

# INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES



– I A E N –

MAESTRÍA EN ALTA GERENCIA  
IV PROMOCIÓN  
2006–2007

---

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE MAGISTER EN ALTA GERENCIA

TEMA DE INVESTIGACION :

***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS  
EN LAS PLAYAS DEL RECINTO LAS PEÑAS  
EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS”***

---

AUTOR : ING. BYRON E. GUEVARA V.

DIRECTOR DE TESIS : ING. EDUARDO URRUTIA, MBA

QUITO – ECUADOR

## DEDICATORIA

Este Proyecto de Investigación está dedicado a mis padres Elena Valdospinos y Oswaldo Espinoza y a mis hermanos Jessica Espinoza, Michael Espinoza y Javier Guevara con su señora esposa e hijos Lupita Proaño, Danielita, Andreita y Javi, quienes han acompañado con su afecto en diversos momentos de emociones y formación de vida y profesional.

A ellos, Elena y Oswaldo, que Dios les de salud y vida, porque es lo que he recibido desinteresadamente y para que de la misma manera continúen recibiendo mis jóvenes hermanos Jessica y Michael, para quienes espero que este trabajo sea de utilidad siempre que se requiera en sus circunstancias de vida. Quienes, dentro de su formación universitaria en Ingeniería en Gestión Hotelera y en Ingeniería Comercial han contribuido con sus razonamientos en varios aspectos del presente Proyecto de Investigación.

## AGRADECIMIENTO

Al Instituto de Altos Estudios Nacionales por las vivencias y conocimientos brindados y transmitidos a través de sus excelentes catedráticos. También, por el apoyo y comprensión recibidos de parte de autoridades y su personal, como es de docencia, financiero, secretaría, entre otros.

A la Economista Lucía Larco por ese apoyo y comprensión dados en diversos momentos a cada uno de los cursantes de la IV Promoción de la Maestría de Alta Gerencia. Fomentando así el compañerismo, integración y que se compartan vivencias dentro del IAEN y también en los viajes realizados a la población de Salinas de Riobamba y a la ciudad de Cuenca en nuestro país Ecuador y la China y EEUU. Compañeros, quienes a su vez, como solo la vida y Dios saben, de alguna manera han dado su aporte desinteresado.

Al Ingeniero Eduardo Urrutia por la guía y consejos oportunos dados durante el estudio del presente Proyecto de Investigación. Tiempo durante el cual, las dificultades enfrentadas fortalecieron conocimientos y sabiduría nuevos a una persona que se desenvuelve en el medio tecnológico de la informática.

A la Economista Paula Andrea Chávez, bella y afectuosa compañera de estudios en el IAEN, por su afectuosa motivación y consejos para estructurar este Proyecto de Investigación.

Al señor Rafael Palacios, personaje manabita residente en el Recinto Las Peñas en donde administra el Hotel Playa Amanecer, por su desinterés al compartir vivencias, conocimientos, guía y consejo sobre hechos y circunstancias del Recinto Las Peñas como Mercado de Turismo en el Cantón Eloy Alfaro al nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas, con quien y con mayor tiempo este Proyecto de Investigación puede encaminarse para lograr resultados atractivos.

A la Doctora en Presupuesto Katty Lorena Albán por su bella presencia de mujer y afecto, en momentos gratos y de formación que su aporte permitió aclarar conocimientos del estudio económico de este Proyecto de Investigación.

Al Economista Galo Melo por apoyo y consejo que permitió aclarar conocimientos del estudio económico de este Proyecto de Investigación. Quien aportó gracias a la referencia dada por su hermano

## INDICE DE CONTENIDO

### **CAPITULO I – MARCO REFERENCIAL 1**

---

1.	EL TEMA O PROBLEMA	1
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
2.1.	ANTECEDENTES	1
2.2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
2.3.	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
2.4.	FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	2
3.	OBJETIVOS	3
3.1.	GENERAL	3
3.2.	ESPECÍFICOS	3
4.	JUSTIFICACIÓN	3

### **CAPITULO II – MARCO TEORICO 4**

---

1.	EL TURISMO	4
2.	ESTRUCTURA TURÍSTICA DEL PROYECTO	4
3.	EL SISTEMA TURÍSTICO	5
I	La Demanda	5
II	La Oferta	5
III	El Espacio Geográfico	5
IV	Los Operadores de Mercado	5
3.1.	SERVICIO BÁSICO	5
a.	Hospedaje	5
b.	Gastronomía	6
3.2.	SERVICIO RELACIONADO	6
a.	Transporte	6
b.	Comunicaciones e Información	6
c.	Sanidad	6
d.	Energía	6
e.	Turismo, Distracción y Esparcimiento	6
f.	Operadores de Turismo y Relacionados	6
g.	Controladores de Turismo	6
3.3.	RECURSO TURÍSTICO	7
a.	Natural	7
b.	Cultural	7
c.	Folklore	7
d.	Relización Técnica, Científico o Artística Contemporánea	7
3.4.	TIPOS DE TURISMO	7
a.	Naturaleza	7
b.	Cultural	7
c.	Artesanal	7
d.	Arqueológico	8
e.	fiestas y Acontecimientos	8
f.	Sol y Playa	8
g.	Deporte	8
4.	TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLES	8
5.	TURISMO ECOLÓGICO O ECOTURISMO	9

6.	MANEJO DE AREAS PROTEGIDAS EN EL ECUADOR	9
7.	ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO	11
7.1.	LA COSTA O LITORAL	12
7.2.	EL NOR-OCCIDENTE DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS	12
7.3.	EL CANTON ELOY ALFARO	13
7.4.	EL RECINTO LAS PEÑAS	14
7.5.	LA TOLITA	15
7.6.	LA RESERVA ECOLOGICA CAYAPAS-MATAJE	15
8.	ESTRUCTURA LEGAL	15
8.1.	EMPRESARIAL	15
8.2.	NORMA TECNICA DE ECOTURISMO	17
8.2.1.	Políticas de la Empresa	18
8.2.2.	Calidad en los Servicios y Responsabilidad con el Visitante	18
8.2.3.	Conservación y Manejo de los RRNN	18
8.2.4.	Impacto Ambiental	18
8.2.5.	Tratamiento de Desechos	19
8.2.6.	Tamaño de Grupos de Visitantes	19
8.2.7.	Respeto a Grupos Humanos	19
8.2.8.	Respeto a Lugares Históricos y Restos Arqueológicos	19
8.2.9.	Simulaciones Culturales	19
8.2.10.	Promoción	20
8.2.11.	Guías e Interpretación	20
8.2.12.	Transporte	20
8.2.13.	Alojamiento	20
8.3.	NORMA TECNICA DE ALOJAMIENTO	20
8.4.	SEGURIDAD AMBIENTAL	25
8.5.	OPERACIÓN DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO	25
8.5.1.	Registro de Actividad Turística	25
8.5.4.	Permiso Sanitario	26
8.5.5.	Uso del Suelo	26
8.5.6.	Publicidad	26
8.5.7.	Bomberos	26
8.5.8.	Contribución e Impuestos	26
8.5.9.	Balances	27
8.5.10.	Derechos de Autores y Compositores	27
8.5.11.	Reporte de Huéspedes	27

### **CAPITULO III – METODOLOGIA** **28**

1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
2.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	28
3.	HIPÓTESIS	28
4.	VARIABLES	30
5.	TAMAÑO DE MUESTRA DE INVESTIGACION	30
6.	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	31
7.	TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS	31
8.	RESUTADO	32
8.2.	ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA DE MERCADO	32

8.3.	ESTUDIO ECONOMICO DE FACTIBILIDAD Y RENTABILIDAD	33
8.4.	ESTUDIO AMBIENTAL	33

## **CAPITULO – IV** **34**

INTRODUCCION		34
1.	ESTUDIO DE MERCADO	36
1.1.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	36
1.1.1.	PERFIL DEL TURISTA QUE VIAJA AL RECINTO LAS PEÑAS	36
1.1.2.	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	37
1.1.2.1.	Demanda Histórica, Futura y Potencial	38
1.1.2.2.	Demanda Objetivo	39
1.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	39
1.2.1.	ELEMENTOS DE LA OFERTA DE MERCADO	40
1.2.1.1.	Oferta Actual de Alojamiento	40
1.2.1.2.	Oferta Futura de Alojamiento	41
1.2.1.3.	Oferta de Alimentos y Bebidas	42
1.2.1.4.	Otros Gastos de Viaje	43
1.2.2.	ANÁLISIS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	44
1.2.2.1.	SEGMENTO META	45
1.2.2.2.	PRODUCTO	45
1.2.2.3.	PRECIO	46
1.2.2.4.	PROMOCIÓN	47
1.2.2.5.	DISTRIBUCIÓN	49
1.2.2.6.	FORTALEZAS Y DEBILIDADES	50
1.3.	MERCADO META QUE DEMANDA EL PROYECTO	54
2.	ESTUDIO DE TÉCNICO	55
2.1.	LOCALIZACIÓN	55
2.1.1.	Demanda Objetivo	55
2.1.2.	Materia Prima e Insumos	55
2.1.3.	Vías de Comunicación	56
2.1.4.	Medios de Transporte	56
2.1.5.	Infraestructura y Servicios Públicos Básicos	57
2.1.6.	Topografía y Calidad de Suelos	57
2.1.7.	Clima, Ambiente y Salubridad	57
2.1.8.	Tecnología de la Información	57
2.1.9.	Contacto con la Naturaleza	58
2.1.10.	Contacto Cultural	58
2.2.	PRODUCTOS Y SERVICIOS	59
2.2.1.	Generalidades de Promociones Tentativas de Turismo	60
2.2.2.	Turismo Natural Las Peñas	60
2.2.3.	Turismo Natural y Cultural Las Peñas	61
2.2.4.	Turismo Natural y Cultural Las Peñas y Reserva Ecológica	61
2.3.	INSTALACIONES	61
2.3.1.	Cabaña de Administración y Mantenimiento	62
2.3.2.	Cabaña Familiar	63
2.3.3.	Cabaña de Grupos	63
2.3.4.	Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke	63
2.3.5.	Servicio de Piscina	64
2.3.6.	Apoyo al Servicio de Restaurante y Piscina	64
2.3.7.	Área de Descanso y Recreación	64
2.3.8.	Servicio de Estacionamiento	64
2.4.	EQUIPAMIENTO E INVERSIÓN	65
3.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	66
3.1.	IMAGEN ORGANIZACIONAL	66

3.1.1. Misión	66
3.1.2. Visión	66
3.1.3. Valores Organizacionales	66
3.2. ESTRUCTURA DE GESTIÓN Y OPERACION ORGANIZACIONAL	67
3.2.1. Junta de Accionistas	68
3.2.2. Gerente General	68
3.2.3. Contador(a)	68
3.2.4. Ejecutiva(o) de Ventas y Cobranzas	69
3.2.5. Técnico en Mantenimiento	69
3.2.6. Ayudante en Mantenimiento	70
3.2.7. Recepcionista	70
3.2.8. Guía de Turismo	70
3.2.9. Ayudante de Turismo	71
3.2.10. Camarera	71
3.2.11. Limpieza de Blancos	71
3.2.12. Chofer	71
3.2.13. Vigilante	72
3.2.14. Chef	72
3.2.15. Ayudante de Cocina	72
3.2.16. Cajera(o)	73
3.2.17. Mesera	73
3.2.18. Barman	73
3.2.19. Ayudante de Barman	74
3.3. CONTRATACIÓN DE PERSONAL	74
3.4. REMUNERACIÓN DE PERSONAL	74
3.5. FACTORES INTERNOS	74
3.6. FACTORES EXTERNOS	75
3.7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE GESTIÓN	75
3.7.1. Capital Humano	75
3.7.2. Marketing	76
3.7.3. Financiero	76
3.8. GESTIÓN DE MARKETING MIX	76
3.8.1. Producto	76
3.8.2. Precio	77
3.8.3. Plaza o Canales de Distribución	78
3.8.4. Publicidad y Promoción	79
4. ESTUDIO ECONÓMICO	80
4.1. BIENES DE EQUIPAMIENTO E INVERSION	80
4.1.1. Construcción de Instalaciones	80
4.1.2. Activos Fijos	81
4.1.3. Activos Diferidos	83
4.1.4. Capital de Trabajo	83
4.2. INVERSIÓN POR INSATACION Y EQUIPAMIENTO	85
4.3. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION	85
4.4. COSTO DE ALOJAMIENTO	86
4.5. COSTO DE ALIMENTACION	87
4.6. COSTO DE PAQUETES DE ACTIVIDADES DE TURISMO Y RECREACION	88
4.7. INGRESOS POR VENTAS	88
4.8. COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y VENTAS	89
4.9. DEPRECIACION Y AMORTIZACION	90
4.10. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	90
4.11. FLUJO DE FONDOS DE	91
4.13. FLUJO DE FONDOS DE CAJA	92
4.14. BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACION FINANCIERA	92
4.15. EVALUACION ECONOMICA	95
4.15.1. Factibilidad VAN y Rendimiento TIR	95
4.15.2. Punto de Equilibrio	95
4.15.3. Rentabilidad	95
4.15.5. Perfil de la Inversión	96

4.15.6. Perfil del Financiamiento	96
4.15.7. Relación Entre Inversión y Financiamiento	97
5. ESTUDIO AMBIENTAL	101
5.1. MARCO INSTITUCIONAL	101
5.2. AREA DE INFLUENCIA	101
5.2.1. Social y Económico	101
5.2.2. Agua y Alcantarillado	102
5.2.3. Manejo del Suelo	102
5.2.4. Manejo de Atractivos y Recursos Naturales	102
5.2.5. Manejo de Atractivos y Recursos Culturales	103
5.2.6. Factores Adicionales	103
5.3. RECONOCIMIENTO DEL IMPACTO	103
5.3.1. Influencia en la Planificación, Instalación y Operación	104
5.3.2. Valoración del Impacto Ambiental	104
5.3.3. Evaluación del Impacto Ambiental	106
5.4. MEDIDAS DE CONTROL DEL IMPACTO	106
5.4.1. Uso del Suelo y de Material de Construcción	106
5.4.2. Uso y Tratamiento del Agua	107
5.4.3. Tratamiento de Desechos	107
5.4.4. Control Sonoro y Visual	107
5.4.5. Gestión del Factor Humano Local	107
5.4.6. Gestión del Factor Humano Turístico	108

## **CAPITULO V – CONCLSIONES Y RECOMENDACIONES 109**

1. CONCLUSIONES	109
2. RECOMENDACIONES	112

## **ANEXO 1 – INFORME DE INVESTIGACION 114**

1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	114
1.1. OBJETIVO GENERAL	114
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	114
2. OFERTA DE ALOJAMIENTO Y DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	114
2.1. OFERTA DE ALOJAMIENTO	114
2.2. OFERTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	116
3. TAMAÑO DE LA MUESTRA	118
3.1. SELECCIÓN DEL SEGMENTO DE ESTUDIO	118
3.2. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA	118
4. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	119
5. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS	119
5.1. LUGAR DE PROCEDENCIA, PLAYAS VISITADAS, RAZÓN PARA REGRESAR A LA PLAYA, SATISFACCIÓN TURÍSTICA Y DISPOSICIÓN POR PRODUCTO TURÍSTICO	119
5.2. PERMANENCIA SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA	123
5.3. VIAJES AL AÑO POR TURISMO SEGÚN PROCEDENCIA	123
5.4. MESES DE VIAJE A LA PLAYA SEGÚN PROCEDENCIA	124
5.5. MOTIVO DE VISITAR LA PLAYA LAS PEÑAS	125
5.6. FACTOR DE INFLUENCIA PARA VISITAR LA PLAYA	126
5.7. INFLUENCIA SOBRE VIAJE A LA PLAYA	126
5.8. PARTICIPANTES EN EL VIAJE DE TURISMO	127
5.9. NÚMERO DE PERSONAS QUE VIAJAN	127

5.10.	INGRESO MENSUAL DE HOGAR Y GASTO DIARIO SEGÚN PROCEDENCIA	128
5.11.	GÉNERO DE LAS PERSONAS QUE VIAJAN	129
5.12.	EDAD DE PERSONAS QUE VIAJAN	130
5.13.	ESTADO CIVIL DE TURISTAS	130
5.14.	FORMACIÓN O NIVEL DE INSTRUCCIÓN	130
6.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	132
7.	COSTO DE VIAJAR A LA PLAYA DEL RECINTO LAS PEÑAS	133
8.	POTENCIALIDAD DE LOS RECURSOS TURISTICOS	134
8.1.	DATOS GENERALES DEL CANTÓN ELOY ALFARO	134
8.2.	ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN ELOY ALFARO	135
8.3.	CONDICIONES DE LOS RECURSOS ECOTURÍSTICOS	136
8.3.1.	Clima	136
8.3.2.	Paisaje Natural	136
8.3.3.	Flora y fauna	136
8.3.4.	Hidrología	137
8.3.5.	Morfología	137
8.3.6.	Atractivos Turísticos Culturales:	137
8.3.7.	Contacto Cultural	138
8.3.8.	Hábitat del Ser Humano	139
8.3.9.	Condiciones Eco-Salubres	139
8.3.10.	Accesibilidad	139

## **ANEXO 1.1 – ENCUESTA** **139**

## **ANEXO 2 – INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS** **183**

## **ANEXO 3 – DISEÑO FISICO DE ESTRUCTURA DE ALOJAMIENTO** **185**

1.	DISTRIBUCIÓN GENERAL	186
2.	CABAÑA DE ADMINISTRACIÓN Y MANTENIMIENTO	187
3.	CABAÑA FAMILIAR	188
4.	CABAÑA DE GRUPOS	189
5.	COCINA Y RESTAURANTE-BAR-KARAOKE	190
6.	APOYO AL SERVICIO DE RESTAURANTE Y PISCINA	190

## **RECURSOS** **190**

## **BIBLIOGRAFÍA – FUENTES DE CONSULTA DE INVESTIGACION** **191**

## **CAPITULO – I**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **8. EL TEMA O PROBLEMA**

*ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS  
ECOLÓGICAS EN LA PLAYA DEL RECINTO LAS PEÑAS DESTINO  
DE HOSPEDAJE Y TURISMO EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS*

#### **9. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **9.1. ANTECEDENTES**

La Provincia de Esmeraldas es conocida popularmente como “La Provincia Verde del Ecuador”, cuya capital es la ciudad del mismo nombre, y está ubicada al nor-occidente del Ecuador, en donde las principales actividades económicas son la pesca, la producción agrícola y el turismo.

Como sector económico en turismo, los principales atractivos de la provincia constituyen sus playas y la reserva ecológica Cayapas-Mataje al norte. Esmeraldas es además, uno de los principales puertos del Ecuador, Terminal del Oleoducto y posee un aeropuerto para vuelos domésticos con conexión hacia Colombia.

Las playas de la provincia de Esmeraldas, se han constituido en potencial económico-turístico, siendo las zonas mayormente concurridas en Atacames, Sua, Same y Muisne; habiendo otros lugares apetecidos por su hospitalidad como Playa Ancha y Tonsupa; sin embargo, existen otras playas con turismo en desarrollo en Mompiche, Tonchigue, Camarones, Río Verde y Las Peñas.

La zona del Recinto “Las Peñas”, que es el motivo de estudio, es parte importante de una subregión geográfica de la Provincia de Esmeraldas con riqueza turística en atractivos naturales, donde la difusión del turismo es provincial, cuya oferta de valor carece de productos de hospedaje y turismo que contribuyan con exigencias demandas por sus visitantes.

## 9.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El propósito del proyecto es el estudio de la demanda insatisfecha en productos de hospedaje y turismo, cuyo mercado permita que la construcción de cabañas ecológicas sea factible y contribuya con el turismo hacia las playas del Recinto “Las Peñas” y sus zonas aledañas. Problemática que se enfrenta considerando las siguientes preguntas directrices:

- ¿ Incide la demanda insatisfecha del mercado turístico en la zona de “Las Peñas” sobre la oferta de productos de hospedaje y de turismo ?
- ¿ El diseño apropiado de un producto de cabañas ecológicas y de un producto de turismo conexo, garantiza el cumplimiento de estándares de atención y satisfacción del cliente ?
- ¿ La garantía de efectividad del proyecto sería el efecto de su modelo administrativo ?
- ¿ La evaluación financiera, económica y ambiental del proyecto, garantiza el retorno económico rentable, sostenible y sustentable que requiere el proyecto ?

## 9.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La investigación por realizar es para explicar la factibilidad de construir cabañas en la zona de turismo de las playas del Recinto “Las Peñas”, Parroquia Las Tolas, Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas, que se hará de Junio a Octubre de 2007.

Los datos estadísticos de turismo poblacional se obtendrán de la capacidad y porcentaje de ocupación que tiene el mercado de alojamiento que se oferta en el recinto, porque en el Instituto de Estadísticas y Censos –INEC– y en otros organismos de control y promoción no existen registros estadísticos actualizados de turismo.

## 9.4. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se hará disponiendo de un tiempo de cinco meses, para lo cual se cuenta con el presupuesto necesario y el acceso a recursos de apoyo de información y bibliografía en sitios WEB de la Red Internet, en centros del Ministerio de Turismo y el Instituto de Estadísticas y Censos, y en el Instituto de Altos Estudios Nacionales.

## **10. OBJETIVOS**

### **10.1. GENERAL**

Elaborar un estudio de factibilidad para el Recinto “Las Peñas”, en el Cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeraldas, sobre productos de hospedaje y turismo que contribuyan a satisfacer la demanda insatisfecha de turismo en la zona.

### **10.2. ESPECÍFICOS**

- i. Analizar la demanda insatisfecha del mercado turístico en la zona de “Las Peñas”, la cual incide sobre la oferta de productos de hospedaje y de turismo.
- ii. Determinar el diseño apropiado de un producto ecológico de hospedaje y de un producto de turismo que garantice el cumplimiento de estándares de atención y satisfacción del cliente.
- iii. Establecer un modelo administrativo que garantice la efectividad del proyecto.
- iv. Realizar la evaluación económica y ambiental del proyecto que asegure el retorno económico rentable, sostenible y sustentable que requiere el proyecto.

## **11. JUSTIFICACIÓN**

La situación del mercado de turismo últimamente orientado hacia las playas tradicionales en la Provincia de Esmeraldas, desea satisfacer sus exigencias en nuevos lugares como es en las playas del Recinto “Las Peñas”, destino importante que cuenta con asistencia poblacional insatisfecha y a la cual se puede ofrecer servicios de hospedaje y turismo ecológico que actualmente son escasos en la zona.

Por eso es que, la riqueza del paisaje de las playas del Recinto “Las Peñas” y de los recursos de turismo de zonas aledañas, hacen observar la oportunidad de aportar al desarrollo social y económico de la comunidad de la localidad con actividades de alimentación y bebidas, movilización y recreación, conocimiento de antiguas culturas y de zonas protegidas, y en general, su uso apropiado y protección de la biodiversidad. Siendo esto, generadores de conocimiento de las fortalezas y oportunidades de turismo de la región.

## CAPITULO – II

### MARCO TEORICO

#### 1. EL TURISMO

La Organización Mundial de Turismo -OMT-, 1998, respecto al turismo y su actividad expresa lo siguiente:

*"El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, en un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros motivos".*

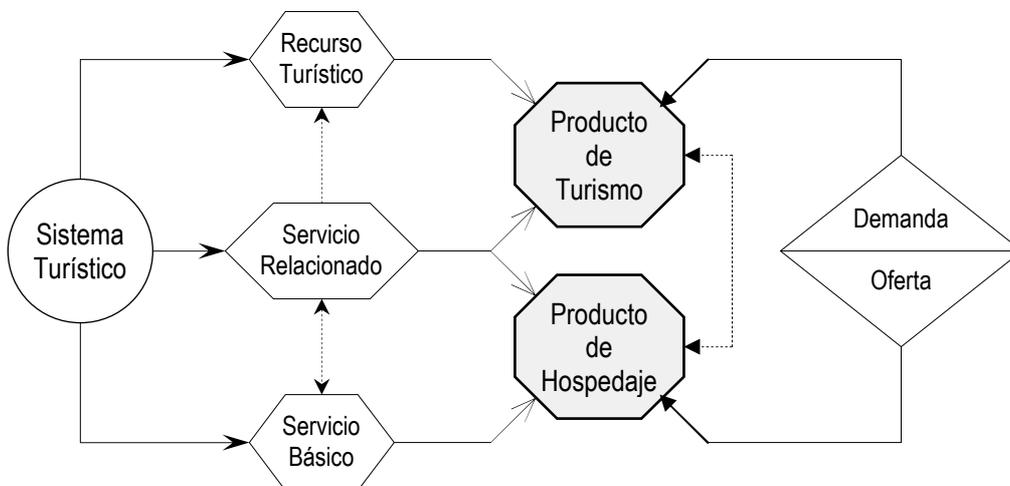
De esta manera, la -OMT- recoge aspectos positivos de definiciones, formalizando aspectos de la actividad turística, de la cual la sociedad observadora y consumidora también podría expresar sus interpretaciones.

