenta del grupo asociativo
Elaborado por: Alex Crespín Crespín