Oscar de la Torre, en su libro "Turismo, fenómeno social", da una definición amplia que apoya la comprensión sobre el turismo y la finalidad de la presente investigación:

*"El Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural".*

#### 2. ESTRUCTURA TURÍSTICA DEL PROYECTO

Diagrama 2.1. Estructura del Proyecto



La concepción teórica para el estudio de factibilidad presente, está fundamentado en base de recursos y servicios turísticos que son ofertados y demandados en una estructura de mercado

de productos turísticos, estructura debidamente diseñada en el diagrama de la Figura-5.1 para explicar mediante un enfoque gráfico el mecanismo para satisfacer exigencias de consumidores del mercado meta y del tema de este proyecto de tesis.

### 3. EL SISTEMA TURÍSTICO

**La Naturaleza de la Actividad Turística** es el resultado complejo de interrelaciones entre diversos factores considerados conjuntamente con óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos que se relacionan entre sí que evolucionan dinámicamente (OMT 1998). Así, la OMT distingue cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

I. **La Demanda** .– formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

*1“Influenciada por el poder adquisitivo respaldado por el deseo de satisfacer necesidades de consumidores originadas en la cultura y personalidad de los individuos en sociedad”.*

II. **La Oferta** .– compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística.

*2“Influenciada por recursos, productos y servicios que se ofrecen en un mercado, produciendo en el consumidor, según el valor o estimación dados, el deseo de satisfacer necesidades”.*

III. **El Espacio Geográfico** .– base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y demanda y donde se sitúa la población residente, que si bien no es en si misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar una actividad turística.

IV. **Los Operadores del Mercado** .– empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

#### 3.1. SERVICIO BÁSICO

a. **Hospedaje** .– Aquellas empresas que posibilitan acceder a la oferta de servicios de alojamiento de hotel, motel, hostería y posada, pensión, apartotel, condominios, casa, cabañas, albergue, trailer parks, campings y camas en casas de familia.

---

<sup>1</sup> Cátedra de Gestión del Márketing, Ing. Eduardo Urrutia; Maestría de Alta Gerencia, IAEN; Presentación MS PowerPoint.

<sup>2</sup> Cátedra de Gestión del Márketing, Ing. Eduardo Urrutia; Maestría de Alta Gerencia, IAEN; Presentación MS PowerPoint.

- b. Gastronomía .–** Aquellos agentes o empresas que posibilitan acceder a la oferta de servicios alimenticios de comidas y bebidas: restaurantes, cafeterías, quioscos, corredores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.).

### 3.2. SERVICIO RELACIONADO

- a. Transporte .–** Formada por los medios que posibilitan acceder a espacios de los recursos y servicios turísticos: terrestre aéreo y acuático.
- b. Comunicación e Información .–** Formada por los medios que posibilitan mantener y acceder a información de los recursos y servicios turísticos.
- c. Sanidad .–** Formada por los medios que posibilitan acceder a redes de agua y desagüe, recolección de desechos y salud.
- d. Energía .–** Formada por los medios que posibilitan acceder a red eléctrica y combustible.
- e. Turismo, Distracción y Esparcimiento .–** Formada por los medios y sus instalaciones que posibilitan satisfacer experiencias de recreación de agua y playa, de montaña y otros generales de distracción y esparcimiento.

La recreación de agua y playa, constituida por marinas, espigones, playas, muelles, papalapas, quinchos o ramadas, carpas o tiendas, sombrillas, reposeras y observación submarina. La recreación de montaña, constituida por miradores, circuitos de senderos, refugios, funiculares, teléfonos, sky lift y poma lift. La recreación general está constituida por piscinas, vestuarios, juegos y deportes, pasarelas y puentes; además de discotecas, bares, casinos, cines y teatros, espectáculos públicos (toros, riñas de gallos, rodeo, etc.), clubes deportivos, parques temáticos.

- f. Operadores de Turismo y Relacionados .–** Aquellos agentes naturales o jurídicos que posibilitan acceder a la oferta de productos y servicios turísticos, mediante planes programados: organizaciones de agencias de viajes y turismo y aquellos y aquellas que promueven y facilitan actividades de turismo como cambiarias de moneda y centros de convenciones.
- g. Controladores de Turismo .–** Aquellos organismos, de carácter nacional e internacional, que tienen la potestad o está designado el control y protección respecto al uso racional de los recursos y productos y servicios turísticos, es decir, observando la seguridad integral ecosistémica.

### 3.3. RECURSO TURÍSTICO

- a. **Natural.**– Formado en el espacio geográfico natural nacional, regional o zonal, que está afectado por la acción directa de la variedad de climas y constituido por montañas, planicies, costas, lagos, lagunas y esteros, ríos y arroyos, caídas de agua, grutas y cavernas, lugares de observación de flora y fauna, lugares de caza y pesca, caminos pintorescos, termas, parques nacionales y reservas ecológicas.
- b. **Cultural** .– Formado por museos y manifestaciones históricas de obras de arte y técnica, lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos.
- c. **Folklore** .– Formado por manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danza, artesanías y artes populares, gastronomía (comidas y bebidas) típica, grupos étnicos, arquitectura popular y espontánea.
- d. **Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea** .– Formado por centros científicos y técnicos, obras de arte y técnica, que pueden estar dentro y fuera de espacios urbanos y rurales, y también explotaciones industriales, agropecuarias y mineras.

### 3.4. TIPOS DE TURISMO

Las tendencias del turismo han observado dos modelos bien marcados, uno convencional o masivo y otro alternativo. El turismo convencional considera a aquellos turistas que buscan la relación con el sol y la playa, pero pueden definirse como turismo alternativo cuando se trata de zonas de bajo desarrollo turístico. El turismo alternativo, en general, constituyen destinos turísticos recientes, desconcentrados de destinos tradicionales y promueve atractivos específicos naturales, culturales, históricos, que se manifiesta como destinos diferenciados y con escaso desarrollo turístico, que a su vez es más participativo, personalizado y exótico. (Pág. Web Cámara de Turismo Guayas)

- a. **Turismo de Naturaleza** .– Es el destino del turismo de naturaleza y ecológico donde se encuentran áreas protegidas con ambientes de gran estímulo, entretenimiento y conocimiento.
- b. **Turismo Cultural** .– Es el destino con poblaciones con historia y bellezas arquitectónicas donde se han producido hechos históricos y elementos que al pasar de los años van formando parte de la vida cotidiana.
- c. **Turismo Artesanal** .– Es el destino donde las artesanías son un medio de expresión cultural, sus habitantes expresan sus vivencias diarias por medio de los recursos naturales del agua y la tierra.

- d. **Turismo Arqueológico** .– Es el destino donde interactúan el hombre y la naturaleza, diferentes objetos encontrados en diferentes sitios de asentamiento humano permiten imaginar cómo subsistieron y vivieron sociedades antepasadas, sus costumbres y creencias.
- e. **Turismo de Fiestas Y Acontecimientos** .– Es el destino donde las fiestas y acontecimientos muestran el vínculo con especies animales. Rodeos, riñas de gallos y la feria ganadera son eventos internacionales y también las fiestas a santos patronales.
- f. **Turismo de Sol Y Playa** .– Es el destino donde la pureza de la arena y la calidad de las aguas están rodeadas de atractivos magníficos que hacen de las playas un lugar único que permite disfrutar del clima, la flora y la fauna.
- g. **Turismo de Deporte** .– Es el destino donde las personas practican deportes de riesgo de rafting, rapelling, cañoning, andinismo, ciclismo de montaña y otros, que por lo general se realizan en las áreas protegidas.

#### 4. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLES

El informe titulado “Nuestro Futuro Común”, 1987, de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo a la Asamblea General de las Naciones Unidas, define al **Desarrollo Sostenible** como:

*“ Aquel que hace frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender propias necesidades (Mcintyre, Hetherington e Inskeep, 1993).*

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, conocida como la Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en junio de 1992, se concretó el concepto de desarrollo sostenible y se tomaron medidas relativas a problemas fundamentales de relación del medio ambiente con el desarrollo turístico mundial (McIntyre, Hetherington e Inskeep, 1993).

La OMT, en la Agenda 21 para los Viajes y el Turismo, 1999, define el **Turismo Sostenible** como:

*“Aquel que satisface las necesidades de turistas actuales y de regiones de destino, al tiempo que protege y garantiza sus actividades futuras. Se concibe como una forma de gestión de los recursos, de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas sean satisfechas al mismo tiempo que se conserva la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida”.*

Entonces, un producto turístico es sostenible si no esquilmamos recursos naturales, si no contaminamos a ritmo superior al que la propia naturaleza asimila, si no congestionamos el espacio

disponible, si no genera tensiones sociales y pérdida de identidad cultural.

## 5. TURISMO ECOLÓGICO O ECOTURISMO

El Turismo Ecológico o Ecoturismo es un enfoque para las actividades turísticas que privilegia la preservación y apreciación del medio, tanto natural como cultural, que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística. Apareció a finales de la década de 1980, aunque solo muy recientemente ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, como para que la ONU dedicara el año 2002 al turismo ecológico.

En su acepción más común la etiqueta ecoturismo implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para convencer tanto a los visitantes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos.

Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción por lo general se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas-grupos-cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

Pese a la cortedad relativa de su existencia, el ecoturismo es visto por varios grupos conservacionistas, instituciones internacionales y gobiernos como una alternativa viable de desarrollo sostenible. Existen países como Costa Rica, Kenia, Madagascar, Nepal y Ecuador donde el turismo ecológico detiene en efecto una parte significativa de los ingresos de divisas del rubro turístico, tal es el caso de las Islas Galápagos o la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje en Ecuador que cuenta con biomas o territorio mega-diverso.

Hay que notar también que este tipo de turismo ha sido criticado por su carencia de estándares y criterios de homologación fiables, que tienden a provocar que experiencias que no merecerían el título de ecoturismo, lo utilicen como un medio para mejorar su imagen pública (por ejemplo, el hecho de poner un gran complejo hotelero tradicional en un lugar prístino o de belleza singular para aprovecharse de ese hecho).

## 6. MANEJO DE AREAS PROTEGIDAS EN EL ECUADOR

Los planes de actividades turísticas, tradicionalmente están enmarcados en programas de uso público y su desarrollo crea conflictos a otros programas y su implementación, y en algunos casos, produce situaciones difíciles de superar al no existir un marco legal ni políticas

institucionales adecuadas. Causando, con ello, impactos negativos en los valores naturales y culturales y las comunidades locales no siempre tienen acceso a beneficios (el caso de la utilización de grupos étnicos como producto de comercialización).

Las facilidades y servicios para visitantes dentro de las áreas protegidas son mínimas, y cuando existen, no son suficientes para satisfacer la demanda y producir ingresos económicos significativos. Sin embargo, existe la certeza que los beneficios económicos del turismo sustentable son de utilidad para los programas de conservación y el desarrollo de las comunidades locales, siendo el turismo una herramienta de educación e interpretación para los usuarios de las áreas protegidas.

Estudios consideran al turismo como una forma de asignar una dimensión económica a los recursos naturales y culturales que se protegen, considerando necesario definir políticas y estrategias apropiadas compatibles con principios de conservación y beneficios ecológicos, sociales, culturales y económicos en favor de los sistemas de áreas protegidas y de comunidades locales que viven dentro de reservas ecológicas y zonas de influencia.

<sup>3</sup>En el Ecuador el manejo de áreas protegidas, de acuerdo al Convenio GEF–INEFAN de 1998, Global Environment Facility y el Instituto Ecuatoriano Forestal de Áreas Naturales y Vida Silvestre, son las siguientes:

- i. **Reserva Biológica** .– Área de extensión variable, que se halla en cualquiera de los ámbitos terrestres o acuáticos, destinada a la preservación de la vida silvestre.
- ii. **Reserva Ecológica** .– Área de por lo menos 10.000 ha que comprende uno o mas ecosistemas con especies de fauna y flora silvestres importantes y amenazadas de extinción, formaciones geológicas singulares en áreas naturales o parcialmente alteradas. En esta área se prohíbe cualquier tipo de explotación u ocupación.
- iii. **Refugio de Vida Silvestre** .– Área indispensable para garantizar la existencia de la vida silvestre, residente o migratoria con fines científicos, educativos y recreativos.
- iv. **Parque Nacional** .– Uno o varios ecosistemas comprendidos en un área no menor a 10.000 ha., caracterizados por la diversidad de especies de flora y fauna, los rasgos geológicos y hábitats de importancia para la ciencia, la educación y la recreación; para el mantenimiento del área en su condición natural, preservación de rasgos geológicos, estéticos y culturales siendo prohibida cualquier tipo de explotación.
- v. **Reserva Geobotánica** .– Área de extensión variable destinada a la conservación de la

---

<sup>3</sup> Conservación y Biodiversidad, sitio web del Centro de Tecnología de Información de la Escuela Politécnica del Litoral; [www.cti.espol.edu.ec/citela/documentos/exposicion/unidad/manejo.htm#D](http://www.cti.espol.edu.ec/citela/documentos/exposicion/unidad/manejo.htm#D).

flora silvestre, recursos geológicos sobresalientes y paisajes excepcionales, con el fin de asegurar la continuidad de los procesos evolutivos y propender a recuperación de las zonas alteradas por la intervención humana. Por su valor histórico y cultural, paisajístico y científico brinda oportunidades recreativas, turísticas a visitantes y comunidades locales

- vi. **Área Nacional de Recreación** .– Es una superficie de unos 1000 ha o mas en la que existen fundamentalmente bellezas escénicas, recursos turísticos o de recreación en ambientes naturales siendo fácilmente accesibles desde centros poblados.
- vii. **Reserva de Producción de Fauna** .– Son áreas naturales o parcialmente alteradas, establecidas para el manejo sustentable de la fauna silvestre, principalmente para comunidades indígenas existentes en la zona. Uno de los objetivos de manejo se relaciona con la investigación científica, recreación y turismo, además de la conservación de valores culturales y étnicos.
- viii. **Área de Caza y Pesca** .– Áreas naturales o parcialmente alteradas, establecidas específicamente para fomentar desarrollar la cacería y pesca controladas.

## 7. ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

El Ecuador, geográficamente es un país pequeño caracterizado por su singular topografía, diversidad de zonas climáticas, una prolífica población de especies vegetales y animales, y la cultura de su gente reflejado en sus orígenes y tradiciones formados a partir de su inmediato contorno geográfico. Esto es, desde la selva tropical Amazónica a las estribaciones y alturas de la Cordillera de los Andes, y luego hacia la Costa del Pacífico y el Archipiélago de Galápagos, mientras contempla una sucesión de paisajes naturales.

Al viajar por la naturaleza del Ecuador, se puede seguir el curso de anchos ríos y angostas corrientes, descansar en la ribera de lagos prístinos, explorar cuevas misteriosas y admirar especies vegetales y animales únicas en su tipo, y conocer paisajes de cumbres andinas, bosques secos tropicales y bosques lluviosos, páramos y volcanes nevados, lagos glaciares y tectónicos, y bosques de manglar.

El Ecuador es un país biodiverso con problemas característicos de desarrollo, que ejercen presión sobre sus recursos naturales. Los gobiernos nacionales de turno, en su afán de proteger la biodiversidad de los recursos naturales crean reservas naturales protegidas, pero su diseño, administración y manejo están afectados por la falta de información para su efectiva aplicación.

## 7.1. LA COSTA O LITORAL

La costa o litoral ecuatoriano, localizada al oeste de la Cordillera de los Andes, está atravesada de norte a sur en gran parte por una cadena montañosa de altura menor (Chongón y Colonche), llena de extensas planicies aluviales. Está formada por tres ecosistemas principales: los bosques lluviosos tropicales del norte, las sabanas tropicales del centro y sudoeste, y el bosque seco de la franja peninsular occidental y meridional; a lo cual se adicionan ecosistemas caracterizados por sus comunidades y especies animales y vegetales, las entrantes de manglar, las playas y acantilados de peculiar formación rocosa.

La costa se forma de las provincias de Esmeraldas y Manabí, con pueblos de pescadores, manglares, áreas protegidas, islas y sitios arqueológicos; Guayas, con áreas protegidas y su Golfo de Guayaquil; Los Ríos y El Oro, con paisajes áridos.

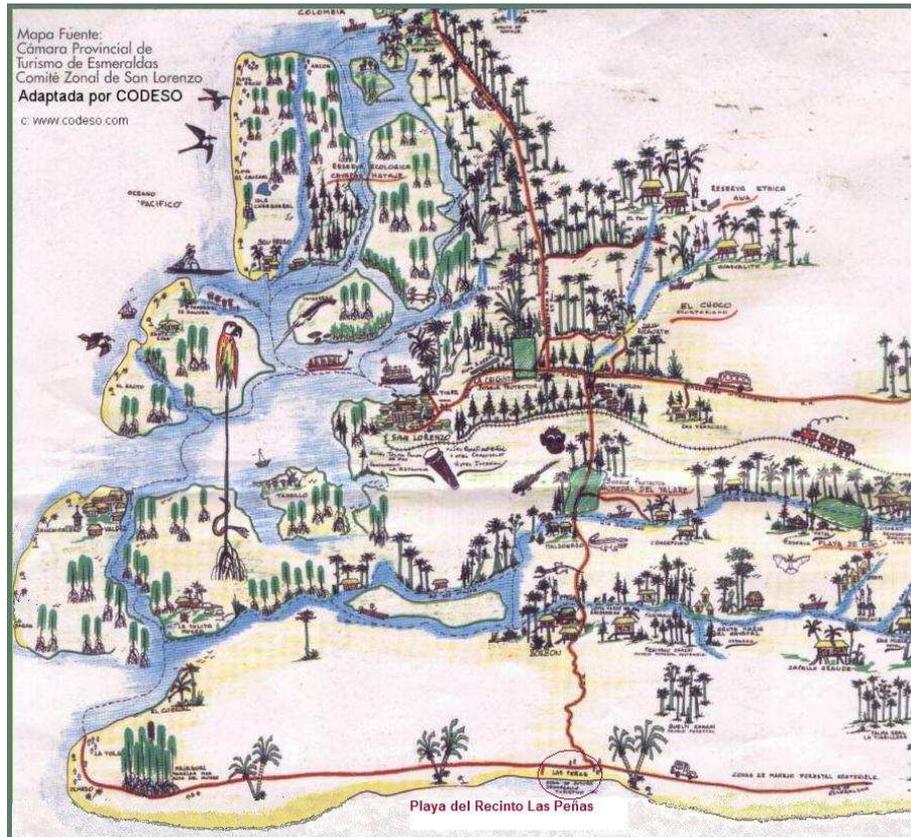
## 7.2. EL NOR-OCCIDENTE DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS

Imagen 2.1. Mapa Turístico y Vial de la Provincia de Esmeraldas



El Nor-Occidente de la Provincia Verde de Esmeraldas, posee aún paraísos naturales no conocidos. Su naturaleza generosa en parajes nos recuerda la Costa cubierta de bosques, con playas, manglares y esteros, destino de descanso y para aprender de la naturaleza y los mejores guías que provienen de las comunidades de negros y chachis que habitan en la zona.

Imagen A-1.1. Recursos Turísticos de Cantones Eloy Alfaro y San Lorenzo



### 7.3. EL CANTON ELOY ALFARO

El Cantón Eloy Alfaro es uno de los siete cantones de Esmeraldas, fue creado en octubre de 1991, situado al nor-occidente y según estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos–INEC– posee una población de 33.403.

La cabecera cantonal es Valdez (Limonas), que es a la vez la única parroquia urbana y sede del Puerto Vargas Torres que mantiene activo comercio. Se comunica hacia los demás cantones por vía fluvial mediante canoas a motor que a su vez son utilizadas para la pesca.

La explotación maderera, es el producto característico del cantón, es utilizada en la construcción y dinamiza a la economía de Esmeraldas, pero sin un programa de reforestación la problemática es que casi ya no existe bosque nativo, teniendo como principales especies al pechiche amarillo, taidén, tangaré, sande, laurel, jigua, mangle, etc.

En el cantón, la pobreza es evidente, con carencia de servicios básicos de alcantarillado, agua potable, falta de carreteras de primer orden y dispensarios médicos.

Otras parroquias del cantón son Amchayacu, Atahualpa, Borbón, La Tola, Luis Vargas, Maldonado, Pamponal de Bolívar, San Francisco de Santo Domingo de Onzole, Selva Alegre, Colón, Tímbire.

#### **7.4. EL RECINTO LAS PEÑAS**

El Recinto “Las Peñas”, ubicado en la Parroquia Las Tolas, tiene características propias respecto a otras poblaciones del cantón y la provincia. Fue construida en su mayoría por personas que migraron de diversos lugares del país y en menor cantidad de Colombia. Migraciones vistas hace 20 años, sin embargo datan desde 1956.

La playa del Recinto “Las Peñas”, la razón de su atractivo turístico ubicada entre dos peñas, tiene una extensión aproximada de 3 Km., el agua se encuentra dentro de límites permisibles, el agua no cambia a una combinación amarillenta en la época invernal porque no existe influencia de estuarina. Se encuentra ubicada a 17 m.s.n.m., con una temperatura que varía entre 22 y 32 grados centígrados. (El Comercio / Bitácora, 2001)

La playa está bordeada por cocoteros (cocos nucifera) y extensiones de pastizales; matorrales y especies arbóreas están presentes en menor escala. Además, existen gaviotas, pelícanos y gran cantidad de conchas y crustáceos.

El sector era parte de una hacienda del Sr. Miguel Quinteros y comprada luego por el Sr. Juan Delgado, formándose lo que se conocería como Hacienda Nueva Esperanza dedicada a actividades netamente ganaderas, lo que influyó en la llegada de familias de trabajadores que tenían alguna relación con la ciudad de Guayaquil. Lo que influyó en acentuar la fecha de fiestas de mayor renombre con la de su fundación el 9 de octubre de 1985, fecha de esfuerzo de los pobladores para lograr el tendido eléctrico en la zona.

Hace algunos años era un pequeño pueblo de pescadores en el anonimato, todavía principal actividad económica de los nativos de la zona. Actualmente tiene una población aproximada de 1.000 habitantes, a causa de un proceso migratorio y la cual era de 600 habitantes en el 2000. La población está compuesta por grupos afro de Esmeraldas, montubios de Manabí, serrano-mestizos de Imbabura y algunos de Colombia.

El Recinto “Las Peñas” experimenta cambios cultural, social y económico en las actividades de los pobladores, como el sincretismo de la música afro-esmeraldeña por ritmos ajenos de las grandes ciudades, que hacen en la juventud perder raíces y afectan las manifestaciones culturales de la zona.

Un hecho notable es la Escuela y Colegio Concepción Tembours administrada por Fe y Alegría, con la misión y visión de servir sustentable y sostenidamente en la educación y formación de la comunidad. Para ello ha creado la especialización de Ecoturismo y Administración Hotelera, con el objetivo de insertar a las generaciones en la actividad turística, fomentando cultura de desarrollo, condiciones justas de trabajo y de uso de los recursos ecoturísticos. Para lo cual, en el 2004 se inauguró la Escuela Hostería Bambuco, bajo la dirección

de un supervisor de la misma, constituyéndose en apoyo importante dirigido hacia el desarrollo eco-turístico de las playas y el Recinto “Las Peñas”.

## **7.5. LA TOLITA**

La Tolita es una isla de desembocadura del río Santiago, centro de una de las culturas más adelantadas de la era precolombina, que habitó esta zona entre los años 300 a.C. y 350 d.C. Su nombre proviene de la costumbre que tenían sus pobladores de construir montículos de tierra de 2 a 7 m. de altura con finalidad funeraria; los tolitas eran artesanos muy hábiles, trabajaban el oro y fabricaban máscaras, adornos faciales, utensilios, etc., siendo una de las máscaras encontradas el símbolo del Banco Central del Ecuador –BCE– (El Comercio / Bitácora, 2001).

## **7.6. LA RESERVA ECOLOGICA CAYAPAS-MATAJE**

La Reserva Ecológica Cayapas-Mataje constituye un potencial turístico, con extensión de 51.300 Ha. Los manglares y bosques húmedos donde sobresalen largas y retorcidas raíces sobre fango espeso y negro y aguas oscuras, son escenario para garzas y martines pescadores que navegan entre canales que se entrecruzan. Es posible distinguir cinco tipos de mangle: colorado, rojo, blanco, jelí, y negro; el mangle colorado cubre la mayor parte del área, tiene la capacidad de resistir el agua salina y es importante porque esta especie que crece en los estuarios de los ríos, protege del embate del mar hacia tierra firme; además, es hábitat de peces, conchas, y cangrejos, recicla nutrientes y mantiene la calidad el agua. Los manglares de Majahual son los más altos de América del Sur porque alcanzan los 50 m. de altura y tienen más de 100 años. (El Comercio / Bitácora, 2001)

## **8. ESTRUCTURA LEGAL**

### **8.1. EMPRESARIAL**

De acuerdo a la Ley de Compañías vigente, toda empresa de carácter comercial o mercantil debe cumplir con requisitos establecidos.

La empresa del proyecto debe estar constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada, tanto por la inversión como por el servicio a ofertar. Estando, para ello, integrada por socios o personas naturales, quienes aportarán con capital y se responsabilizarán de la organización y comercio.

La inscripción del Contrato Social de la empresa en el Registro Mercantil debe efectuarse en cuanto esté constituida y cumplir así con el Art. 96 de la Ley de Compañías.

Además, la empresa, por brindar servicios turísticos está exonerada de tributos fiscales en

derechos, timbres, matrícula y otros, según el Art. 25, literal a y b de la Ley de Desarrollo Turístico.

Referente al capital social, la compañía debe someterse a:

Art. 102 Aportar por igual el monto que establezca la Superintendencia de Compañías.

Art. 103 El capital social se depositará en cuenta corriente de la razón social y lo administrará el socio designado para el efecto por la Junta General de Socios por un período de dos años al término del mismo entregará un informe en base a auditoría de su función cumplida.

Art. 106 La empresa entregará a cada socio un certificado de aportación no negociable.

Art. 107 La participación puede ser transferida a otra persona con el consentimiento de los demás socios.

Art. 108 No se admitirá prestaciones, ni aportaciones extras a los socios.

Art. 114 Referente a los derechos de los socios, es derecho:

- A intervenir en todas las decisiones y con derecho a voto - A percibir los beneficios que le corresponda de las ganancias.
- A pedir convocatoria a reunión de socios para analizar la marcha de la empresa.

Art. 115 Respecto a las obligaciones de los socios, deben:

- Pagar a la empresa las aportaciones o capital social en un plazo establecido.
- Cumplir con los deberes señalados en el contrato.
- Responder ante la compañía por la pérdida del capital.

Art. 116 La Junta General estará conformada por todo los socios convocados y reunidos, que es el Organismo Supremo de la Empresa.

Art. 117 Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes (mitad más uno).

Art. 118 Atribuciones de la Junta General:

- Designar y remover a la Administrador de la Empresa.

- Aprobar cuentas y balances presentados al término del año económico.
- Resolver de reparto de utilidades.
- Admisión de nuevos socios decidir acerca del aumento o disminución del capital.
- Acordar la exclusión del socio por las causales señaladas en el Art. 82

Art. 137 La escritura o minuta de constitución será otorgada por todos los socios. Inscrita en el Registro Mercantil por el Administrador.

## 8.2. NORMA TECNICA DE ECOTURISMO

<sup>4</sup>El Gobierno Nacional impulsa un proceso de ordenamiento jurídico ecuatoriano, que como resultado del mismo se han expedido varios decretos ejecutivos que derogan cuerpos legales obsoletos o inaplicables y que establecen procedimientos unificados que se encuentran vigentes y regulan una misma materia relacionados con la actividad turística. Para lo cual, la Comisión Jurídica de Depuración Normativa ha recomendado la expedición de este decreto y en ejercicio de la potestad reglamentaria prevista en el Art. 171 de la Constitución Política de la República, decreta:

Art. 156. Ecoturismo se considera a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultural local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

Art. 165. Actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado convencional. Las personas naturales o jurídicas, pueden ejercer actividades de ecoturismo, previo el cumplimiento de los requisitos exigidos por el Ministerio de Turismo, sus leyes, reglamentos y demás normas vigentes.

Art. 168. Categoría Especial. Se llama empresa de ecoturismo a la persona natural, jurídica o comunidad legalmente reconocida que desarrolle actividades de

---

<sup>4</sup> Norma Técnica de Ecoturismo del Ecuador, Ministerio de Turismo, Febrero 2004.

ecoturismo, reconocida como tal por las autoridades correspondientes. Se determinará sobre la base de un proceso de certificación de sostenibilidad voluntaria a la que las personas naturales, jurídicas y comunidades legalmente reconocidas dedicadas al ecoturismo, pueden optar. Esta certificación avalará sus acciones.

La Norma Técnica de Ecoturismo está amparada en el Reglamento General de Actividades Turísticas y desarrollada sobre la base de principios generales.

### **8.2.1. Políticas de la Empresa**

Toda empresa debe tener un manual de ecoturismo acorde con las políticas y estrategias nacionales emitidas desde el Ministerio de Turismo. Debe también tener todos sus documentos en regla de acuerdo a las leyes nacionales y deberá observar las leyes, normas y reglamentos vigentes en el país.

Cada empresa deberá además desarrollar su propio código de ética enmarcado en el Código de Ética de Turismo.

### **8.2.2. Calidad en los Servicios y Responsabilidad con el Visitante**

La empresa de ecoturismo deberá dirigir sus esfuerzos a la satisfacción de sus visitantes y asegurarse de obtener sus percepciones para trabajar en la mejora continua de sus servicios e infraestructura.

La empresa de ecoturismo debe ser responsable con sus visitantes tanto en la información entregada, en el servicio ofrecido como en la seguridad del pasajero durante su estancia.

### **8.2.3. Conservación y Manejo de los RRNN**

La empresa debe apoyar los procesos de conservación del área en la que desarrolla sus actividades y de ser el caso, del área perteneciente al SNAP, a través de una cooperación activa con los esfuerzos de conservación en el área que desarrolla sus actividades.

En el caso de aquellas empresas que operen en zonas de amortiguamiento, deberán obedecer y aplicar los reglamentos del Área Protegida más cercana.

### **8.2.4. Impacto Ambiental**

Las actividades desarrolladas por la empresa de ecoturismo procurarán minimizar los posibles impactos causados sobre los recursos naturales y humanos en el área que desarrolla sus actividades. La tenencia de animales silvestres en cautiverio será aceptable únicamente bajo condiciones de recuperación temporal o con fines de reproducción bajo supervisión científica

adecuada.

No se apoyará al comercio de productos animales ni vegetales cuyo aprovechamiento no se haga en forma comprobadamente sostenible. No se permitirá el comercio de especies amenazadas o en peligro de extinción. No se permitirá la colección ni tráfico de especie alguna, animal y/o vegetal.

### **8.2.5. Tratamiento de Desechos**

Los desechos orgánicos e inorgánicos, aguas grises y negras serán manejados con las técnicas más apropiadas a fin de propender hacia su reciclaje y/o eliminación sin impactos adversos en la zona de operación ecoturística y áreas de influencia, o en otras a las que dichos desechos y aguas sean trasladados, se debe asegurar su cadena de manejo.

### **8.2.6. Tamaño de Grupos de Visitantes**

De acuerdo a las características de los sitios donde se desarrollen actividades de ecoturismo, la empresa de ecoturismo observará recomendaciones técnicas sobre el tamaño y frecuencia de los grupos. Es importante señalar que las operaciones de turismo masivo en áreas naturales no están enmarcadas dentro de los principios y normas de Ecoturismo.

### **8.2.7. Respeto a Grupos Humanos**

El propósito de la visita a grupos humanos asentados en áreas donde se desarrolle actividades de ecoturismo será para conocer y apreciar su cultura y modo de vida. Las actividades ecoturísticas no deben interferir ni alterar las

tradiciones de las comunidades visitadas. En caso de requerir personal de trabajo, se beneficiarán a las comunidades locales dentro de o adyacentes al sitio ecoturístico que quieran ser parte de las actividades de ecoturismo.

### **8.2.8. Respeto a Lugares Históricos y Restos Arqueológicos**

Se propiciará el cuidado y preservación de signos y evidencias de historia humana y restos arqueológicos. No se permitirá el saqueo y la destrucción de sitios históricos y restos arqueológicos.

### **8.2.9. Simulaciones Culturales**

No se presentarán como auténticas las simulaciones y exhibiciones de culturas locales efectuadas por personas o entidades ajenas a los grupos culturales específicos, a menos que las mismas sean para fines didácticos, artísticos e informativos con previo conocimiento del visitante.

### **8.2.10. Promoción**

La promoción no deberá hacer alusiones ofensivas hacia las culturas locales y se realizará a través de textos, fotografías y/o medios audiovisuales que muestren la realidad del lugar promocionado, con especies de flora y fauna fáciles de observar.

### **8.2.11. Guías e Interpretación**

Los guías propenderán a la conciencia conservacionista de los visitantes a través de una interpretación ambiental adecuada. También se educará a los visitantes sobre temas importantes para la conservación y manejo de RRNN y la cultura del área.

### **8.2.12. Transporte**

Se reducirá al máximo los efectos adversos sobre los recursos naturales y humanos producidos por los medios de transporte utilizados en actividades de ecoturismo. Esto se logrará empleando la tecnología más avanzada disponible en el país, garantizando igualmente la seguridad de los pasajeros.

### **8.2.13. Alojamiento**

La Empresa de Ecoturismo que de servicio de alojamiento en áreas naturales, ya sean hoteles, hostales, cabañas, lodges, floteles, embarcaciones o campamentos, deberán observar todas las normas del caso para evitar impactos negativos a grupos humanos y/o ecosistemas a corto, mediano y largo plazo.

## **8.3. NORMA TECNICA DE ALOJAMIENTO**

<sup>5</sup>De acuerdo al Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto N0. 3400, para los establecimientos de alojamientos está dispuesto lo siguiente;

Art. 1.- Alojamiento.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a

---

<sup>5</sup> Reglamento General de Actividades Turísticas, Registro Oficial No. 726 de Dic-2002, Ministerio de Turismo.

las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Art. 4.- Nomenclatura.- La nomenclatura que se usará para cada actividad será la siguiente:

H Hotel

HR Hotel Residencia

HA Hotel Apartamento

HS Hostal

HSR Hostal Residencia

P Pensión

HT Hostería

M Motel

RF Refugio

CV Complejo Vacacional

Carpa Campamento Turístico o Camping Silueta frontal de “carpa” con indicativo de categoría

AP Apartamento

C Cabaña

Art. 5.- Placas distintivas.- Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6.- Uso de denominaciones.- Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Art. 7.- Modificaciones en los establecimientos.- Toda modificación en la estructura,

características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.

Art. 8.- Hotel.- Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde.

Art. 15.- Hoteles Residencia.- Es hotel residencia todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.

Los hoteles residencias deberán reunir las mismas condiciones exigidas para los hoteles de su categoría, excepto en lo referente a los servicios de comedor, cocina y habitaciones.

Art. 16.- Hoteles apartamento o apart-hotel.- Es hotel apartamento, o apart-hotel, todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc. para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería.

Los hoteles apartamento, además de reunir las mismas condiciones exigidas para los hoteles de su categoría, excepto en lo relativo a los servicios de comedor, cocina y habitaciones.

Art. 17.- Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Art. 18.- Pensión.- Es pensión todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor de seis.

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste

servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 24.- Refugio.- Es refugio todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas y podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres, que pueden contar con literas.

Art. 25.- Motel.- Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día.

En los moteles, los precios por concepto de alojamiento serán facturados por día y persona, según la capacidad en plazas de cada departamento, y serán abonados en el momento de la admisión de los huéspedes, salvo convenio con el cliente.

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Art. 31.- Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Art. 35.- Campamentos de turismo o camping.- Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio. Art. 50.- Apartamentos.- Son apartamentos todos los establecimientos turísticos que de modo habitual presten el servicio de alojamiento mediante precio. Se entiende que el alojamiento conlleva el uso y disfrute del

apartamento, con su correspondiente mobiliario, equipo, instalaciones y servicios, sin que se presten los servicios de un hotel.

#### **8.4. SEGURIDAD AMBIENTAL**

A partir de la Constitución se refuerza en Regulaciones de Turismo en Áreas Protegidas, Ley Especial de Turismo, Ley de Régimen Municipal, Regulaciones de sanidad; Ley de descentralización, Ley de Medio Ambiente, entre los principales cuerpos legales.

Institucionalmente, la gestión se relaciona con el Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Ministerio de Salud Pública, Instituto Ecuatoriano de Normalización, entre otros.

#### **8.5. OPERACIÓN DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO<sup>6</sup>**

##### **8.5.1. Registro de Actividad Turística**

**Obligación:** Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

**Plazo:** Máximo 30 días después del inicio de la actividad

**Sanción:** El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

**Base Legal:** Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

##### **8.5.2. Afiliación a Cámaras de Turismo**

**Obligación:** Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales

**Base Legal:** Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

##### **8.5.3. Licencia de Funcionamiento y Ambiental**

**Base Legal:** Ordenanza Metropolitana 146 “Del Medio ambiente” Capítulo VI: De la Prevención y Control de Contaminación Ambiental”

**Obligación:** A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito y cancelará: Patente Municipal, Tasa de Turismo, Aporte Anual a CAPTUR y Permiso de Bomberos.

**Plazo:** Hasta el 31 de marzo de cada año.

**Sanción:** La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

**Base Legal:** Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

**Obligación:** Certificado para Auditorías Ambientales, que es válido por dos años.

---

<sup>6</sup> Tramitología de Actividades Turísticas, Corporación Metropolitana de Turismo; [www.quito-turismo.com/paginas/planq.asp?idpag=2&idsub=22](http://www.quito-turismo.com/paginas/planq.asp?idpag=2&idsub=22)

Sanción: Por no obtener el Certificado Ambiental >10 RBUM Art II.382.30 Literal-a.

**Obligación:** Auditoría Ambiental e Cumplimiento.

Plazo: Un año después de haber presentado Auditoría Ambiental y luego caa dos años.

Sanción: Por no obtener el Certificado Ambiental >20 RBUM

#### **8.5.4. Permiso Sanitario**

**Obligación:** Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud. Los Centros de Salud que confieren los certificados de salud de los empleados, se encuentran ubicados en la Cuenca y Olmedo.

Plazo: Hasta el 31 de marzo de cada año

Base Legal: Código de la Salud; Reglamento de Tasas

#### **8.5.5. Uso del Suelo**

**Obligación:** Obtener el permiso de Uso de Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo: Obtención cuando se va a instalar el establecimiento y el permiso tiene validez durante un año.

Base Legal: Ordenanza 0095, R.O. 187-S, 10-X-2003. Ordenanza 0190, R.O. 403, 23-XI-2006

#### **8.5.6. Publicidad**

**Obligación:** Pagar el permiso por la instalación de rótulos o cualquier medio de publicidad al Municipio correspondiente, es una autorización para instalar medios de publicidad exterior en espacios privados,

públicos y de servicios generales.

Plazo: obtención una vez instalado el rótulo y el permiso tiene validez durante un año.

Base Legal: Ordenanza 0186, R.O. 401 del 21 de noviembre del 2006.

#### **8.5.7. Bomberos**

**Obligación:** Pagar este permiso anualmente los propietarios de establecimientos comerciales

Plazo: Hasta 31 de marzo de cada año, establecimientos turísticos.

#### **8.5.8. Contribución e Impuestos**

**Obligación:** Pagar mediante depósito en cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística, la contribución del 1 por mil a los activos fijos.

Plazo: Hasta el 31 de julio de cada año.

Base Legal: Ley de Turismo, artículos 39 y 40

**Obligación:** Pagar contribución a la Superintendencia de Compañías (1 por mil a los activos reales) al año de funcionamiento.

Plazo: Hasta el 30 de septiembre de cada año

Base Legal: Ley de Compañías (Arts. 449. 450 y 451)

**Obligación:** Pagar el Impuesto a los Activos Totales (1.5 por Mil). Es un comprobante de pago emitido por la Administración Zonal correspondiente por la cancelación del impuesto sobre los activos totales que se gravan a todos los comerciantes, industriales y a todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan actividades económicas y estén obligadas a llevar contabilidad según el SRI.

Plazo: El impuesto deberá pagarse cuando le corresponda de acuerdo a la declaración del impuesto a la Renta, establecida en función del noveno dígito del RUC.

Base Legal: Ley de Régimen Municipal.

**Obligación:** Pagar el Impuesto Predial anualmente los propietarios de inmuebles.

Plazo: De enero a junio hay una rebaja del 10% vencido este plazo hay un recargo del 2% hasta diciembre.

Base Legal: Ley de Régimen Municipal

### 8.5.9. Balances

**Obligación:** Presentar a la Superintendencia de Compañías Balance Anual, Estado de Pérdidas y Ganancias; memorias e informes de los administradores y de organismos de vigilancia; nómina de los administradores, representantes regales y socios o accionistas.

Plazo: Hasta el 30 de abril de cada año.

Base legal: Ley de Compañías (Art. 20), Reglamento que establece la información y documentos que están obligados a remitir a la Superintendencia de Compañías, las sociedades sujetas a su vigilancia y control.

### 8.5.10. Derechos de Autores y Compositores

**Obligación:** Pagar a SAYCE derechos por difusión pública de música.

Plazo: Hasta el 30 de abril (con descuento – convenio FENCAPTUR)

Base Legal: Ley de Propiedad Intelectual.

### 8.5.11. Reporte de Huéspedes

**Obligación:** Remitir reporte de huéspedes a las siguientes instituciones: Intendencia General de Policía, Dirección Provincial de Salud, Policía Técnica Judicial, Jefatura Provincial de Migración (Departamento de Control Migratorio), Dirección Nacional de Investigación, Seguridad Pública Policía Nacional del Ecuador.

Base Legal: Código Penal

## CAPITULO – III

### METODOLOGÍA

#### 12. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación para el presente proyecto es una aplicación destinada a la resolución de un problema que determine la factibilidad de construir cabañas ecológicas el Recinto “Las Peñas” como destino de hospedaje y turismo en la Provincia de Esmeraldas.

Para lo cual, se ha debido realizar una investigación de campo, es decir, en el lugar de los hechos, acompañada de aporte bibliográfico sobre la playa y las zonas de influencia turística del Recinto “Las Peñas”.

Esta investigación se ha encaminado analizando el comportamiento que tienen los turistas que visitan la zona de interés del proyecto, comportamiento que mantiene su relación con variables que permiten explorar, medir, relacionar y explicar los intereses y satisfacción del uso que dan los turistas de los recursos turísticos a los cuales acceden en y desde el Recinto “Las Peñas”.

#### 13. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Utilizando el método deductivo, se determina el universo de estudio poblacional de campo, que a su vez se lo representa en un tamaño de muestra de investigación, para el cual se realiza un análisis de características de perfil y comportamiento turístico. Con lo cual, y con el análisis de la situación de la competencia y de la potencialidad de los recursos turísticos, es decir, con la base de un informe de investigación, usando el método inductivo, se determina las características física, humana, económica y ambiental que requiere el proyecto para ser factible de implementarse y mantener su operación.

#### 14. HIPÓTESIS

##### 14.1. Satisfacción del mercado turístico del Recinto las Peñas, que incide sobre la oferta de productos de hospedaje y de turismo.

Hi = La disponibilidad de adecuados servicios de hospedaje y de turismo satisfacen más del 60% de exigencias de los turistas.

Ho = La disponibilidad de adecuados servicios de hospedaje y de turismo satisfacen menos del 60% de exigencias de los turistas.

Ha = La disponibilidad de adecuados servicios de hospedaje y de turismo satisfacen el 60% de exigencias de los turistas.

$$H_e = \quad H_i = \bar{X} > 60\% \quad H_o = \bar{X} < 60\% \quad H_a = \bar{X} = 60\%$$

Resultado de Investigación → El mercado de turismo tiene una capacidad de alojamiento con un porcentaje promedio de ocupación del 65%. En donde, se produce una insatisfacción turística del 19.25%, es decir una satisfacción del 80.75%. Se acepta hipótesis  $H_i$  y se rechaza  $H_o$  y  $H_a$ .

#### 14.2. **Diseño apropiado de producto ecológico de hospedaje y de turismo que garantice la atención y satisfacción del cliente.**

$H_i$  = Los establecimientos de alojamiento con diseño ecológico para hospedaje y actividades de turismo abastecen a una población de turistas menor al 10%.

$H_o$  = Los establecimientos de alojamiento con diseño ecológico para hospedaje y actividades de turismo abastecen a una población de turistas mayor al 10%.

$H_a$  = Los establecimientos de alojamiento con diseño ecológico para hospedaje y actividades de turismo abastecen a una población de turistas del 10%.

$$H_e = \quad H_o = \bar{X} < 10\% \quad H_i = \bar{X} > 10\% \quad H_a = \bar{X} = 10\%$$

Resultado de Investigación → El mercado de turismo permite al proyecto acceder a un margen de población con disposición al producto natural y cultural del 3%. Se acepta hipótesis  $H_i$  y se rechaza  $H_o$  y  $H_a$ .

#### 14.3. **Modelo administrativo que garantice la efectividad del proyecto.**

$H_i$  = El proyecto requiere atender las necesidades de hospedaje y turismo de máximo 60 turistas.

$H_o$  = El proyecto requiere atender las necesidades de hospedaje y turismo de más de 60 turistas.

$H_a$  = El proyecto requiere atender las necesidades de hospedaje y turismo de 60 turistas.

$$H_e = \quad H_o = \bar{X} < 60 \quad H_i = \bar{X} > 60 \quad H_a = \bar{X} = 60$$

Resultado de Investigación → El mercado de turismo permite al proyecto acceder a un margen de población con disposición al producto natural y cultural del 3%. Se acepta hipótesis  $H_i$  y se rechaza  $H_o$  y  $H_a$ .

#### 14.4. **Evaluación económica y ambiental del proyecto que asegure el retorno económico rentable, sostenible y sustentable que requiere el proyecto.**

Hi = El 35% de los turistas que visitan la zona de “Las Peñas” invierten por persona aproximadamente durante su estadía menos de \$100 en productos de hospedaje y turismo.

Ho = El 35% de los turistas que visitan la zona de “Las Peñas” invierten por persona aproximadamente durante su estadía más de \$100 en productos de hospedaje y turismo.

Ha = El 35% de los turistas que visitan la zona de “Las Peñas” invierten por persona aproximadamente durante su estadía \$100 en productos de hospedaje y turismo.

$$H_e = \quad H_i = \bar{X} < 100 \quad \quad \quad H_o = \bar{X} > 100 \quad \quad \quad H_a = \bar{X} = 100$$

Resultado de Investigación → El mercado de turismo que visita el Recinto Las Peñas durante en promedio mantienen su estadía durante 3.6 días realizando un gasto de viaje mayor a \$100. De donde, los turistas que se mantienen entre 3 y cuatro días es en promedio del 42.75%. Se acepta hipótesis Ho y se rechaza Hi y Ha.

## 15. VARIABLES

VARIABLES	CONCEPTO	INDICADORES DE MEDICION
I Épocas de Turismo	Identificación de las temporadas de turismo	- Épocas del año - Días de visita
D Satisfacción de Exigencias del Turista	Evaluación de satisfacción de los turistas	- Tipos de turismo - Nivel de disposición con atractivos turísticos - Nivel de satisfacción turística
I Disponibilidad de Atractivos Turísticos	Evaluación de atractivos turísticos	- Tipos de atractivos turísticos - Facilidades de acceso hacia atractivos turísticos - Requisitos de seguridad ambiental
I Disponibilidad de Servicio de Hospedaje	Evaluación del servicio de hospedaje	- Cantidad de cabañas - Cantidad de personas por cabaña - Tipos de servicios incluidos - Tipos de servicios relacionados no incluidos
I Turistas	Turistas que demandan productos de hospedaje y turismo	- Clases de turistas - Cantidad de turistas
D Costo Turístico	Costo de utilización de servicio de hospedaje y los atractivos turísticos	- Costo por uso del servicio de hospedaje - Costo por acceder a atractivos turísticos - Rentabilidad económica

## 16. TAMAÑO DE MUESTRA DE INVESTIGACION

El cálculo del tamaño de la muestra de población se realiza utilizando el Método de Muestreo Aleatorio Simple, para determinar una muestra significativa de investigación de 400 hab.,

conforme se indica en la <sup>7</sup>Tabla-A-1.2, como representación de la capacidad y porcentaje de ocupación de alojamiento de turistas en el Recinto Las Peñas. Esto, según la Investigación y Estudio de Mercado en el Capítulo–IV.

**Tabla-A-1.2 Muestreo Aleatorio Simple**

		Días de Turismo	75			
		Capacidad Alojamiento	pax	975		
Mercado 2007	Capacidad		100%	73,125	turistas	
	Ocupación	N	65.00%	47,531	turistas	
	Gasto Diario		30.54 \$			
	Ingreso Oferta			2,233,041	\$	
	+ Alojamiento			856,050	\$	
	+ Alimentación			398,831	\$	
	+ Gastos Viaje			934,375	\$	
	+ Imprevistos		2%	43,785	\$	
	Varianza Media de Población	PQ	0.25			
	Intervalo de Confianza (95%)	Z	1.96			
	Límite de Error de Estimación	E	0.05			
	Aproximación de la Muestra	$n_0$	384	$= Z^2 \times PQ / E^2$		
	Mercado de Estudio	N	47,531	turistas		
	Tamaño de la Muestra	n	381	$= n_0 / (1 + n_0 / N)$		
	+ holgura	5%	400	$= n (1 + 0.05)$		

<sup>8</sup>Este tipo de muestreo permite que todas las muestras tengan la misma probabilidad de ser seleccionadas y en el que las unidades obtenidas a lo largo del muestreo se devuelvan a la población total.

## 17. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Según el Informe de Investigación del Proyecto del ANEXO-1 y del diseño de instrumento de recolección de datos del ANEXO-2, está elaborado un cuestionario de investigación como instrumento de encuesta y de análisis de campo aplicado sobre el segmento de mercado muestral obtenido de 400 turistas en el Recinto “Las Peñas”, que se desarrolló considerando necesidades de información del perfil y comportamiento del turista.

## 18. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Mediante la encuesta se recopiló y analizó información sobre el perfil y comportamiento de los turistas, con el propósito establecer el segmento de mercado meta que requiere el proyecto, obtenido de la interpretación de datos que se realiza en el Informe de Investigación del ANEXO-1.

La tabulación de datos se realizó utilizando Microsoft Excel, herramienta de software con la cual se guarda electrónicamente la información recopilada para cada una de las preguntas del cuestionario, algunas con estructura de respuesta individual y otras de respuesta múltiple.

<sup>7</sup> Cátedra de Marketing, IAEN; Ing. Eduardo Urrutia, MBA, MSc.

<sup>8</sup> Tipos de Muestreo; Instituto de Ciencias del Mar y Consejo Superior de Investigaciones Científicas; [www.icm.csic.es/rec/gim/defini.htm#](http://www.icm.csic.es/rec/gim/defini.htm#)

Con el apoyo de la información electrónica en MS Excel está realizada la interpretación de datos para cada pregunta y para preguntas relacionadas. La relación de preguntas permitió, según la Tabla-4.4 del Estudio de Mercado, establecer el segmento de mercado meta requerido para el proyecto, en base del cual se realizó la interpretación de las preguntas restantes.

## 19. RESULTADO

### 19.1. INDICADORES DE MEDICION

INDICADORES	RESULTADO
Épocas del año	enero (5), febrero (5), abril (5), julio (20), agosto (30), noviembre (5), diciembre (5)
Días de visita	75 días de turismo al año y estadía promedio de 3.6 días
Tipos de turismo	natural y cultural
Nivel de disposición con atractivos turísticos	cultural (26.75%), natural (14.25%), sol y mar (100%)
Nivel de satisfacción turística	total (23.25%), mediana (57.50%), ninguna (19.25%)
Tipos de atractivos turísticos	diversidad de atractivos natural y cultural, 58.50%
Facilidades de acceso hacia atractivos turísticos	factor de influencia para visitar playa, 20%
Requisitos de seguridad ambiental	separación y tratamiento de residuos sólidos y orgánicos, tratamiento de aguas residuales
Cantidad de cabañas	2 cabañas, familiar y de grupos
Cantidad de personas por cabaña	familias de 5-6 pax, grupos de 2-3-4 pax
Tipos de servicios incluidos	hospedaje, recreación
Tipos de servicios relacionados no incluidos	actividades de turismo desde el 2do año de operación
Clases de turistas	según perfil de procedencia, edad, género, grupos de viaje, gasto diario, ingreso económico, estado civil, formación; según actitudes de playa que visita, permanencia de viaje, razón-motivo de viajar, época de viaje, factor de influencia, satisfacción, disposición a producto turístico, influencia en viaje
Cantidad de turistas	capacidad de mercado para 73,125 pax con ocupación promedio del 65% al 2007 capacidad de proyecto para 44 pax con ocupación promedio del 69% entre 2009-2018
Costo por uso del servicio de hospedaje	tarifa promedio de mercado en \$10.43 al 2007 y para proyecto en \$11.28 entre 2009-2018, pero por costos y gastos con un valor de \$12.26.
Costo por acceder a atractivos turísticos	actividades de turismo desde el 2do año de operación
Rentabilidad económica	VAN > 0, TIR > TMAR ---> dividendos para accionistas

### 19.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA DE MERCADO

Del estudio de campo realizado al mercado de turismo del Recinto las Peñas, las características que permitieron determinar la demanda y oferta de mercado que requiere el proyecto, en general, fueron el lugar de procedencia, las playas visitadas, la razón para volver a las playas, la satisfacción turística y la disposición por producto turístico. Esto, según se indica en la Tabla-A-1.4.

Características de análisis de la relación demanda y oferta de mercado, que permitieron obtener la demanda potencial y la demanda objetivo a la cual el proyecto debe acceder con una capacidad y porcentaje de ocupación de turistas durante un período de operación entre los años 2009 al 2018.

**Tabla-4.4 Segmento de Mercado que Demanda el Proyecto**

Tipo de Segmento (Perfil del Turista)	Capacidad		Ocupación	
Universo	100%		65.98%	
	75 días	135 días	75 días	135 días
Potencial	73,125	131,625	48,248	86,847
Disponible				
Demanda Insatisfecha				
19.25%	14,077	25,338	9,288	16,718
Calificado				
Razón para Regresar				
14.00%	10,238	18,428	6,755	12,159
Meta - 2007				
Disposición Producto	familia-amigos, 5 pax, 31-40 años, 3 días, ingreso \$580, gasto \$40		contacto natural-cultural, clima, ubicación, vías de acceso norte-sur provincia, seguridad, precios	
Natural y Cultural				
3%	2,194	3,949	1,447	2,605
Demanda Potencial				
1.3 Viajes	2,925	5,265	1,930	3,474
Demanda Objetivo				
2009 - 2018	2,966 - 3,159	5,339 - 5,687	1,957 - 2,084	3,523 - 3,752
PAX x Día	40 - 42		26 - 28	

Donde la demanda objetivo identifica la capacidad y porcentaje de ocupación, con la cual el proyecto se integraría al mercado de alojamiento del Recinto Las Peñas y para la cual debe construir y equipar las instalaciones con una organización física, humana, económica y de gestión, que permita satisfacer necesidades propias y de los turistas.

### 19.3. ESTUDIO ECONOMICO DE FACTIBILIDAD Y RENTABILIDAD

El estudio económico es aplicado a la capacidad y porcentaje de ocupación para el proyecto. El total de inversión requerida, es financiado por los accionistas y un crédito privado, esperando obtener un rendimiento anual. Se proyecta ingresos por ventas entre los 2009 al 2018 que permiten cubrir costos y necesidades de operación, necesidades de financiamiento de accionistas y generar un beneficio adicional para mejorar el proyecto en su producto ofertado.

	TMAR	Promedio Ponderado	Rendimiento Esperado		Inversión en el Proyecto		
			cada año	desde 6 años	Total	Capital	
TMAR TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO O COSTO DE CAPITAL MIXTO		22.18%	38.00%			222,270.61 \$	130,676.51 \$
	Accionistas	19.12%	25.00%	10.00%	15.00%	76.48%	60.00%
	Préstamo	3.06%	13.00%			23.52%	40.00% a 5 años
		Con Reparto de Utilidades		Sin Reparto de Utilidades			
VAN VALOR ACTUAL NETO	129,120.44 \$	CKP	14.00%	\$ 221,142.61	CKP	14.00%	
	\$ 43,968.88	TMAR	22.18%	\$ 104,593.93	TMAR	22.18%	
TIR TASA INTERNA DE RENDIMIENTO	28.45%	>= CKP	14.00%	35.30%	>= CKP	14.00%	
		>= TMAR	22.18%		>= TMAR	22.18%	
PE PUNTO DE EQUILIBRIO	32,641.33 \$			PERIODO RECUPERACION INVERSION TOTAL		3 años - 0.37 meses	

### 19.4. ESTUDIO AMBIENTAL

El proyecto está diseñado para ser construido en madera de guayacán con apego natural al ambiente, alejado de tradicionales edificaciones, instalado con impacto ambiental controlado en base de un estudio ambiental considerando separación y tratamiento de residuos sólidos y orgánicos, tratamiento de aguas residuales y uso racional de los recursos naturales. Promulgando actividades de turismo enmarcados dentro de fundamentos de ética y acciones de moral y jurídicas.

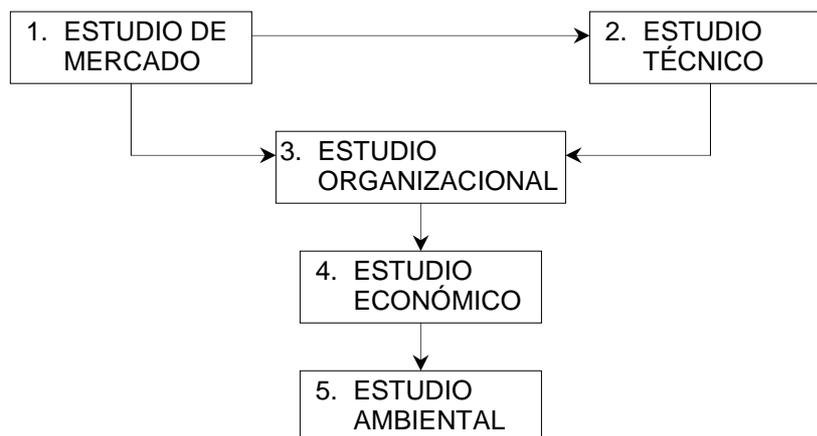
## CAPITULO – IV

### ESTUDIO DEL PROYECTO

#### INTRODUCCION

El presente proyecto, de acuerdo a su tema y propósito principal de un “Estudio de Factibilidad para la Construcción de Cabañas Ecológicas en la Playa del Recinto las Peñas Destino de Hospedaje y Turismo en la Provincia de Esmeraldas”, conforme al Diagrama 4.1, se ha encaminado con el actual estudio de la situación del mercado de turismo en el Recinto Las Peñas, como único acceso hacia otras zonas de influencia, respecto de factores generales de productos relacionados de alojamiento, alimentos y bebidas y actividades de turismo natural y cultural, los cuales se ofrecen en la subregión hacia una demanda de turistas que anualmente llegan al recinto principalmente desde las provincias de Pichincha, Imbabura y Tulcán y de ciertas provincias del Sur de Colombia.

Diagrama 2.2. <sup>9</sup>Estructura de Estudio del Proyecto



En el Recinto Las Peñas, el factor de alojamiento, que es la razón del objetivo principal del proyecto, influenciado por los otros y aquellos socio-económicos propios de la subregión, ha sido investigado en base de características del comportamiento de los turistas que llegan al recinto y del mercado. Esto, así mismo, con la finalidad de determinar características físicas, sociales y económicas que requiere el proyecto para incorporarse al mercado de oferta-demanda de turismo del recinto.

El estudio inicia con una investigación y estudio de mercado, en campo, sobre la oferta actual de alojamiento, que a su vez representa la demanda o capacidad máxima de población de turistas que podría llegar al recinto. Demanda potencial en base de la cual se procede con la correspondiente investigación muestral, para determinar las características de demanda que requiere el proyecto para satisfacer y complementar necesidades de alojamiento y de

<sup>9</sup> Modeloo de Estudio propuesto Ing. Eduardo Urrutia, Director de Proyecto de Tesis.

actividades de turismo, que otros establecimientos de hospedaje aún no cumplen según las expectativas de los visitantes que tiene el recinto.

Luego, mediante un estudio técnico y organizacional, con apoyo del resultado logrado en la investigación de campo se procedió a diseñar la infraestructura física y humana del proyecto como producto de servicio de alojamiento, que garantice el cumplir con estándares de organización, hospedaje y atención que satisfaga expectativas del cliente desde el inicio de su operación y a futuro, de la misma manera, para actividades de turismo.

A continuación, se realizó el correspondiente estudio económico, donde se resume requerimientos económicos de inversión del proyecto determinados respectivamente con relación a los estudios técnico y organizacional. Requerimiento de inversión, de activos de operación y diferidos y capital de trabajo, que llevó a la necesidad de apoyar el capital de los accionistas con financiamiento privado que permita construir y equipar las instalaciones e iniciar la operación del proyecto. Esto, de tal manera, que el proyecto genere propios ingresos que sostenga y sustente la operación y costos del mismo al menos durante un período de diez años. Período en el cual, el proyecto sea evaluado permanentemente mediante estados e indicadores de resultados financieros con la finalidad satisfacer y mejorar necesidades operación y económicas de los accionistas y en general de todo el recurso humano del proyecto.

Al final, una vez establecidos los componentes de los que está constituido el proyecto, mediante un estudio ambiental, se diseña la estrategia para mantener la seguridad ambiental que pueda producir la instalación y operación del proyecto, controlando la clasificación de desechos, racional uso del agua potable, tratamiento de aguas residuales y racional uso de los recursos naturales y turísticos de parte del factor humano tanto del personal del proyecto como de los huéspedes que visitan el Recinto Las Peñas para realizar actividades de turismo. Para lo cual, conforme mantenga el proyecto su operación, anualmente se puede evaluar la contribución e impacto ambiental que produzca.

## **20. ESTUDIO DE MERCADO**

El Recinto Las Peñas con su playa, para el presente proyecto de factibilidad, representa el espacio geográfico en donde se desarrollan actividades de un mercado turístico en el cual se vende y consume servicios y productos turísticos, como un lugar estratégico y de influencia para el turismo de una de las regiones de la costa en la Provincia de Esmeraldas.

Los servicios y productos son demandados por aquellos turistas o consumidores que llegan al Recinto Las Peñas, con la finalidad de satisfacer necesidades al realizar sus actividades turísticas. Para lo cual, existen quienes ofertan o venden dichos servicios y productos, con el propósito que los turistas los consuman para que logren satisfacer sus necesidades turísticas.

Por lo mismo, los turistas al contar con información, servicios y productos debidamente organizados y estructurados, como es mediante planes de turismo, se sentirán estimulados para prolongar su estancia, conocer atractivos locales y otras de influencia desde el Recinto Las Peñas y mejor aún de retornar en un siguiente viaje. Logrando, de esta manera, que los turistas planifiquen actividades de descanso, alimentación, movilización, recreación e investigación desde un lugar de alojamiento apropiado.

Es por ello que, con el apoyo del Informe de Investigación de Mercado del Anexo-1, se procede a determinar el mercado al cual requiere acceder el proyecto, mediante un análisis de demanda y de oferta turísticas, con el objetivo de clarificar ¿qué se va a vender?, ¿a quién se va a vender? y ¿cómo se va a vender?.

### **20.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Como ya se mencionó, la demanda está constituida por visitantes o turistas que son consumidores de servicios y productos turísticos. Consumidores que generalmente están provistos de un perfil turístico, cuyas características se han analizado en el Informe de Investigación de Mercado del Anexo-1.

El análisis de las características del perfil de los consumidores se ha realizado con el apoyo de información recopilada de las encuestas de campo hechas a los turistas que visitan el Recinto Las Peñas. Las encuestas se realizaron en base del cuestionario que se encuentra en el Anexo-2.

#### **20.1.1. PERFIL DEL TURISTA QUE VIAJA AL RECINTO LAS PEÑAS**

El perfil del consumidor es un tema importante en el estudio de mercado, porque permite determinar el segmento al cual va dirigido el proyecto y que en general, del resultado obtenido en la investigación de campo, está constituido por turistas con las siguientes características:

- a. La afluencia de turistas cuya disposición por el producto turístico cultural, ecológico y de

- sol y mar producen razones para volver a visitar la playa del Recinto Las Peñas, es desde las provincias del Ecuador en el orden del 3%.
- b. Los turistas, cuya edad más representativa es entre los 31 y 40 años, con más mujeres, van en grupos mayormente hasta de 5 personas de familia o de amigos o acompañados unos de otros, en viajes promedio de 3 días de permanencia.
  - c. El tiempo de permanencia de los turistas es debido a las capacidades de ingreso económico por hogar y al gasto que pueden realizar diariamente. En promedio el ingreso y gasto es de \$580 y 40\$ respectivamente.
  - d. Así mismo, las capacidades de ingreso y gasto permiten a los turistas realizar varios viajes al año en meses de preferencia. En promedio, se realizan 1.6 viajes al año a alguna de las playas, pero para el resultado del ítem-a en promedio se realizan 1.3 viajes. En general, durante el año se tienen 75 días de turismo que mayormente es por vacaciones, en los meses de enero, febrero, abril, julio, agosto, noviembre y diciembre.
  - e. Durante el tiempo que dura la estadía, a más del alojamiento que es el primer factor de visita, debido a la ubicación del Recinto las Peñas y su relativa facilidad de acceso, los turistas están influenciados por el contacto con la naturaleza y su clima. Ubicación y vías de acceso relativamente en buen estado, que al turista le permite tener contacto cultural con comunidades al norte y para dirigirse hacia otros destinos hacia el sur de la Provincia de Esmeraldas. Siendo el Recinto Las Peñas un lugar que brinda seguridad turística y con precios accesibles.

**20.1.2. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA**

La información con que se ha procedido al estudio de la demanda, se obtiene de la situación al año 2007 sobre capacidad y porcentaje de ocupación de la oferta de alojamiento en el mercado del Recinto Las Peñas. Segmento al que se dirigió una encuesta, según el Informe de Investigación del Anexo-1, que permitió identificar el segmento meta y objetivo requerido en el proyecto sobre el perfil de los turistas con disposición de viajar y regresar a la playa del Recinto Las Peñas de la Parroquia La Tolita en el Cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeraldas.

Tabla 4.1. Estimación de Demanda que Requiere el Proyecto

				Normal	Adicional	
Días de Turismo		135		75	60	
Capacidad Alojamiento pax		975				
Mercado 2007	Capacidad	100%		73,125	58,500	turistas
	Ocupación	N 65.98%		48,248	38,599	turistas
Gasto Diario		30.54 \$				
Ingreso Oferta				2,233,041	1,786,433	\$
+ Alojamiento				856,050	684,840	\$
+ Alimentación				398,831	319,065	\$
+ Gastos Viaje				934,375	747,500	\$
+ Imprevistos		2%		43,785	35,028	\$

Segmento de investigación, al cual se realizó un análisis que llevó a determinar la demanda y

el grado de ocupación que requiere el estudio del proyecto para generar una rentabilidad que cubra la inversión económica y produzca un beneficio adicional. Es decir, según la investigación de campo son 75 días al año los que definen las características de mercado, pero ha ello el proyecto requiere adicionar días adicionales que permitan cubrir y generar necesidades económicas. Esto, según la Tabla 4.1. Ocupación real con la cual se continúa el análisis de demanda y oferta para determinar la demanda objetivo a la cual el proyecto debe acceder.

**20.1.2.1. Demanda Histórica, Futura y Potencial**

<sup>10</sup>La demanda histórica es una información de registro de población real del pasado que permite conocer tendencias históricas y en base de la cual se realiza proyecciones futuras para establecer las alternativas de inversión del proyecto en la zona de estudio.

<sup>11</sup>La demanda futura, es la demanda proyectada o prevista que se espera captar con base a la tendencia general, mostrada por los datos históricos.

<sup>12</sup>La demanda potencial es la que se puede captar por encima o sobre la demanda futura, mediante estrategias que aún no han sido utilizadas en el mercado, es decir, aquella demanda que se espera captar en apertura al turismo.

Tabla 4.2. Demanda Actual de Mercado del Recinto Las Peñas

AÑO	DEMANDA HISTORICA		DEMANDA META		DEMANDA POTENCIAL	
	75 OFERTA FUTURA		3.00%		1.3 Viajes	
días	Capacidad	Ocupación	Capacidad	Ocupación	Capacidad	Ocupación
2007	73,125	48,248	2,194	1,447	2,925	1,930
2008	73,639	48,587	2,209	1,458	2,946	1,943
	76,546	50,505	2,296	1,515	3,062	2,020
2009	74,156	48,929	2,225	1,468	2,966	1,957
2010	74,678	49,273	2,240	1,478	2,987	1,971
2011	75,202	49,619	2,256	1,489	3,008	1,985
2012	75,731	49,968	2,272	1,499	3,029	1,999
2013	76,263	50,319	2,288	1,510	3,051	2,013
2014	76,799	50,672	2,304	1,520	3,072	2,027
2015	77,339	51,028	2,320	1,531	3,094	2,041
2016	77,882	51,387	2,336	1,542	3,115	2,055
2017	78,430	51,748	2,353	1,552	3,137	2,070
2018	78,981	52,112	2,369	1,563	3,159	2,084

Debido a que no existen registros estadísticos del mercado turístico que visita el Recinto Las Peñas, se procede directamente con el segmento que identifica la capacidad y grado de ocupación de alojamiento del mercado de Investigación. Por lo cual, se aplica el resultado porcentual de segmentación muestral del 3% para los turistas que se presentan como demanda insatisfecha que tienen razones para regresar y tienen disposición con el producto alternativo ecoturístico natural y cultural, mercado que podría incrementarse considerando

<sup>10</sup> Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Hernández edgar; Editorial Trillas, México, 1997; pág. 54.

<sup>11</sup> Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Hernández edgar; Editorial Trillas, México, 1997; pág. 55.

<sup>12</sup> Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Hernández Edgar; Editorial Trillas, México, 1997; pág. 57.

aquellos turistas que realizan 1.33 viajes de turismo hacia la playa durante 75 días de turismo normal que tiene el recinto.

### 20.1.2.2. Demanda Objetivo

<sup>13</sup>La demanda objetivo es parte de la demanda potencial que ha sido prefijada para ser captada en un horizonte temporal definido. Es decir, es el porcentaje que se obtiene del resultado de la demanda insatisfecha, obtenida a su vez del balance positivo entre la demanda potencial y la oferta futura, y que se aplica sobre la oferta futura para determinar la demanda objetivo.

Tabla 4.3. Demanda Objetivo Requerida por el Proyecto

AÑO 135 días	DEMANDA HISTORICA		DEMANDA META 3.00%		DEMANDA POTENCIAL 1.3 Viajes		DEMANDA OBJETIVO OFERTA FUTURA		CRECIMIENTO 0.007
	Capacidad	Ocupación	Capacidad	Ocupación	Capacidad	Ocupación	Capacidad	Ocupación	OCUPACION
2007	131,625	86,847	3,949	2,605	5,265	3,474	39	26	65.98%
2008	132,550	87,457	3,977	2,624	5,302	3,498	39	26	66.44%
	137,783	90,910	4,133	2,727	5,511	3,636	41	27	69.07%
2009	133,482	88,072	4,004	2,642	5,339	3,523	40	26	66.91%
2010	134,420	88,691	4,033	2,661	5,377	3,548	40	26	67.38%
2011	135,364	89,314	4,061	2,679	5,415	3,573	40	26	67.85%
2012	136,316	89,942	4,089	2,698	5,453	3,598	40	27	68.33%
2013	137,274	90,574	4,118	2,717	5,491	3,623	41	27	68.81%
2014	138,238	91,210	4,147	2,736	5,530	3,648	41	27	69.30%
2015	139,210	91,851	4,176	2,756	5,568	3,674	41	27	69.78%
2016	140,188	92,497	4,206	2,775	5,608	3,700	42	27	70.27%
2017	141,173	93,147	4,235	2,794	5,647	3,726	42	28	70.77%
2018	142,166	93,801	4,265	2,814	5,687	3,752	42	28	71.26%

La demanda máxima del mercado al no ser suficiente para satisfacer necesidades económicas, hace determinar para 30 días adicionales de manera similar la demanda histórica, futura y potencial. Con lo cual, para la oferta futura de alojamiento, en un total de 135 días al año se estima la capacidad y grado de ocupación de alojamiento que requiere el proyecto, que es el mismo para 75 días, para producir ingresos en el estudio económico que solventen requerimientos económicos.

## 20.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta está constituida por los proveedores de servicios y productos que hay en el recinto Las Peñas, que en general se forma de establecimientos de alojamiento y de otros que cubren el servicio de alimentación (alimentos y bebidas).

Tabla 4.4. Resumen de Mercado del Recinto Las Peñas

	GASTO Diario	TOTAL		
		75 días	65%	Plazas
Año 2007 de Investigación	-pax-			
Capacidad de Mercado	73,125	30.54 \$	2,233,041 \$	1,451,477 \$ 47,531
Alojamiento		10.43 \$	856,050 \$	556,433 \$
Alimentación		5.45 \$	398,831 \$	259,240 \$
Gastos de Viaje		12.78 \$	934,375 \$	607,344 \$
Imprevistos	2%	0.57 \$	43,785 \$	28,460 \$

<sup>13</sup> Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Hernández Edgar; Editorial Trillas, México, 1997.

En general, según la Tabla 4.4, el flujo de turistas que llegan al Recinto Las Peñas, durante 75 días de turismo normal, realiza un gasto económico diario de \$30 constituido principalmente por el consumo de servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas, al cual se agregaría otros gastos que realiza mientras dura el viaje. Gasto diario que, para el porcentaje de ocupación del 65% en el servicio de alojamiento, identifica a 47,531 turistas, según la investigación en el año 2007.

## 20.2.1. ELEMENTOS DE LA OFERTA DE MERCADO

### 20.2.1.1. Oferta Actual de Alojamiento

En el año 2001 inicia la afluencia de turismo hacia el Recinto Las Peñas, produciendo que la necesidad de alojamiento haya crecido al año 2007, según se indica en la Tabla A-1.2 del Informe de Investigación del Anexo-1, con una tasa de crecimiento de plazas de 0.007.

Tabla A-1.2 Crecimiento  
Oferta de Alojamiento

Año	Hoteles	Habts.	Plazas
2001	1	24	40
2002	2	36	68
2003	3	55	116
2004	4	83	197
2005	7	126	336
2006	12	191	573
2007	20	290	975
Tasa	0.006	0.005	0.007

Crecimiento:  $r = (Pf / Pi)^{1/n} - 1$

Tabla A-1.3 Situación de Establecimientos de Alojamiento en el Recinto Las Peñas

TIPO DE ALOJAMIENTO	ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES			MESAS			TARIFA x TEMPORADA			OCUPACIÓN				
		Cant.	Plazas		Cant.	Plazas		Baja	Promedio	Alta	Año 75 Días	Habitaciones			
			Tota	Hab		Tota	Mes					Plaza	Ingreso		
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>290</b>	<b>975</b>	<b>71</b>	<b>84</b>	<b>465</b>	<b>75</b>	<b>8.80 \$</b>	<b>10.43 \$</b>	<b>12.05 \$</b>	<b>65%</b>	<b>73,125</b>	<b>856,050 \$</b>		
	Máximo	70	200	8	12	100	8	12.00 \$	13.50 \$	15.00 \$	75%	15,000	195,000 \$		
	Mínimo	4	12	2	3	8	3	5.00 \$	6.50 \$	8.00 \$	60%	900	7,200 \$		
<b>Hotel</b>															
1	Primera	1	Playa Real	30	100	3	10	70	7	12.00 \$	13.50 \$	15.00 \$	75%	7,500	101,250 \$
2	Primera	2	Step Luz	20	70	4	8	50	6	12.00 \$	13.50 \$	15.00 \$	70%	5,250	70,875 \$
3	Segunda	3	María José	70	200	3	12	100	8	12.00 \$	13.00 \$	14.00 \$	65%	15,000	195,000 \$
4	Tercera	5	Nathanael	15	60	4	6	30	5	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	65%	4,500	51,750 \$
5	Tercera	4	Playa Amanecer	10	40	4	4	20	5	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	60%	3,000	34,500 \$
6	Tercera	6	El Descanso	10	30	3	-	-	-	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	60%	2,250	25,875 \$
7	Tercera	7	El Majahual	10	30	3	-	-	-	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	60%	2,250	25,875 \$
<b>Hostal</b>															
8	Segunda	1	Solo Mar	8	18	2	3	12	4	6.00 \$	8.00 \$	10.00 \$	65%	1,350	10,800 \$
9	Tercera	2	Cumbres Andinas	10	20	2	3	15	5	6.00 \$	7.00 \$	8.00 \$	65%	1,500	10,500 \$
<b>Pensión</b>															
10	Tercera	1	Las Peñas	4	12	3	2	8	4	6.00 \$	8.00 \$	10.00 \$	70%	900	7,200 \$
11	Cuarta	2	El Recuerdo	6	24	4	5	15	3	5.00 \$	7.50 \$	10.00 \$	65%	1,800	13,500 \$
12	Cuarta	3	Selmar	7	18	3	-	-	-	5.00 \$	7.50 \$	10.00 \$	60%	1,350	10,125 \$
<b>Hostería</b>															
13	Segunda	1	Rincón del Pacifico Bambuco, Fe y	10	40	4	6	30	5	8.00 \$	9.00 \$	10.00 \$	70%	3,000	27,000 \$
14	Tercera	2	Alegria	5	25	5	3	12	4	5.00 \$	6.50 \$	8.00 \$	60%	1,875	12,188 \$

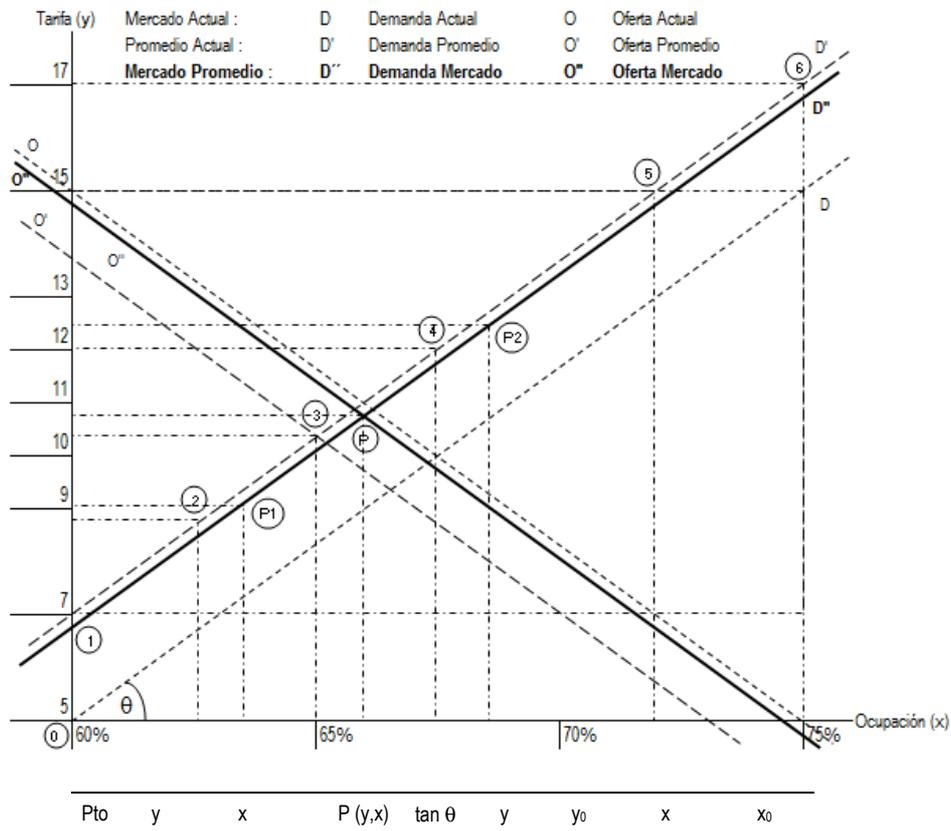
Cabañas															
1										12,00	15,00				
5	Primera	1	Brisas del Mar	10	80	8	10	50	5	\$	13,50 \$	\$	70%	6,000	81,000 \$
1										12,00	15,00				
6	Primera	2	Playa y Arena	18	48	3	5	25	5	\$	13,50 \$	\$	70%	3,600	48,600 \$
1										10,00	14,00				
7	Segunda	3	Coral Reef	12	42	4	4	16	4	\$	12,00 \$	\$	65%	3,150	37,800 \$
1										10,00	14,00				
8	Segunda	4	Mickey	9	25	3	3	12	4	\$	12,00 \$	\$	60%	1,875	22,500 \$
1										10,00	13,00				
9	Tercera	5	Ronny's	20	65	3	-	-	-	\$	11,50 \$	\$	60%	4,875	56,063 \$
2															
0	Campamento														
	Tercera	1	Camping	6	28	5	-	-	-	5,00 \$	6,50 \$	8,00 \$	65%	2,100	13,650 \$

Según el resultado del Informe de Investigación del Anexo-1, el Recinto Las Peñas cuenta con 20 establecimientos de alojamiento para un total de 975 plazas al 65% de ocupación a un precio promedio de \$10 por persona, que durante 75 días al año puede atender a una capacidad máxima de 73,125 turistas que producirían un ingreso de \$856,050. Esto, según la Tabla A-1.3.

**20.2.1.2. Oferta Futura de Alojamiento**

En base de la capacidad de la oferta actual de alojamiento se procede a estimar, según el Gráfico 4.1 y en función del porcentaje de ocupación y la tarifa de alojamiento actuales, la demanda (D'') y la oferta (O'') promedio que ofrece el mercado del Recinto Las Peñas. Con lo cual se obtiene la oferta futura, aplicada a los datos de la demanda objetivo que requiere el proyecto como nuevo elemento en la oferta del mercado del Recinto Las Peñas.

Gráfico 4.1. Demanda y Oferta Promedio de Mercado



0	5.00	60.00%	D	66.67	15.00	5.00	75.00%	60.00%
1	7.09	60.00%	D' (1-3)	66.67	10.43	7.09	65.00%	60.00%
2	8.80	62.56%	D' (2-3)	66.67	10.43	8.80	65.00%	62.56%
3	10.43	65.00%						
4	12.05	67.44%	D' (3-4)	66.67	12.05	10.43	67.44%	65.00%
5	15.00	71.86%	D' (1-5)	66.67	15.00	7.09	71.86%	60.00%
6	17.09	75.00%	D' (1-5)	66.67	17.09	7.09	75.00%	60.00%
P <sub>1</sub>	9.15	63.54%	$tg \theta = (y - y_0) / (x - x_0)$					
P	10.78	65.98%						
P <sub>2</sub>	12.40	68.42%						

Primero, se dibuja la demanda (D) y la oferta (O) presentes en el porcentaje de ocupación y tarifa actuales de alojamiento, con lo cual se dibuja la demanda (D') y oferta (O') promedio correspondientes en temporadas promedio, alta y baja.

Luego, una vez encontrados puntos (%,\$) adicionales de ocupación-tarifa en sus ejes (x,y), se determina puntos de coordenadas (P, P<sub>1</sub>, P<sub>2</sub>) que identifican a la demanda (D'') y la oferta (O'') que representan en promedio al mercado turístico en servicios de alojamiento del Recinto Las Peñas en temporadas promedio, alta y baja.

Tabla 4.5. Oferta Futura de Mercado

AÑO		OFERTA DE MERCADO											
		GASTO Diario	TOTAL		TASA								
			75 días	65%	Plazas								
-pax-													
2007	Capacidad de Mercado	73,125	30.54 \$	2,233,041 \$	1,451,477 \$	47,531	0.007						
	Alojamiento		10.43 \$	856,050 \$	556,433 \$								
	Alimentación		5.45 \$	398,831 \$	259,240 \$								
	Gastos de Viaje		12.78 \$	934,375 \$	607,344 \$								
	Imprevistos	2%	0.57 \$	43,785 \$	28,460 \$								
GASTO Diario		OFERTA FUTURA DE PROYECTO <<< TARIFA-CAPACIDAD-OCUPACION x TEMPORADA >>>											
		Baja		Promedio			Alta						
		75 días	135 días	75 días	135 días	75 días	135 días						
2007	30.54 \$	9.15 \$	2,817	5,070	63.54%	10.78 \$	2,925	5,265	65.98%	12.40 \$	3,033	5,460	68.42%
2008	30.75 \$	9.22 \$	2,837	5,106	63.99%	10.86 \$	2,946	5,302	66.44%	12.49 \$	3,054	5,498	68.90%
		9.58 \$	2,949	5,308	66.52%	11.28 \$	3,062	5,511	69.07%	12.99 \$	3,175	5,715	71.62%
2009	30.97 \$	9.28 \$	2,857	5,142	64.44%	10.93 \$	2,966	5,339	66.91%	12.58 \$	3,076	5,537	69.38%
2010	31.19 \$	9.35 \$	2,877	5,178	64.89%	11.01 \$	2,987	5,377	67.38%	12.67 \$	3,097	5,575	69.87%
2011	31.40 \$	9.41 \$	2,897	5,215	65.35%	11.09 \$	3,008	5,415	67.85%	12.76 \$	3,119	5,615	70.36%
2012	31.63 \$	9.48 \$	2,917	5,251	65.81%	11.16 \$	3,029	5,453	68.33%	12.85 \$	3,141	5,654	70.86%
2013	31.85 \$	9.55 \$	2,938	5,288	66.27%	11.24 \$	3,051	5,491	68.81%	12.94 \$	3,163	5,694	71.35%
2014	32.07 \$	9.61 \$	2,958	5,325	66.74%	11.32 \$	3,072	5,530	69.30%	13.03 \$	3,185	5,734	71.86%
2015	32.30 \$	9.68 \$	2,979	5,363	67.20%	11.40 \$	3,094	5,568	69.78%	13.12 \$	3,208	5,774	72.36%
2016	32.52 \$	9.75 \$	3,000	5,400	67.68%	11.48 \$	3,115	5,608	70.27%	13.21 \$	3,230	5,815	72.87%
2017	32.75 \$	9.82 \$	3,021	5,438	68.15%	11.56 \$	3,137	5,647	70.77%	13.30 \$	3,253	5,856	73.38%
2018	32.98 \$	9.89 \$	3,043	5,477	68.63%	11.64 \$	3,159	5,687	71.26%	13.40 \$	3,276	5,897	73.90%

Crecimiento:  $Pf = Pi \times (1 + i)^n$

Es decir que, según la Tabla 4.5, con los promedios de ocupación y tarifa de alojamiento de mercado, se determina la oferta futura de alojamiento a la que requiere acceder el proyecto. Oferta futura promedio que se utiliza para complementar la demanda objetivo que requiere el proyecto, en relación con el estudio económico.

**20.2.1.3. Oferta de Alimentos y Bebidas**

El Recinto Las Peñas cuenta con varios establecimientos que dan el servicio de alimentación (alimentos y bebidas), de los cuales se escogió dos establecimientos diferenciados por la posición y rapidez de acceso desde la zona de playa, es decir, de bohíos dentro de la zona de playa y de restaurantes fuera de la misma zona. Establecimientos que en resumen, durante 75 días potencialmente turísticos, producen un consumo por persona de \$5.45 diarios. Esto, según la Tabla A-1.4 del Informe de Investigación del Anexo-1.

Tabla A-1.4 Venta Promedio Anual de Alimentos y Bebidas

ESTABLECIMIENTOS		KELLY	PAULITO	KELLY	PAULITO	PROMEDIO	KELLY	PAULITO
PROMEDIO -PAX-				\$ 6.15	\$ 5.35	\$ 5.45	\$ 5.47	\$ 4.84
Imprevistos	2%			\$ 0.12	\$ 0.10	\$ 0.11	\$ 0.11	\$ 0.09
Promedio		1	1	\$ 6.03	\$ 5.25	\$ 5.35	\$ 5.36	\$ 4.75
Días Efectivos				Máximo \$ 8.09	Mínimo \$ 7.17	\$ 7.63		
				\$ 3.97	\$ 3.32	\$ 3.65	Ingreso	Días
Diario	Máximo			\$ 13.40	\$ 11.87	\$ 12.63	\$ 5,000	30
	Mínimo			\$ 5.15	\$ 4.17	\$ 4.66	\$ 1,000	5
Días Efectivos	Diario	30		\$ 2.79	\$ 2.47	\$ 2.63		
	Mensual	12		\$ 83.73	\$ 74.20	\$ 78.97	Ingreso	pax
Anual		75	100%	\$ 1,004.82	\$ 890.41	\$ 947.61	\$ 13,428.57	33
	Enero	5	6.67%	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Febrero	5	6.67%	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Marzo	-	-	-	-	-	-	-
	Abril	5	6.67%	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Mayo	-	-	-	-	-	-	-
	Junio	-	-	-	-	-	-	-
	Julio	20	26.67%	\$ 267.95	\$ 237.44	\$ 252.70	\$ 3,428.57	9
	Agosto	30	40.00%	\$ 401.93	\$ 356.16	\$ 379.05	\$ 5,000.00	12
	Septiembre	-	-	-	-	-	-	-
	Octubre	-	-	-	-	-	-	-
	Noviembre	5	6.67%	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Diciembre	5	6.67%	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2

**20.2.1.4. Otros Gastos de Viaje**

En base de tres viajes que se realizaron al Recinto Las Peñas, según la Tabla A-1.10, con dos personas por viaje, se verificaron consumos por alojamiento, alimentación y otros gastos de viaje. Es decir, por persona un gasto promedio menor a \$50 diarios, con gastos de \$10 en alojamiento, \$7 en alimentación y \$12 en otros gastos de viaje.

Tabla A-1.10 Costo de Viajar a la Playa del Recinto Las Peñas

CONSUMO	-PAX-	Días	PERÍODO DE VIAJE									DIARIO	TOTAL
			Julio 2007			Agosto 2007			Noviembre 2007				
DIARIO	2	9	13	14	15	25	26	27	2	3	4		
PROMEDIO -PAX-			28.00	26.00	31.00	38.00	28.50	33.50	26.00	33.25	28.00	30.25	272.25
TOTAL			56.00	52.00	62.00	76.00	57.00	67.00	52.00	66.50	56.00	60.50	544.50
1	Hotelería			26.00	25.00		26.00	27.00		38.50	31.00	9.64	86.75
	Alojamiento			25.00	25.00		25.00	25.00		30.00	30.00	8.89	80.00
	Alimentos - Mañana									6.50		0.36	3.25
	Bebidas - Agua			1.00			1.00	2.00		2.00	1.00	0.39	3.50
												0.00	
2	Alimentación		16.00	26.00	17.00	11.00	31.00	10.00	7.00	18.00	5.00	7.83	70.50
	Alimentos		11.00	21.00	15.00	8.00	16.00	5.00	4.00	10.00	4.00	5.22	47.00
	Mañana			8.00	12.00		8.00	5.00			4.00	2.06	18.50
	Tarde		5.00	8.00	3.00		8.00			10.00		1.89	17.00
	Noche		6.00	5.00		8.00			4.00			1.28	11.50
	Bebidas		5.00	5.00	2.00	3.00	15.00	5.00	3.00	8.00	1.00	2.61	23.50
												0.00	
3	Gastos Varios		40.00		20.00	65.00		30.00	45.00	10.00	20.00	12.78	115.00
												0.00	

3.1	Movilización a la Tolita					10.00		0.56	5.00
								0.00	
3.2	Artículos de Uso Personal	20.00		5.00		5.00		1.67	15.00
								0.00	
3.3	Mantenimiento Automotriz	20.00	20.00	60.00	30.00	40.00	20.00	10.56	95.00
	Combustible	20.00	20.00	20.00	30.00	20.00	20.00	7.22	65.00
	Super (\$2.00 galón)	10.00	10.00	10.00	15.00	10.00	10.00	3.61	32.50
	Extra (\$1.75 galón)	10.00	10.00	10.00	15.00	10.00	10.00	3.61	32.50
	Amortiguación y								
	Engrasado de Ejes			40.00				2.22	20.00
	Pastillas de Frenos					20.00		1.11	10.00

### 20.2.2. ANÁLISIS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

La competencia es la oferta de bienes y servicios puestos efectivamente a disposición de los consumidores, que en el Recinto las Peñas se origina y crece desde el año 2001 hasta el año 2007 a un total de 20 establecimientos con una tasa del 0.65. Lo que indica que indica que el recinto Las Peñas es un nuevo destino turístico potencial.

Resumidamente, en la Tabla A-1.3 del Informe de Investigación del Anexo-1, se presenta un inventario de los establecimientos que brindan el servicio de alojamiento, con la capacidad total de plazas y por habitaciones y mesas, la tarifa por temporada (baja, alta, promedio), y los ingresos que se perciben al 65% de ocupación durante 75 días de turismo potencial. Establecimientos que tienen una estructura de mercado mediante el cual ofertan sus servicios de alojamiento.

Tabla A-1.5 Norma Técnica de Alojamiento

GRUPO	NORMA TÉCNICA DE ALOJAMIENTO				HABITACIONES	
	ID	Tipo	Categoría			
HOTELERO	1.1	H	Hotel	Lujo	1ra. a 4ta.	>= 30
		HR	Hotel Residencia		1ra. a 4ta.	>= 30
		HA	Hotel Apartamento		1ra. a 4ta.	>= 30
	1.2	HS	Hostal		1ra. a 3ra.	12 a 29
		HSR	Hostal Residencia		1ra. a 3ra.	12 a 29
		P	Pensión		1ra. a 3ra.	6 a 11
	1.3	HT	Hostería		1ra. a 3ra.	>= 6
		M	Motel		1ra. a 3ra.	>= 6
		RF	Refugio		1ra. a 3ra.	>= 6
		C	Cabañas		1ra. a 3ra.	>= 6
EXTRA HOTELERO	2.1	CV	Complejo Vacacional		1ra. a 3ra.	6 a 11
	2.2	A	Campamento Turístico		1ra. a 3ra.	
	2.3	AP	Apartamentos		1ra. a 3ra.	

En el recinto Las Peñas, los establecimientos de alojamiento que existen son del tipo dado por la denominación que tienen de hotel, hostal, pensión, hostería, cabaña y campamento; los cuales, de acuerdo al conocimiento que tienen ciertos huéspedes de los mismos y de quienes tienen alguna actividad económica en el recinto, se determina su categoría (primera, segunda, tercera, cuarta). Consideraciones, que no necesariamente van de acuerdo con la Norma Técnica de Alojamiento del Ministerio de Turismo, según la Tabla A-1.5, debido a que no existen catastros actualizados.

En el análisis de la competencia y su oferta se considera el segmento meta, los elementos (4Ps) o estrategias de marketing mix (producto, precio, promoción, distribución) y se añade fortalezas y debilidades, de los establecimientos de alojamiento.

**20.2.2.1. SEGMENTO META**HOTELES

- |   |                |   |
|---|----------------|---|
| 1 | Playa Real     | Están dirigidos a familias de nivel socio-económico medio y alto. |
| 2 | Step Luz       |   |
| 3 | María José     |   |
| 4 | Nathanael      |   |
| 5 | Playa Amanecer |   |
| 6 | El Descanso    |   |
| 7 | El Majahual    |   |

HOSTALES

- |   |                 |   |
|---|-----------------|---|
| 8 | SoloMar         | Están dirigidos a turistas que solicitan alojamiento. |
| 9 | Cumbres Andinas |   |

PENSIONES

- |    |             |   |
|----|-------------|---|
| 10 | Las Peñas   | Están dirigidos a turistas que solicitan alojamiento. |
| 11 | El Recuerdo |   |
| 12 | Selmar      |   |

HOSTERÍAS

- |    |   |   |
|----|---|---|
| 13 | Rincón del Pacífico                       | Familias de nivel socio-económico medio y alto. |
| 14 | Bambuco, Fe y Alegría<br>Colegio-Hostería | Turistas que solicitan alojamiento.             |

CABAÑAS

- |    |                |   |
|----|----------------|---|
| 15 | Brisas del Mar | Están dirigidos a familias de nivel socio-económico medio y alto. |
| 17 | Coral Reef     |   |
| 18 | Mickey         |   |
| 16 | Playa y Arena  | Recibe turistas que solicitan alojamiento.                        |
| 19 | Ronny's        |   |

CAMPAMENTOS

- |    |         |  |
|----|---------|--|
| 20 | Campina | Recibe turistas que solicitan alojamiento. |
|----|---------|--|

**20.2.2.2. PRODUCTO**HOTELES

- |   |                |   |
|---|----------------|---|
| 1 | Playa Real     | Habitaciones amplias, confortables, con baño privado, televisión, acabados de primera. Complementa con piscina con tobogán. |
| 2 | Step Luz       | Ofrecen habitaciones confortables, baño privado, televisión.  |
| 3 | María José     | Complementa con piscina y restaurante.  |
| 4 | Nathanael      |   |
| 5 | Playa Amanecer |   |

6 El Descanso

7 El Majahual Habitaciones confortables, baño privado, televisión.

### HOSTALES

8 Solo Mar Ofrecen habitaciones con baño.

9 Cumbres Andinas En la ciudad de Ibarra da a conocer el servicio de alojamiento que brinda incluido el servicio de alimentación.

### PENSIONES

10 Las Peñas Ofrecen habitaciones con baño.

12 Selmar

11 El Recuerdo Ofrecen habitaciones que no son muy confortables, teniendo además área de camping y restaurante.

### HOSTERÍAS

13 Rincón del Pacífico Habitaciones amplias, confortables, acabados de primera. Complementa con un bohío restaurante.

14 Bambuco, Fe y Alegría  
Colegio-Hostería Habitaciones que dan servicio de hospedaje con baño.

### CABAÑAS

15 Brisas del Mar Ofrece habitaciones confortables, baño privado, televisión.  
16 Playa y Arena Complementa con una piscina y restaurante.

17 Coral Reef

18 Mickey Ofrece habitaciones confortables, baño privado, televisión.  
19 Ronny's Complementa con una piscina.

### CAMPAMENTOS

20 Camping Área de camping.

## **20.2.2.3. PRECIO**

### HOTELES

1 Playa Real Temporadas alta y baja de \$15 y \$12 en habitación completa. Aplica  
2 Step Luz descuentos estacionales.

3 María José Temporadas alta y baja de \$14 y \$12, en habitación completa. Aplica  
descuentos estacionales.

4 Nathanael Temporadas alta y baja de \$13 y \$10, en habitación completa. Aplica  
5 Playa Amanecer descuentos estacionales.

- 6 El Descanso  
7 El Majahual

### HOSTALES

- 8 Solo Mar Temporadas alta y baja de \$10 y \$6, en habitación completa. Aplica descuentos estacionales.  
9 Cumbres Andinas Temporadas alta y baja de \$8 y \$6, en habitación completa. Aplica descuentos estacionales.

### PENSIONES

- 10 Las Peñas Temporadas alta y baja de \$10 y \$6, en habitación completa. Aplica descuentos estacionales.  
11 El Recuerdo Temporadas alta y baja de \$10 y \$5 en habitación completa. Aplica  
12 Selmar descuentos estacionales.

### HOSTERÍAS

- 13 Rincón del Pacífico Temporadas alta y baja de \$10 y \$8, en habitación completa. Aplica descuentos estacionales.  
14 Bambuco, Fe y Alegría Temporadas alta y baja de \$8 y \$5, en habitación completa. Aplica  
Colegio-Hostería descuentos estacionales.

### CABAÑAS

- 15 Brisas del Mar Temporadas alta y baja de \$15 y \$12 en habitación completa. Aplica  
16 Playa y Arena descuentos estacionales.  
17 Coral Reef Temporadas alta y baja de \$14 y \$10 en habitación completa. Aplica  
18 Mickey descuentos estacionales.  
19 Ronny's Temporadas alta y baja de \$13 y \$10, en habitación completa. Aplica descuentos estacionales.

### CAMPAMENTOS

- 20 Camping Temporadas alta y baja de \$8 y \$5. Aplica descuentos estacionales.

## **20.2.2.4. PROMOCIÓN**

### HOTELES

- 1 Playa Real Entrega trípticos e agencias de viajes y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 20% en tarifas e incluye desayuno continental. Personal contratado realizan ventas en las ciudades de Ibarra y Quito. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.

- |   |                |   |
|---|----------------|---|
| 2 | Step Luz       | Entrega trípticos e agencias de viajes y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 20% en tarifas e incluye desayuno continental. Personal contratado realizan ventas en la ciudad de Ibarra. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación. |
| 3 | María José     | Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 15% en tarifas. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.   |
| 4 | Nathanael      | Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 20% en tarifas. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.   |
| 5 | Playa Amanecer |   |
| 7 | El Majahual    |   |
| 6 | El Descanso    | Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 30% en tarifas. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.   |

### HOSTALES

- |   |                 |  |
|---|-----------------|--|
| 8 | Solo Mar        | Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 40% en tarifas. Hace ventas a través de amigos y familiares. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación. |
| 9 | Cumbres Andinas | Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 25% en tarifas. Hace ventas a través del hostel de Ibarra. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.   |

### PENSIONES

- |    |             |   |
|----|-------------|---|
| 10 | Las Peñas   | Espera que la vivencia de los clientes promocióne el establecimiento. Hace descuentos estacionales con disminución del 40% en tarifas. No realiza relaciones públicas ni ventas personales. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.   |
| 11 | El Recuerdo | Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 50% en tarifas. Hace ventas a través de amigos y familiares que radican en la ciudad de Esmeraldas. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación o área de camping. |
| 12 | Selmar      | Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 50% en tarifas. Hace ventas a través de amigos y familiares. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.  |

### HOSTERÍAS

- |    |                     |  |
|----|---------------------|--|
| 13 | Rincón del Pacífico | Sin publicidad, se entrega tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 20% en tarifas. |
|----|---------------------|--|

Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.

- 14 Bambuco, Fe y Alegría  
Colegio-Hostería
- Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 30% en tarifas. Hace ventas a través de amigos y familiares. Centro de capacitación y presentación de proyectos de interés comunitario y uso de los recursos costeros. Extensión académica mediante convenio con la Pontificia Universidad Católica del Ecuador –PUCE–. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.

### CABAÑAS

- 15 Brisas del Mar  
16 Playa y Arena
- Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 20% en tarifas. Hace ventas a través de amigos y familiares. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.
- 17 Coral Reef  
18 Mickey  
19 Ronny's
- Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 30% en tarifas. Hace ventas a través de amigos y familiares. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por habitación.

### CAMPAMENTOS

- 20 Camping
- Entrega trípticos y tarjetas del establecimiento a los clientes. Hace descuentos estacionales con disminución del 40% en tarifas. Hace ventas a través de amigos y familiares. Precio por -pax- disminuye según cantidad de personas por área de camping.

## **20.2.2.5. DISTRIBUCIÓN**

### HOTELES

- 1 Playa Real
- Utiliza intermediarios de agencias de viajes en la ciudades de Ibarra y Quito; equinoccio Tours, Intypungo y Imbometro en Ibarra. Ofrece movilización y tours con el apoyo de dos vehículos tipo van. Se da a conocer a través de página web.
- 3 María José
- Utiliza intermediarios y asesoramiento de agencias de viajes en las ciudades de Ibarra y Quito. No se da a conocer a través de página web.
- 2 Step Luz  
4 Nathanael  
5 Playa Amanecer  
6 El Descanso  
7 El Majahual
- Realizan venta directa con la llegada y alojamiento de turistas, dándose a conocer utilizando la satisfacción y experiencia vivencial de los mismos. Desconocen si existe en la información de agencias de viajes de las ciudades de Ibarra y Quito. No se dan a conocer a través de página web.

### HOSTALES

- 8 Solo Mar
- Realiza venta directa con la llegada y alojamiento de turistas, dándose a conocer utilizando la satisfacción y experiencia vivencial de los mismos. Desconoce si existe en la información de agencias de viajes de las

ciudades de Ibarra y Quito. No se da a conocer a través de página web.

- |   |                 |   |
|---|-----------------|---|
| 9 | Cumbres Andinas | Realiza venta directa con el hostel de la ciudad de Ibarra. Conoce que existe en la información de la agencia de viajes Intipugo de la ciudad de Ibarra. No se da a conocer a través de página web. |
|---|-----------------|---|

### PENSIONES

- |    |             |  |
|----|-------------|--|
| 10 | Las Peñas   | Realizan venta directa con la llegada y alojamiento de turistas, dándose a conocer utilizando la satisfacción y experiencia vivencial de los mismos. Desconocen si existe en la información de agencias de viajes de las ciudades de Ibarra y Quito. No se dan a conocer a través de página web. |
| 11 | El Recuerdo |  |
| 12 | Selmar      |  |

### HOSTERÍAS

- |    |  |  |
|----|--|--|
| 13 | Rincón del Pacífico                      | Realizan venta directa con la llegada y alojamiento de turistas, dándose a conocer utilizando la satisfacción y experiencia vivencial de los mismos. Desconocen si existe en la información de agencias de viajes de las ciudades de Ibarra y Quito. No se dan a conocer a través de página web. |
| 14 | Bambuco (Fe y Alegría, Colegio-Hostería) |  |

### CABAÑAS

- |    |                |  |
|----|----------------|--|
| 15 | Brisas del Mar | Realizan venta directa con la llegada y alojamiento de turistas, dándose a conocer utilizando la satisfacción y experiencia vivencial de los mismos. Desconocen si existe en la información de agencias de viajes de las ciudades de Ibarra y Quito. No se dan a conocer a través de página web. |
| 16 | Playa y Arena  |  |
| 17 | Coral Reef     |  |
| 18 | Mickey         |  |
| 19 | Ronny's        |  |

### CAMPAMENTOS

- |    |         |   |
|----|---------|---|
| 20 | Camping | Realiza venta directa con la llegada y alojamiento de turistas, dándose a conocer utilizando la satisfacción y experiencia vivencial de los mismos. Desconoce si existe en la información de agencias de viajes de las ciudades de Ibarra y Quito. No se da a conocer a través de página web. |
|----|---------|---|

## **20.2.2.6. FORTALEZAS Y DEBILIDADES**

### HOTELES

- |   |            |   |
|---|------------|---|
| 1 | Playa Real | <p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ubicación privilegiada frente al mar.</li> <li>– Infraestructura amplia y segura para un servicio de confort y calidad.</li> <li>– Personal con preparación en turismo y atención al cliente.</li> </ul> <p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.</li> </ul> |
| 2 | Step Luz   | <p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ubicación privilegiada frente al mar.</li> <li>– Infraestructura amplia y segura para un servicio de confort y calidad.</li> </ul> <p><u>Debilidades</u></p>  |

- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 3      María José      Fortalezas  
– Ubicación en vía principal de acceso al Recinto Las Peñas y su playa.  
– Recursos económicos propios para mejorar instalaciones.
- Debilidades  
– Personal falto de preparación en turismo y atención al cliente.  
– Las tarifas no siempre están de acuerdo con temporadas turísticas.  
– Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 4      Nathanael      Fortalezas  
– Infraestructura segura.  
– Recursos económicos propios para mejorar instalaciones.  
– Personal con preparación en turismo y atención al cliente.
- Debilidades  
– Ubicación alejada del mar.  
– Ubicación distante de la entrada principal del Recinto Las Peñas.  
– Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 5      Playa Amanecer      Fortalezas  
– Infraestructura segura para un servicio de confort.  
– Personal con preparación en turismo y atención al cliente.
- Debilidades  
– Ubicación alejada del mar.  
– Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 6      El Descanso      Fortalezas  
– Infraestructura segura para un servicio de confort.  
– Personal con preparación en turismo y atención al cliente.
- Debilidades  
– Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 7      El Majahual      Fortalezas  
– Infraestructura segura para un servicio de confort y calidad.  
– Personal con preparación en turismo y atención al cliente.
- Debilidades  
– Ubicación alejada del mar.  
– Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- HOSTALES
- 8      Solo Mar      Fortalezas  
– Ubicación y acceso frente y directo a la playa y el mar.  
– Instalaciones adecuadas con habitaciones confortables, baño privado y piscina.
- Debilidades  
– Se promociona como hotel de primera categoría sin serlo.  
– La limpieza de las habitaciones no siempre es la debida.  
– Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

- 9 Cumbres Andinas
- Fortalezas
- Trayectoria en el servicio de hospitalidad, siendo el primer establecimiento de alojamiento.
  - Su origen está en la ciudad de Ibarra con un establecimiento del mismo nombre, donde los turistas tienen la referencia.
- Debilidades
- Personal falta de preparación en turismo y atención al cliente.
  - Infraestructura con habitaciones que no son suficientemente cómodas.
  - Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

### PENSIONES

- 10 Las Peñas
- Fortalezas
- Ubicación en el centro del Recinto Las Peñas, que permite cercanía a servicios de telefonía, salud, abarrotes, esparcimiento y la playa.
  - Cordialidad en la atención del personal.
- Debilidades
- Personal falta de preparación en turismo y atención al cliente.
  - No se realizan adecuaciones de mejora del establecimiento.
  - Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 11 El Recuerdo
- Fortalezas
- Área amplia del establecimiento y ubicación frente a la playa.
  - Alojamiento con baño privado y área de camping.
- Debilidades
- Personal falta de preparación en turismo y atención al cliente.
  - No se realizan adecuaciones de mejora del establecimiento.
  - Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 12 Selmar
- Fortalezas
- Área amplia del establecimiento y ubicación cercana a la playa.
  - Alojamiento con baño privado y área de camping.
- Debilidades
- Personal falta de preparación en turismo y atención al cliente.
  - Infraestructura inadecuada con habitaciones pequeñas.
  - Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

### HOSTERÍAS

- 13 Rincón del Pacífico
- Fortalezas
- Ubicación en área lotizada con servicios de agua entubada, luz y vías de acceso lastradas. Los otros establecimientos deben gestionar estos servicios.
  - Solvencia mediante recursos económicos propios.
- Debilidades
- No incorporan estrategia promocional de servicios turísticos.
  - Personal falta de preparación en turismo y atención al cliente.
  - Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.
- 14 Bambuco, Fe y Alegría
- Fortalezas

- Colegio-Hostería
- Infraestructura con habitaciones con baño privado.
  - Satisfacción de servicio.

Debilidades

- Personal falto de preparación en turismo y atención al cliente.
- Ubicación distante de la entrada principal al Recinto Las Peñas.
- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

CABAÑAS

15 Brisas del Mar

Fortalezas

- Ubicación y acceso frente y directo a la playa y el mar.
- Infraestructura amplia y segura para un servicio de confort y calidad.
- Personal con preparación en turismo y atención al cliente.

Debilidades

- Ubicación distante de la entrada principal al Recinto Las Peñas.
- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

16 Playa y Arena

Fortalezas

- Cordialidad en la atención del personal.
- Ubicación y acceso frente y directo a la playa y el mar.

Debilidades

- Ubicación distante de la entrada principal al Recinto Las Peñas.
- Infraestructura con habitaciones con falta de espacio.
- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

17 Coral Reef

Fortalezas

- Ubicación y acceso directo a la playa y el mar.
- Infraestructura amplia y segura para un servicio de confort y calidad.
- Personal con preparación en turismo y atención al cliente.

Debilidades

- Ubicación distante de la entrada principal al Recinto Las Peñas.
- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

18 Mickey

Fortalezas

- Ubicación y acceso frente y directo a la playa y el mar.
- Infraestructura amplia y segura para un servicio de confort y calidad.
- Personal con preparación en turismo y atención al cliente.

Debilidades

- Ubicación distante de la entrada principal al Recinto Las Peñas.
- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

19 Ronny's

Fortalezas

- Infraestructura amplia y segura para un servicio de confort y calidad.
- Personal con preparación en turismo y atención al cliente.

Debilidades

- Ubicación alejada del mar.
- Ubicación distante de la entrada principal al Recinto Las Peñas.
- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

CAMPAMENTOS

20 Camping

Fortalezas

- Ubicación y acceso frente y directo a la playa y el mar.
- Área adecuada para turistas que gustan de acampar.

Debilidades

- Falta mejorar estrategia de promoción de servicios turísticos.

**20.3. MERCADO META QUE DEMANDA EL PROYECTO**

La definición del mercado meta, permite contestar la pregunta ¿a quién se va a vender? , lo que se logra considerando el Informe de Investigación de Mercado del Anexo-1 y el análisis del balance demanda-oferta.

Habiendo determinado la demanda objetivo al cual debe acceder el proyecto, este se integra con la segmentación de mercado, según se indica en la Tabla 4.4.

Tabla 4.6. Segmento de Mercado que Demanda el Proyecto

Tipo de Segmento ( Perfil del Turista )	Capacidad		Ocupación	
	75 días	135 días	75 días	135 días
Universo	100%		65.98%	
Potencial	73,125	131,625	48,248	86,847
Disponible				
Demanda Insatisfecha 19.25%	14,077	25,338	9,288	16,718
Calificado				
Razón para Regresar 14.00%	10,238	18,428	6,755	12,159
Meta - 2007	familia-amigos, 5 pax, 31-40 años, 3 días, ingreso \$580, gasto \$40		contacto natural-cultural, clima, ubicación, vías de acceso norte-sur provincia, seguridad, precios	
Disposición Producto Natural y Cultural 3%	2,194	3,949	1,447	2,605
Demanda Potencial 1.3 Viajes	2,925	5,265	1,930	3,474
Demanda Objetivo			69.07%	
2009 - 2018	2,966 - 3,159	5,339 - 5,687	1,957 - 2,084	3,523 - 3,752
PAX x Dia	40 - 42		26 - 28	

## **21. ESTUDIO DE TÉCNICO**

El estudio técnico, en general, es la parte donde se definen los productos, servicios y actividades que van a ser desarrollados para aprovechar los recursos con los que se cuenta el proyecto.

Empieza con la localización del proyecto, que identifica la ubicación geográfica del proyecto y de factores que viabilizan la definición y ejecución del proyecto.

Continúa con la creación del concepto o tamaño del proyecto, que es el diseño de los productos de turismo y de alojamiento, con los servicios y las actividades que en ellos se provee. El alojamiento se apoya en las instalaciones físicas y su equipamiento.

Posteriormente, se detecta necesidades de capital humano con capacidades requeridas, que es parte del equipamiento, y concluye con el presupuesto de inversión que requiere el proyecto.

### **21.1. LOCALIZACIÓN**

La ubicación geográfica escogida para la ejecución del proyecto, en general, es en el Recinto Las Peñas de la Parroquia La Tola en el Cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeraldas. Límites a los que se integra otros factores que delimitan el lugar de ejecución del proyecto y su zona de influencia.

La ubicación elegida, al inicio del proyecto representaba una posibilidad, sin embargo, su factibilidad de ejecución se ratifica al considerar los siguientes factores de localización:

#### **21.1.1. Demanda Objetivo**

Realizado el análisis de la demanda, la oferta y su balance, en base de la investigación de mercado, se ha determinado que existe un segmento de mercado de población principalmente de las Provincias de Imbabura y Pichincha que escoge al Recinto Las Peñas como destino turístico. Sin olvidar, que al recinto también llegan turistas procedentes de otras provincias del Ecuador y también de las provincias de Pasto y Nariño del sur de Colombia, los cuales también son fuente de ingreso por concepto de turismo para el recinto.

Siendo a la vez el segmento mencionado, un factor que permite que el recinto mantenga anualmente una demanda captada (oferta futura) y también de factibilidad a la ejecución del proyecto al permitir determinar la demanda objetivo que requiere para convertirlo en una alternativa para realizar actividades de alojamiento y turismo.

#### **21.1.2. Materia Prima e Insumos**

En general, el proyecto requiere materia prima e insumos para la construcción y mantenimiento de las instalaciones de alojamiento, como son: madera, piedra, hoja de palma, plantas ornamentales; los mismos que se pueden encontrar en el Puerto de Borbón a 30 minutos del Recinto Las Peñas, permitiendo con ello la reducción de costos.

**21.1.3. Vías de Comunicación**

La vía que comunica las localidades de Ibarra y San Lorenzo, relativamente está en buenas condiciones especialmente hasta el límite fronterizo de las Provincias de Imbabura y Esmeraldas. Sin embargo, hacia el sur, desde la llamada –Y– de Calderón, a 30Km antes de San Lorenzo, hasta la entrada al Recinto Las Peñas, aunque la vía no esté en su totalidad en buenas condiciones si permite el tránsito vehicular fluido. Pero, desde la entrada al recinto, la vía está constituida de lastre y sigue adecuándose. El tiempo aproximado de viaje es de 7 horas, 2 horas 30 minutos desde la ciudad de Quito a la de Ibarra, 3 horas más hasta la –Y– de Calderón en el norte de la Provincia de Esmeraldas, 1 hora más hasta la Ciudad de Borbón hacia el sur por la vía del pacífico y 30 minutos más hasta la entrada al recinto.

Imagen 2.1. Mapa Turístico y Vial de la Provincia de Esmeraldas



Alternativamente, para llegar al Recinto Las Peñas desde la Ciudad de Quito es por la vía que pasa por las localidades de Pomasqui, Mitad del Mundo, Puerto Quito y desde la ciudad de Esmeraldas hacia el norte de la provincia del mismo nombre por la vía del pacífico, pasando por Río Verde, se llega a la entrada del Recinto Las Peñas. El tiempo aproximado de viaje también es de 7 horas con una vía en mejores condiciones desde la ciudad de Esmeraldas, que la del tramo desde la –Y– de Calderón hasta el recinto.

**21.1.4. Medios de Transporte**

Los medios de transporte de los que pueden disponer los turistas para llegar al Recinto Las Peñas, al no viajar con medios propios, son las Cooperativas de Transporte Espejo que viaja

solo los fines de semana, Trans-Valle que viaja solo los feriados y la Trans-Esmeraldas que viaja todos los días. Pudiendo ser un limitante para los turistas que viajan sin medios de transporte propios, que relativamente son muy pocos.

Sin embargo, el proyecto al disponer de un medio de movilización, que con el apoyo de alguna operadora o agencia de turismo, podría trasladar a turistas desde la Ciudades de Ibarra y Quito.

#### **21.1.5. Infraestructura y Servicios Públicos Básicos**

El Recinto Las Peñas no cuenta con agua potable ni alcantarillado, razón por la cual el proyecto contempla obras civiles con asesoramiento técnico para la instalación de pozos de agua y séptico.

El recinto posee un sistemas eléctrico y telefónico, de los cuales, mediante solicitud, se tomará el servicio que requiere el proyecto.

#### **21.1.6. Topografía y Calidad de Suelos**

Se pretende ubicar al proyecto en un área de terreno ubicado a norte del recinto las Peñas y frente a la playa y el mar, alejado de la entrada principal al recinto. Lugar donde la topografía del suelo es plana, al cual, sin embargo, hay que limpiar y rellenar con cascajo para evitar se convierta en pantanoso a causa de las lluvias.

#### **21.1.7. Clima, Ambiente y Salubridad**

En el Recinto Las Peñas, la comodidad de los turistas es un factor que marca su satisfacción sobre el servicio de hospedaje que brinda un establecimiento de alojamiento, razón por la cual el proyecto proveerá de ventilación para mantener en sus instalaciones el clima y salud ambiental adecuados.

Además, el tratamiento de desechos inorgánicos y el procesamiento de los orgánicos será un factor importante para que el proyecto contribuya con al ambiente al controlar la generación mínima de desechos.

#### **21.1.8. Tecnología de la Información**

La tecnología de la información es un industria que representa un apoyo a la industria del turismo, porque aporta para el proyecto con herramientas de hardware y software con las cuales se podrá gestionar efectivamente las necesidades de información sobre la operación del mismo.

Específicamente, el proyecto dispondrá de herramientas de hardware de última tecnología que permita operar debidamente a las herramientas de software de un sistema financiero de

contabilidad, facturación, recepción y reservación personal, telefónica y a través de la red Internet con el apoyo de una página web que de a conocer características de alojamiento y turismo que ofrezca el proyecto.

#### **21.1.9. Contacto con la Naturaleza**

La playa del recinto Las Peñas, tiene una extensión aproximada de 3 Km, está bordeada por cocoteros (coco nucifera), extensiones de pastizales y en menor cantidad de matorrales y especies arbóreas. En la playa se observa conchas y crustáceos, y en los cielos sobre la misma se mira a gaviotas y pelícanos. Siendo estos elementos, factores que hacen de la playa del recinto en un atractivo natural para los turistas.

La Reserva Ecológica Cayas-Mataje, está localizada desde el norte del Canón Eloy Alfaro y hacia el Cantón San Lorenzo, la nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas, está cercana al Recinto Las Peñas. Es un área natural protegida que cuenta con diversidad de flora y fauna, en especial los manglares Majagual considerados los más altos de la costa del Pacífico.

#### **21.1.10. Contacto Cultural**

Las impresiones culturales que tienen los turistas al llegar y durante su estadía en la playa y en el Recinto Las Peñas y sus zonas de influencia, mediante el contacto visual y verbal, es de la presencia grupos etnográficos de diversos matices del nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas, de la costa, sierra y oriente del Ecuador y también del país vecino de Colombia; entre los cuales, en general, se observa matices de culturas afroamericana, indígena y mestiza.

Los principales grupos etnográficos, como atractivo cultural turístico de la región, son dos. Primero se tiene contacto con la comunidad Afroamericana, que expresada en sus manifestaciones culturales se la encuentra principalmente en la localidades de La Tola, La Tolita y Canchimalero. Luego se puede tener contacto con la comunidad Awa y Chachi, siendo necesario movilizarse hacia el interior de la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje.

En el Recinto Las Peñas y su playa, se observa la presencia de dos grupos afroamericanos diferenciados, el primero constituido por una comunidad que desarrollan actividades de pescadores y el segundo procedentes de otras localidades, como Borbón, que desarrollan actividades en los bohíos del malecón de la playa del recinto ofreciendo al turista productos de alimentos y bebidas. Habiendo también un grupo procedente de la Provincia de Manabí quienes tienen sus negocios de comercio o son parte de la administración de los establecimientos de alojamiento; como es el caso del señor Rafael Palacios, quien se ha establecido con su familia en el recinto hace varios años como nativo inmigrante, administra el Hotel Playa Amanecer, da en otros establecimientos el servicio de mantenimiento del sistema de piscinas y es a la vez apoyo y asesoramiento importante en el proyecto.

Las provincias de la sierra y oriente del Ecuador, especialmente del norte y principalmente para el proyecto de Imbabura y Pichincha, proveen de turistas que viajan al recinto específicamente en los feriados de carnaval en febrero, semana santa en abril, vacaciones en julio y agosto, finados en noviembre, navidad y fin de año en diciembre. En menor cantidad se observa la presencia de turistas de la costa porque durante las mismas temporadas, normalmente viajan a las provincias de la sierra.

El país vecino de Colombia, generalmente, provee de turistas procedentes de sus Provincias del sur de Pasto y Nariño, quienes viajan desde su región de origen durante el feriado de la fiesta o carnaval de negros y blancos, que se efectúa principalmente durante la primera semana de enero de cada año.

## **21.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS**

Un producto turístico se forma a partir de la existencia de un recurso natural o cultural con potencial turístico, o bien un atractivo turístico, para cuyo disfrute se implementan alguna actividad, como caminatas, deportes, contacto con la naturaleza, contacto cultural.

Actividades que están cubiertas de servicios, que al integrarse permiten que existan los productos, y que son acciones que realizan empresas turísticas para satisfacer necesidades de los turistas. Necesidades que surgen antes, durante y después de la decisión de realizar un viaje, que son satisfechas con el apoyo de servicios (seguridad, guías, información, etc.) que faciliten la realización e interacción de actividades de turismo y que a la vez permitan la estancia en los lugares de turismo (hospedaje, alimentación, transporte, etc.).

Por lo mismo y particularmente en el caso del proyecto, para ofrecer productos, prestar servicios y realizar actividades turísticas, deben existir instalaciones que brinden al turista una estancia agradable y con cierto grado de comodidad. Sin embargo, todo esto debe ser proporcionado bajo un mismo concepto o paquete turístico, de tal manera que el turista con el apoyo del proyecto prolongue su estancia en el Recinto Las Peñas.

De la importante colaboración lograda con el señor Rafael Palacios, quien reside en el Recinto Las Peñas, su contribución a permitido al proyecto el identificar paquetes para actividades turísticas hacia los atractivos turísticos en el recinto y en zonas de influencia en el cantón Eloy Alfaro.

Pero, es de indicar que en el estudio de este proyecto solamente se incluye un esquema tentativo, el cual se espera estructurar debidamente durante la construcción de las instalaciones y el primer año de operación. Esto es porque, se requiere de tiempo para conocer los atractivos turísticos, su situación de mercado y de los insumos que se requieren, según lo cual se establecería por temporada el costo de mercado de algún paquete turístico.

En general, están definidos paquetes de turismo, donde se considera dos aspectos importantes. El primero de alojamiento y de alimentación y bebidas, y el segundo de contacto natural y cultural. El contacto natural se refiere a turismo de playa, cuevas del amor y la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje. El contacto cultural se refiere al conocimiento vivencial de comunidades del pueblo de pescadores El Rompido y La Tolita, principalmente, y otras de influencia . Para cada paquete se puede incluir con previa reservación y el costo adicional, turismo y la movilización desde y hasta el lugar de procedencia de los turistas.

### **21.2.1. Generalidades de Promociones Tentativas de Turismo**

- Atractivos:
  - El turista dispone de la información necesaria para disfrutar de atractivos naturales y culturales, sea para acceder a una de las promociones de turismo que ofrece el proyecto o para realizar con propio tiempo y medios de movilización y económico.
- Alojamiento según demanda:
  - Dos personas.
  - Cuatro personas.
  - Seis personas.
- Bar y Restaurante:
  - Servicio de bebidas.
  - Servicio de alimentación: desayuno, almuerzo y cena.
- Movilización geográfica:
  - Hacia la ubicación del proyecto desde localidad de procedencia. 5h desde Ibarra saliendo 9 am y 7h desde Quito saliendo 7 am, por la vía Ibarra-San Lorenzo y la Ruta del Pacífico que pasa por el Cantón Borbón.
  - Traslado hacia atractivos de contacto natural y cultural desde las 7 am, utilizando transporte terrestre (furgón) y acuático (lanchas).
  - Desde la ubicación del proyecto hacia localidad de procedencia, saliendo 2 pm.

### **21.2.2. Turismo Natural Las Peñas**

- Atractivos considerados:
  - Playa Las Peñas (banana acuática).
  - Cuevas del Amor.
- Reservación:
  - Dos días una noche.
- Servicio incluido:
  - Transporte desde y hacia localidad de procedencia.
  - Alojamiento según demanda.

- Desayuno, almuerzo y cena durante dos días y una noche.
- Movilización hacia atractivos.
- Información sobre atractivos influyentes en la zona.

### **21.2.3. Turismo Natural y Cultural Las Peñas**

- Atractivos considerados:
  - Playa Las Peñas (banana acuática).
  - Cuevas del Amor.
  - Comunidad de Pescadores El Rompido.
- Reservación:
  - Tres días dos noches.
- Servicio incluido:
  - Transporte desde y hacia localidad de procedencia.
  - Alojamiento según demanda.
  - Desayuno, almuerzo y cena durante dos días y una noche.
  - Movilización hacia atractivos.
  - Información sobre atractivos influyentes en la zona.

### **21.2.4. Turismo Natural y Cultural Las Peñas y Reserva Ecológica**

- Atractivos considerados:
  - Playa y Recinto Las Peñas.
  - Comunidad de Pescadores El Rompido.
  - Comunidad y Arqueología La Tolita.
  - Manglares Majahual, Humedal Yalaré, Reserva Ecológica Cayapas-Mataje.
- Reservación:
  - Tres días dos noches.
- Servicio incluido:
  - Transporte desde y hacia localidad de procedencia.
  - Alojamiento según demanda.
  - Desayuno, almuerzo y cena durante dos días y una noche.
  - Movilización hacia atractivos.
  - Información sobre atractivos influyentes en la zona.

## **21.3. INSTALACIONES**

Los turistas de las Provincias de Imbabura y Pichincha que llega al Recinto Las Peñas para disfrutar de su playa y de atractivos turísticos en otras zonas de influencia, normalmente llega en grupos de 4 a 6 personas, acompañados de familiares y/o amigos, los mismos que

mantienen su predisposición hacia el contacto con la naturaleza y el contacto cultural, recursos que satisfacen sus necesidades cuando realizan sus viajes de turismo hacia el nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas.

Por tal razón y en base al estudio de características de segmentación y el análisis demanda-oferta del mercado que frecuenta el Recinto Las Peñas, se ha considerado que es factible que el proyecto podría acceder a un porcentaje de su demanda turística. Porcentaje que define en general el tamaño de las instalaciones de alojamiento, valor que en promedio es del 7.55% de la oferta futura representando a 29 turistas diarios al 65% de ocupación y a 45 turistas al 100% de ocupación durante 70 días al año.

En general, para atender al número de turistas indicado se ha diseñado la infraestructura de las instalaciones de alojamiento del proyecto en un área de terreno de 2,000 m<sup>2</sup> (35 x 55 m) localizado a 800 metros al nor-este de la entrada principal al Recinto Las Peñas. Su ubicación geográfica privilegiada permite a los turistas tener salida directa a la playa y al mar. Está constituido por las áreas de cabaña de administración, cabaña de alojamiento para grupos de 5-6 pax, cabaña de alojamiento para grupos de 2-3-4 pax, restaurante-bar-karaoke para 35 pax, piscina, duchas-aseo-sanitarios, descanso-recreación, estacionamiento para 10 vehículos. Esto, según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.1, Diseño A.3.2 y Diseño A.3.3.

Las estructuras de las cabañas y el restaurante están construidas con madera de guayacán, que se puede adquirir en la misma región de la Provincia de Esmeraldas. Sin embargo, para evitar la humedad en la madera, las estructuras de los baños de las cabañas se construyen con concreto. Estructuras que estarán provistas de servicios básicos de energía eléctrica, agua de pozo tratada al ambiente para aseo y potable para consumo.

### **21.3.1. Cabaña de Administración y Mantenimiento**

Es el lugar en donde los turistas gestionan la reservación de alojamiento, se suscriben ha alguno de los paquetes turísticos que ofrece el proyecto o solamente reciben información sobre alternativas de turismo, informan sobre necesidades o sugerencias o reclamos durante su estadía y cancelan haberes pendientes por servicios recibidos. Además, está en una ubicación estratégica que permite divisar las otras áreas del proyecto y observar las actividades y seguridad de los turistas residentes; también para guardar insumos y herramientas para mantenimiento de las instalaciones del proyecto.

La cabaña de administración está ubicada a la derecha del centro del terreno, junto a la vía de acceso y sobre un área de 60 m<sup>2</sup> (8.50 x 7 m). Para atención al turista mantiene una distribución de espacios para recepción, reservación e información, actividades que están apoyadas por una televisión, una computadora y un sistema informático. Para comodidad y bienestar del personal administrativo, dispone habitación para 3 pax (individual y litera) con su

propio armario y un baño completo. Esto, según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.4. Además, dispone de una habitación para guardar instrumentos, insumos y menaje de mantenimiento de las instalaciones.

### **21.3.2. Cabaña Familiar**

Es donde el proyecto reserva alojamiento para grupos de turistas quienes desean tener comodidad durante su estadía en una ubicación preferencial respecto a la playa y los servicios de restaurante-bar-karaoke, piscina y área de descanso y recreación, sobre un área de 120 m<sup>2</sup> (17 x 7 m).

La cabaña familiar está provista de dos plantas con espacios de alojamiento para dos grupos de turistas de 6 pax en la planta baja y para dos grupos de 5 pax en la planta alta. Ambas plantas proveen de sala con televisor, comedor, habitación matrimonial y un baño completo. Adicionalmente, la planta baja provee de una habitación para 2 pax (individual) y una habitación para 2 pax (litera) y la planta alta de una habitación para 3 pax (individual y litera) y una mini-terraza de 4 m<sup>2</sup> con vista a la playa. Esto, según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.5 y Diseño A-3.6.

### **21.3.3. Cabaña de Grupos**

Es donde el proyecto reserva alojamiento para grupos de turistas que reciben comodidad y ubicación diagonal a la piscina y junto al área de descanso y recreación y a la cabaña de administración, sobre un área de 145 m<sup>2</sup> (13 x 11 m).

La cabaña de grupos está provista de dos plantas con espacios de alojamiento para tres grupos de turistas. Cuatro habitaciones matrimoniales con dos en cada planta, dos habitaciones para 3 pax en la planta alta, dos habitaciones para 4 pax en la planta baja; cada habitación con baño completo, armario y televisión. Esto, según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.7 y Diseño A-3.8.

### **21.3.4. Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke**

Es donde el proyecto ofrece los servicios de alimentos, bebidas y recreación musical, en una ubicación especial junto al estacionamiento, al acceso directo a la playa y de frente a un lado lateral de la cabaña familiar. Con lo cual se complementa la satisfacción emocional de los turistas durante su estadía luego de las actividades turísticas que ellos realicen. Esto sobre un área total de 112 m<sup>2</sup> (16 x 7 m) según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.9.

La cocina, ubicada sobre un área de 45 m<sup>2</sup> (6.5 x 7 m) junto al estacionamiento, está equipada con dos cocinas (cuatro quemadores, horno), lavadero, refrigeradora, mesa de preparación de alimentos y está provista de tres espacios para mantener baterías, vajilla, cubiertería y demás

menaje de cocina y también para los insumos de preparación de la carta-menú de alimentos y bebidas.

El restaurante-bar-karaoke, contiguo a la cocina sobre un área de 66 m<sup>2</sup> (9.5 x 7 m) junto al acceso a la playa, está provisto de espacios para facturación por consumo de alimentos y bebidas, para recepción de pedidos de alimentos y bebidas y para atender requerimientos de los turistas en alimentación y recreación musical para 35 pax.

#### **21.3.5. Servicio de Piscina**

Es donde el proyecto ofrece el servicio de recreación en agua al ambiente para que los turistas residentes disfruten su estadía y se relajen antes y después de realizar sus actividades turísticas.

La piscina está en una ubicación de acceso inmediato para los turistas, sobre un área de 65 m<sup>2</sup> (13 x 5 m), entre la cabaña de administración, la cabaña familiar, la cabaña de grupos, el área de descanso y recreación. Esto, según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.2.

#### **21.3.6. Apoyo al Servicio de Restaurante y Piscina**

Es donde el proyecto ofrece el servicio de aseo y duchas, que está ubicado entre la cocina-restaurante y la piscina, que es utilizado por los turistas antes o después de sus actividades turísticas y durante su estadía en las instalaciones del proyecto. Esto sobre un área total de 35 m<sup>2</sup> (7 x 5 m) según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.10.

#### **21.3.7. Área de Descanso y Recreación**

Es donde el proyecto ofrece el servicio de recreación infantil, descanso y distracción frente a la playa y entre las cabañas familiar y de grupos, que es utilizado por los turistas, entre ellos de infantes, antes o después de turísticas y durante su estadía en las instalaciones del proyecto. Esto sobre un área total de 100 m<sup>2</sup> (10 x 10 m) según se muestra en el Anexo-3 en el Diseño A-3.1.

#### **21.3.8. Servicio de Estacionamiento**

Es donde el proyecto ofrece el servicio de estacionamiento para vehículos de turistas que residen en las instalaciones del proyecto, sobre un área de 154 m<sup>2</sup> (22 x 7 m), permitiendo ubicar 5 vehículos tipo sedán de 5 pax y 5 vehículos tipo furgón de 16 pax.

#### **21.4. EQUIPAMIENTO E INVERSIÓN**

El equipamiento de bienes materiales está constituido por el menaje o conjunto de muebles, enseres, utensilios y equipos menores, que al conjugarse con el equipamiento de capital humano pueden ser utilizados en la producción y mantenimiento de productos y servicios de turismo y alojamiento, los mismos que estarían constituidos por los servicios de alojamiento, restaurante-bar-karaoke, descanso-recreación y turismo. En los que invierte el proyecto recursos económicos que permitan ofrecer y satisfacer las necesidades turísticas de un porcentaje de la demanda de mercado poblacional que visita el Recinto Las Peñas. Esto, según se presenta en el Estudio Económico.

## 22. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La Organización que se establece como causa-efecto del estudio de factibilidad del presente proyecto, que de acuerdo al marco legal estipulado en la Ley de Compañías, sería una Compañía de Cabañas de Alojamiento de Segunda Categoría con Responsabilidad Limitada. Empresa, cuyos propietarios accionistas en común acuerdo deciden instalarla para que sea impulsada mediante un Plan Estratégico de Gestión de Servicios de Alojamiento y Actividades de Turismo, en una estructura de cabañas ecológicas localizada en el Recinto Las Peñas del Cantón Eloy Alfaro en la Provincia de Esmeraldas, porque se considera que en y desde el recinto es posible promover la satisfacción de disfrutar de su potencial en proceso de desarrollo y el de otras zonas de influencia como sub-región eco-turística provista de recursos de turismo natural y cultural.

La denominación que se da a la Razón Social o nombre de la Organización será registrada en la Superintendencia de Compañías, luego con el mandato de la misma y mediante escritura pública será inscrita en el Registro Mercantil para que se otorgue su existencia y personería jurídica.

### 22.1. IMAGEN ORGANIZACIONAL

#### 22.1.1. Misión

Satisfacer necesidades y actividades de turismo nacional e internacional que llega a la playa del Recinto las Peñas y sus zonas de influencia, siendo una empresa que ofrece servicios eco-turísticos de alojamiento y de turismo. Con la finalidad de aportar con el desarrollo económico, social y turístico del recinto, al promocionar su ubicación estratégica que favorece el acceder, conocer y disfrutar de recursos naturales y culturales en el nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas.

#### 22.1.2. Visión

Ser una organización que en los próximos cinco años obtenga liderazgo en servicios eco-turísticos de alojamiento y de actividades de turismo, cumpliendo necesidades y expectativas de un mercado turístico objetivo y además, con las aspiraciones sociales, laborales y económicas del capital humano de la Organización y de sus accionistas.

#### 22.1.3. Valores Organizacionales

**Ética y Moral .–** Respecto a los derechos de huéspedes y miembros de la Organización, que en la práctica conllevan a beneficios sobre seguridad, dignidad, honorabilidad, bienestar y satisfacción y mejora en la situación laboral y de vida.

**Compromiso.** – Satisfacción de los huéspedes por los servicios la Organización, debido a la atención oportuna y de calidad que reciben de su personal, quienes a su vez sienten recibir lo mismo de parte de la Organización.

**Comunicación .**– Preocupación e Información oportuna que satisfaga necesidades y expectativas de huéspedes y miembros de la Organización.

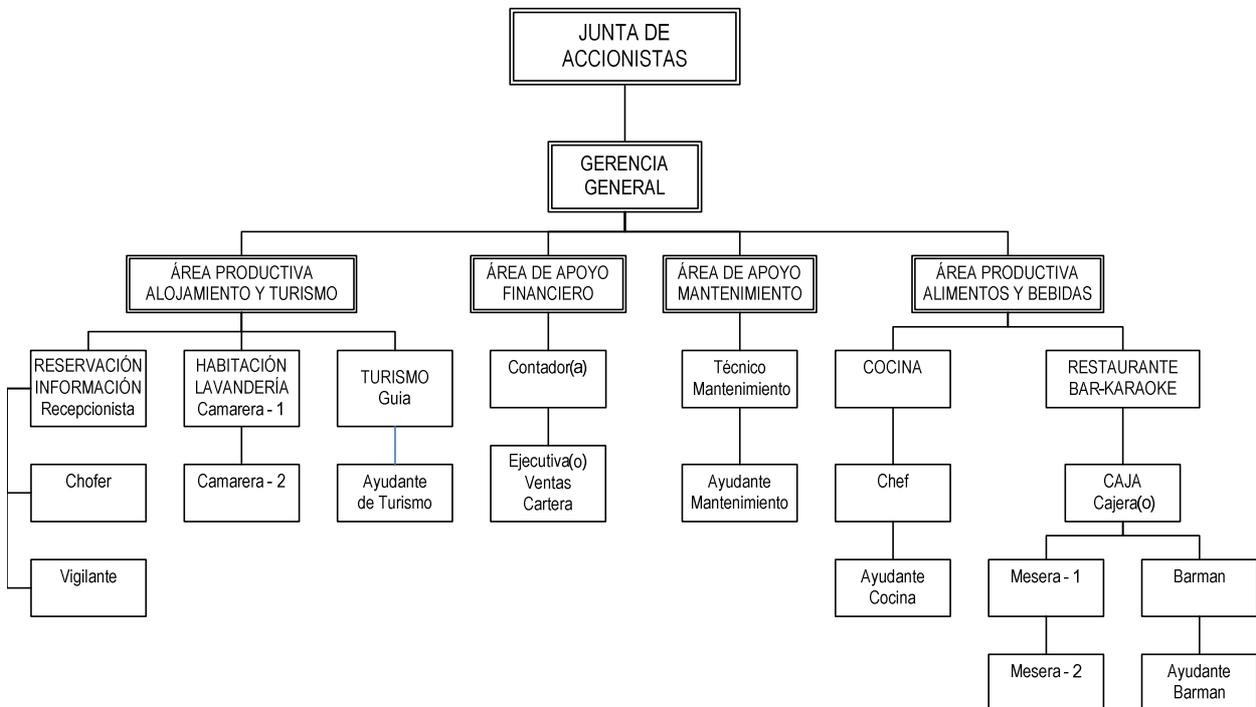
**Creatividad .**– Liderazgo y proactividad que se aprenden a cultivar entre los miembros de la Organización, para favorecer necesidades y expectativas de los mismos y de los huéspedes.

**Trabajo en Equipo.**– Estructura organizacional que se preocupa por la satisfacción de los huéspedes, mediante el apoyo mutuo del personal ante circunstancias y condiciones que requieren del respaldo entre compañeros.

**22.2. ESTRUCTURA DE GESTIÓN Y OPERACION ORGANIZACIONAL**

La Organización que se pretende concebir bajo una Razón Social, será administrada y operada por una estructura de capital humano con funciones especificadas en áreas administrativa, de apoyo y productiva, según el Diagrama-4.2, para asegurar que los turistas hospedados en las instalaciones de la misma reciban servicios de alojamiento y de actividades de turismo que satisfagan sus necesidades y expectativas turísticas.

Diagrama 2.3. Estructura Administrativa, de Apoyo y Productiva



Es importante indicar que todo el personal de la Organización, según responsabilidad y circunstancias, al tener contacto directo con los clientes según responsabilidad y propias circunstancias, deben promocionar ante ellos y el mismo personal, a través de la Organización

y los servicios que ofrece, los atractivos naturales y culturales del Recinto La Peñas y otras zonas de influencia. Esto, con el propósito que la Organización se presente como una empresa cuya gestión es organizada eficiente y eficaz y donde el flujo y retroalimentación de información es permanente y flexible.

### **22.2.1. Junta de Accionistas**

Son profesionales cuyos conocimientos y experiencia les permite incursionar en las áreas de gestión de administración de empresas, hotelería y turismo, finanzas y contabilidad y tecnología de la información. Instrumentos fundamentales que encaminarán a la Organización en:

- Definir los objetivos y metas del presupuesto, fundamentado en la planificación estratégica y la operativa, y según resultados de estados financieros, flujo de caja y pronóstico de ventas.
- Establecer servicios que satisfagan expectativas de alojamiento y de actividades de turismo de los clientes.
- Generar rentabilidad que devengue la inversión económica, sostenga y sustente necesidades del proyecto.
- Producir utilidades para satisfacer expectativas del proyecto y el personal y accionistas de la Organización.

### **22.2.2. Gerente General**

Es un profesional, que es parte de los accionistas, cuya formación y experiencia en gestión de hotelería y turismo son para asegurar que se consigan objetivos y resultados esperados de la Organización. Para ello, desempeñará las siguientes funciones:

- Planificar, organizar y establecer políticas de control y operación de la Organización, fundamentado en pronósticos de ventas, flujo de caja y objetivos y metas del presupuesto.
- Ejecutar el plan de marketing de la Organización, diseñado conjuntamente con los otros accionistas y sus especialidades integradas.
- Contratar y capacitar personal para necesidades de áreas productivas y de apoyo.
- Conocer e interpretar necesidades y preferencias del turista para mejorar el diseño de servicios que ofrece la Organización.

### **22.2.3. Contador(a)**

Es un profesional con conocimiento y experiencia en la aplicación de leyes y normativas de contabilidad, que es parte de los accionistas, quien con apoyo de un sistema computacional desempeñará las siguientes funciones:

- Realizar observaciones a la estructura del plan de cuentas contable diseñado por la junta de accionistas, para agregar las cuentas que considera oportunas según necesidades de la Organización.
- Mantener actualizado el registro contable en las cuentas de activos, pasivos, patrimonio, capital y de resultados. Esto, conforme se produzcan afectaciones por partida doble en cuentas de ingresos, egresos, caja y bancos, cuentas y documentos por cobrar, cuentas y documentos por pagar.
- Informar oportunamente a la junta de accionistas sobre resultados contables, cada mes, luego de temporadas de turismo, a fin de, al terminar o iniciar cada período contable, o cuando se solicite. Esto, con el soporte de estados de nómina de personal, obligaciones de clientes, obligaciones con proveedores, conciliación bancaria, estados de situación y estados de resultados de pérdidas y ganancias.
- Controlar que oportunamente se cumplan las obligaciones por cobrar y por pagar, según la nómina de clientes, personal y proveedores de la Organización.
- Mantener organizado, mensual y anualmente, los documentos contables, que son el respaldo de las transacciones contables que se registre con el sistema computacional y aquellos que produzca como resultados.

#### **22.2.4. Ejecutiva(o) de Ventas y Cobranzas**

Es una persona cursando estudios superiores con conocimientos en marketing, que sin ser parte de los accionistas tiene vínculo social con uno de ellos, quien dependerá de disposiciones del contador en base a las siguientes funciones:

- Promocionar en operadoras de turismo los servicios de alojamiento y actividades de turismo de la Organización, con la debida anticipación a temporadas de turismo. Que a su vez constituye en una investigación de gustos y preferencias de las operadoras y sus clientes sobre turismo en la sub-región donde se localiza el Recinto Las Peñas.
- Atender el cumplimiento y seguimiento de obligaciones por cobrar, por pagar y de convenios con operadoras de turismo.

#### **22.2.5. Técnico en Mantenimiento**

Es una persona que será contratada cuando en las instalaciones de la Organización se produzcan circunstancias que requieran de un técnico especializado, según las siguientes funciones:

- Realizar un diagnóstico de la problemática reportada.
- Proponer una posible solución a la problemática.
- Firmar un contrato eventual por obra que de validez al servicio técnico y al registro

contable.

#### **22.2.6. Ayudante en Mantenimiento**

Es alguna de las personas que están contratadas para laborar en alguna de las áreas de la Organización, cumpliendo con las siguientes funciones:

- Informar de problemáticas y necesidades de mantenimiento y el área donde se presenta.
- Proceder o solicitar autorización para solucionar la problemática, siempre que no signifique riesgos personales, e informar el resultado para registrar constancia de su cooperación.
- Apoyar a verificar día a día las soluciones a problemáticas, en especial cuando es realizada por un Técnico en Manteniendo.

#### **22.2.7. Recepcionista**

Es una persona contratada por su presencia, conocimientos de servicio al cliente y capacidad para manejar el sistema computacional de la Organización, tendrá las siguientes funciones:

- Mantener comunicación amable y carismática con clientes y proveedores según necesidades. También con personal de la Organización según funciones, especialmente las designadas a su cargo del chofer, conserje y vigilante.
- Mantener, con el apoyo del sistema computacional, el registro de reservaciones de los clientes y la entrada-salida de huéspedes. Además de citas con proveedores e información para clientes.
- Promocionar y vender el servicio de alojamiento y de actividades turísticas, con los huéspedes y mediante citas telefónicas y correo electrónico.
- Mantener contacto con el ejecutivo de ventas y cartera, para informar sobre la situación de sus funciones.
- Mantener organizada la correspondencia de entrada y salida.
- Entregar pagos de haberes según nóminas de personal y proveedores de la Organización.
- Mantener organizado y en lugar seguro el conjunto de llaves de las habitaciones y de otros lugares del establecimiento.

#### **22.2.8. Guía de Turismo**

Es una persona con preparación académica, preferible si es natural de la sub-región o de la Provincia de Esmeraldas, con licencia de guía en turismo, experiencia y habilidad para comunicarse, en base de las siguientes funciones:

- Coordinar la ejecución de los planes de actividades de turismo contratadas.

- Promocionar con los turistas a su cargo a la Organización, los planes de actividades de turismo y la riqueza de los recursos natural y cultural de la sub-región.
- Interpretar y atender necesidades de actividades de turismo que requiera el turista y la Organización, vigilando se cumpla normas y políticas establecidas, Informando a través de recepción o directamente con la gerencia de resultados esperados y logrados.

#### **22.2.9. Ayudante de Turismo**

Es una persona con estudios secundarios, preferible si es natural de la sub-región, con habilidad para comunicarse, en base de las siguientes funciones:

- Apoyar en las funciones del guía de turismo, con la finalidad que desarrolle capacidades de guía de turismo.

#### **22.2.10. Camarera**

Es una persona con estudios secundarios, natural del Recinto Las Peñas, con presencia personal y valores de honradez, honorabilidad y buen trato a los huéspedes, quien tendrá las siguientes funciones:

- Limpieza diaria de habitaciones y servicio de blancos.
- Informar el estado de las habitaciones.
- Una de la camareras, por designación, coordinará el servicio externo de lavado y planchado de blancos, conformidad que será informado a recepción para el correspondiente pago de haberes.

#### **22.2.11. Limpieza de Blancos**

Es una persona contratada externamente, natural del Recinto Las Peñas, para realizar el lavado y planchado de blancos, en base de las siguientes funciones:

- Recibir de camarera designada y entregar a conformidad de la misma la cantidad y tipo de blancos lavado y planchado.
- Firmar un contrato eventual por obra que de validez al servicio de limpieza de blancos y al registro contable, con la frecuencia requerida y en especial en temporadas altas de turismo.

#### **22.2.12. Chofer**

Es una persona contratada con estudios de secundaria, preferible si es natural de la sub-región o de la Provincia de Esmeraldas, tener licencia profesional y prudencia para conducir un vehículo de transporte turístico y conocer rutas para transportar a turistas hacia destinos especificados por el guía de turismo.

### **22.2.13. Vigilante**

Es una persona contratada con estudios de secundaria y mayor de edad, natural del Recinto Las Peñas, con presencia personal y valores de honradez y responsabilidad, quien tendrá las siguientes funciones:

- Residir en las instalaciones de la Organización, el o alguien que el designe para reemplazarle con las mismas responsabilidades.
- Vigilar la seguridad de los bienes e instalaciones del establecimiento y del personal y huéspedes que la habitan.
- Apoyar funciones de recepción y con información que requieran los turistas.

### **22.2.14. Chef**

Es un profesional en gastronomía contratado en temporadas altas de turismo, con experiencia en gastronomía regional especialmente y conocimiento para especialidades de otras regiones, quien tendrá las siguientes funciones:

- Informar, con costos, al contador o recepción sobre el inventario de insumos requeridos y utilizados que se utilizarán con eficiencia en el área de cocina para preparar los alimentos y bebidas de la carta menú.
- Elaborar, con costos y según la temporada, la carta menú de alimentos y bebidas a ofrecer al turista.
- Controlar la seguridad, organización y limpieza de los lugares donde se mantienen los materiales e insumos de cocina
- Vigilar la seguridad, orden y limpieza en la preparación de alimentos y bebidas y la prontitud de entrega a los turistas en el área de restaurante.
- Verificar con el cajero los alimentos y bebidas despachados, para validar la apetencia por ellos y los insumos utilizados.

### **22.2.15. Ayudante de Cocina**

Es una persona con estudios de secundaria contratada en temporadas altas de turismo y cuando se requiera en temporadas bajas, natural del Recinto Las Peñas, y conocimiento en preparación de alimentos y bebidas, quien tendrá las siguientes funciones:

- Apoyar al chef en temporadas altas de turismo con sus disposiciones, con la seguridad y limpieza en las labores de cocina.
- En temporadas bajas se encargará de la preparación de alimentos y bebidas en base de la carta menú diseñada por el chef, pudiendo poner el aporte que considere oportuno.
- Informar al chef, al cajero o a recepción sobre la situación de las instalaciones del área de

cocina, de su inventario de materiales e insumos y los aportes realizados.

#### **22.2.16. Cajera(o)**

Es una persona con estudios de secundaria y mayor de edad, con capacidad para manejar una caja registradora, natural del Recinto Las Peñas, con presencia personal y valores de honradez y responsabilidad, quien tendrá las siguientes funciones:

- Informar al contador o a recepción sobre el estado de caja respecto al consumo de alimentos y bebidas de los turistas.
- Informar a recepción y al chef o su ayudante sobre gustos, preferencias, necesidades, observaciones, reclamos, atención con prontitud y servicio de alimentos y bebidas, de los turistas y del personal de cocina y restaurante.
- Verificar con chef o su ayudante el consumo de alimentos y bebidas que validen el inventario de insumos de cocina.
- Mantener actualizado, organizado y limpieza del inventario de materiales e insumos asignados al área de restaurante, e informa de su situación a recepción y al chef o su ayudante.

#### **22.2.17. Mesera**

Es una persona con estudios de secundaria contratada en temporadas altas de turismo o cuando se requiera, natural del Recinto Las Peñas, con valores de honradez y responsabilidad, quien tendrá las siguientes funciones:

- Atender con amabilidad y carisma los pedidos de alimentos y bebidas que solicitan los turistas en base de la carta menú, pudiendo ser necesario promocionar o sugerir especialidades de la misma.
- Solicitar al área de cocina pronta preparación de los pedidos y entregarlos a los turistas.
- Informa o sugerir al cajero y al área de cocina de ser necesario, sobre gustos, preferencias, necesidades, observaciones y reclamos de los turistas y del personal de servicio a mesa.

#### **22.2.18. Barman**

Es una persona con estudios de secundaria contratada en temporadas altas de turismo o cuando se requiera, natural del Recinto Las Peñas de preferencia, con presencia personal y valores de honestidad, responsabilidad y servicio al cliente, quien tendrá las siguientes funciones:

- Desempeñar las funciones establecidas para el chef combinado con las funciones adicionales de cajero, con la diferencia que tendrá el apoyo de un ayudante de barman.

- Por tener contacto directo con el turista, promocionará y sugerirá alimentos y bebidas según gustos y preferencias de los turistas.

### **22.2.19. Ayudante de Barman**

Es una persona con estudios de secundaria contratada en temporadas altas de turismo, natural del Recinto Las Peñas, con valores de honradez y responsabilidad, quien tendrá las siguientes funciones:

- Desempeñar las funciones establecidas para el la mesera, pero respecto al Barman.
- Por tener contacto directo con el turista, promocionará y sugerirá alimentos y bebidas según gustos y preferencias de los turistas.

### **22.3. CONTRATACIÓN DE PERSONAL**

El personal que requiera la Organización, será contratado según necesidades de la estructura organizacional, observando la normativa de contratación y políticas de entrevista y selección de personal.

Personas que al ser preferentemente naturales del Recinto Las Peñas, como es de la Hostería y Centro Educativo Bambuco a cargo de la Fundación Fe y Alegría, se cumple con la metas de aportar con fuente de trabajo y desarrollo social para la comunidad de la localidad. Las mismas, que recibirán capacitación con la propósito de mejorar efectivamente su productividad y los réditos de la Organización.

### **22.4. REMUNERACIÓN DE PERSONAL**

El personal contratado para laborar o también para residir en las instalaciones de la Organización, recibirán sus haberes y remuneraciones considerando la normativa de contratación del código de trabajo y la actividad económica para establecimientos que prestan servicios de alojamiento y turismo. Esto, según se presenta en el Estudio Económico.

### **22.5. FACTORES INTERNOS**

#### **FORTALEZAS**

- Infraestructura y capital humano competitivos, para brindar satisfacción y comodidad en espacios para los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, descanso y recreación.
- Valores competitivos dirigidos a satisfacer necesidades y expectativas de los huéspedes y miembros de la Organización.
- Atractivos planes de actividades de turismo natural y cultural, para satisfacer necesidades y expectativas de los turistas.
- Localización estratégica que ofrece acceso

#### **DEBILIDADES**

- Posible falta de personal natural del Recinto Las Peñas o zonas de influencia, debido al no interés de la comunidad.
- Factores no considerados en la investigación de campo para el estudio de factibilidad del proyecto debido a tiempo no suficiente, que está influenciado por causas de acceso a información y recursos, económicas y temporadas de turismo.
- Imprevistos de operación de equipos o

directo a la playa y el mar y hacia recursos naturales y culturales de zonas de influencia para el Recinto Las Peñas.

- Tarifas acordes al mercado del Recinto Las Peñas.

vehículos o del personal, en temporadas altas de turismo.

## 22.6. FACTORES EXTERNOS

### OPORTUNIDADES

- Ubicación estratégica hacia recursos naturales y culturales atractivos en el Recinto las Peñas y en zonas de influencia en el nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas.
- Vías de acceso en buen estado en la mayor parte de su recorrido, que comunican con atractivos naturales y culturales en la ruta hacia el centro de la Provincia de Esmeraldas, desde y hacia las Ciudades de Quito e Ibarra.
- Demanda potencial creciente de turistas desde otras Provincias del Norte del Ecuador y desde el Sur de Colombia, debido al clima y los atractivos en la región donde se localiza el Recinto Las Peñas que favorecen su desarrollo turístico.
- Operadores en servicios de alojamiento y actividades de turismo en las Ciudades de Quito, Ibarra y Esmeraldas, con los cuales se logre convenir beneficios sociales, turísticos y económicos.

### AMENAZAS

- Promoción turística inexistente y sistemas de información desactualizados en organismos de control y difusión a nivel nacional, regional y local, sobre establecimientos de servicios de alojamiento y actividades de turismo y recursos naturales y culturales, respecto al Recinto Las Peñas y zonas de influencia en el nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas.
- Asociación de hecho y no de derecho de establecimientos de alojamiento, que controle normativas de alojamiento, competencia desleal y eleve el desarrollo y promoción del Recinto Las Peñas.
- Infraestructura del Recinto Las Peñas en proceso de desarrollo, sobre servicios de alcantarillado, agua potable, pavimentación de vías de acceso y tecnología.
- Temporadas turísticas influenciadas por las de otras regiones de mayor afluencia de turistas y por circunstancias climáticas, políticas y económicas.
- Transporte terrestre esporádico que no incluye parada en el Recinto Las Peñas, en rutas desde y hacia las Ciudades de Quito, Ibarra y Esmeraldas.

## 22.7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE GESTIÓN

### 22.7.1. Capital Humano

- Desarrollar capacidades del personal que brinda sus servicios con contratación fija, por temporadas y eventual en las instalaciones de la Organización.
- Con la experiencia del primer año de operación, estudiar la necesidad de ampliar plazas de trabajo para el segundo o tercer año, para incentivar la integración y desarrollo de la comunidad mediante la promoción de los recursos naturales y culturales del Recinto Las Peñas y sus zonas de influencia, y por ende con la Organización.
- Lograr que los turistas que se hospeden en las instalaciones de la Organización, reciban servicios de alojamiento y de actividades de turismo que satisfagan sus necesidades y expectativas, mediante la aplicación de los valores organizacionales. Para conseguir su

retorno en siguientes viajes de los huéspedes hacia el Recinto Las Peñas.

### **22.7.2. Marketing**

- Promocionar los servicios de la Organización directamente con los huéspedes de la misma, para ampliar la demanda de los mismos, mediante la aplicación de los valores organizacionales.
- Gestionar con operadoras de turismo, durante el primer año de construcción e implantación de las instalaciones de la Organización, convenios de alojamiento y de actividades de turismo.
- A partir de la mitad del primer año de operación de las instalaciones de la Organización, con la experiencia de la temporada de turismo más larga del año de julio y agosto, realizar el estudio de planes que amplíe o incorpore nuevas actividades de turismo.
- A partir del primer año de operación y durante las temporadas de turismo, investigar con los huéspedes la satisfacción en los servicios recibidos y la recomendación de aumentar la capacidad de las habitaciones, sabiendo que ellas tendrán espacio adecuado para camas literas.

### **22.7.3. Financiero**

- Desde el primer año de operación, atender el comportamiento de los resultados contable, financiero y presupuestario, para determinar si la recuperación de la inversión se produce antes de los primeros cinco años. Con lo cual, se confirmaría si los períodos que generan utilidad es de cinco o más años.
- Conforme avanza la operación de la Organización, con la experiencia de cada temporada, controlar que los gastos disminuyan mediante la optimización de recursos o que se mantengan constantes, con la finalidad de favorecer la rentabilidad.

## **22.8. GESTIÓN DE MARKETING MIX**

El proyecto, en general, en el mercado del Recinto Las Peñas, presenta su oferta en servicios de alojamiento para el primer año de operación y posteriormente lo hará en combinación con actividades de turismo natural y cultural.

### **22.8.1. Producto**

La Organización, como producto, está provista de instalaciones y equipamiento que se distinguen con propias características para ofrecer servicios de alojamiento y actividades de turismo, dentro del mercado potencial que continúa creciendo en los siete años que tiene de existencia y desarrollo en el Recinto Las Peñas.

Las instalaciones es un servicio de alojamiento que se ofrece en cabañas construidas en

madera de guayacán en espacios para satisfacer necesidades y expectativas del turista. Es decir, en donde a los huéspedes se les posibilita tener comodidad en el área de recepción y vigilancia por su seguridad desde la misma; descansar con comodidad en las áreas de alojamiento, con baño privado, teniendo distracción adicional frente a la playa en la segunda planta del área familiar; alimentos, bebidas y distracción frente a la playa y recreación musical en el área de restaurante-bar-karaoke; distracción y relax en el área de piscina; aseo y duchas como apoyo a las áreas de restaurante y piscina; recreación infantil, distracción y descanso en el área de descanso y recreación, frente a la playa; parqueadero para cinco vehículos tipo sedán y cinco vehículos tipo furgón de 16 pasajeros.

El producto que ofrece la Organización, donde el servicio básico es el alojamiento, es desde donde se brinda el servicio de turismo natural y cultural para aquellos turistas que desean actividades de ese tipo. Servicios dirigidos por un guía de turismo y que están organizados en planes de turismo, diseñados para que el turista escoja los atractivos que desea disfrutar, de playa, Cuevas del Amor, Cultura La Tolita y los Manglares Majahual y Humedal Yalaré en la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje. Recursos de turismo que podrá disfrutar el turista debido a la ubicación estratégica de la playa y el Recinto Las Peñas.

El producto y servicios que ofrece la Organización, mediante la aplicación de los firmes valores organizacionales, los clientes tendrán servicio personalizado para que satisfaga sus necesidades antes, durante y después de estar hospedados en las instalaciones de la Organización.

### **22.8.2. Precio**

La Organización presentará su producto de alojamiento y de actividades de turismo a un precio determinado de acuerdo a la situación que presente el mercado del Recinto las Peñas y a los costos que le significan al proyecto mantener su operación.

El precio del servicio de alojamiento, de acuerdo al estudio económico, para iniciar la operación del proyecto es de 12.12\$, que está determinado en base de sus costos y que es mínimamente mayor al precio promedio de mercado de 11.28\$. Con lo cual, conforme transcurra la operación del proyecto, la situación del mercado y los costos del proyecto ayudarán a decidir el mejor precio. Precio promedio en base del cual se negociará con operadoras de turismo para lograr turismo adicional de 30 días.

El precio de alimentos y bebidas, de acuerdo al estudio económico, se ha considerado que el consumo de los mismos es de al menos 4.66\$.

El precio para actividades de turismo, similarmente y a futuro, será determinado de acuerdo a la situación de mercado y a sus costos, considerando además que dentro de este producto

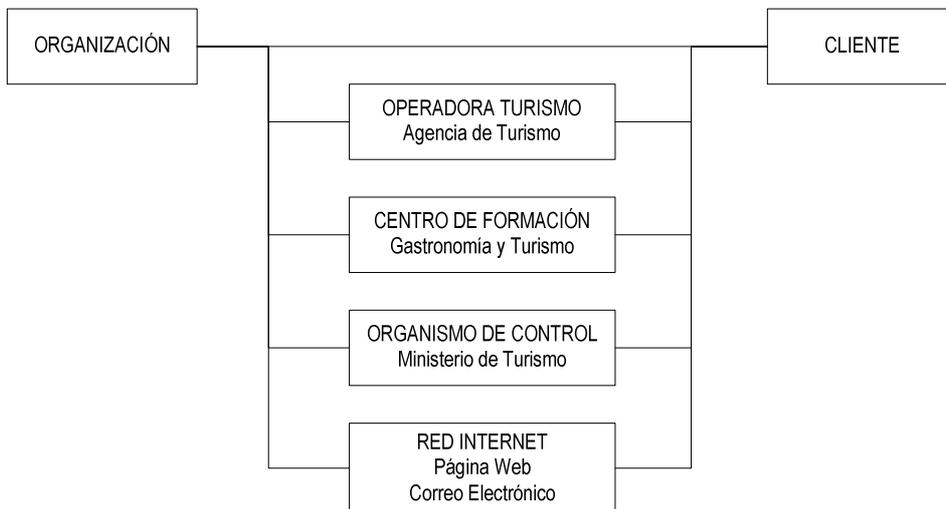
esté incluido los servicios de alojamiento y de alimentación.

En general, el precio en temporadas tradicionales para el mercado del Recinto Las Peñas, que normalmente es de temporada alta, se mantendrá en las proyecciones establecidas. En las temporadas o meses que quedan del año el precio disminuirá a la media establecida en las proyecciones de mercado en temporada baja y según las circunstancias de los meses en cada año.

La estrategia de definición de precio no significa que se implementen tarifas para desmotivar al mercado actual de alojamiento, ni tampoco al ingreso de nuevos establecimientos, sino el de mantener al proyecto atento a las circunstancias de mercado para mejorar factores en el mismo que mejore la razón del precio.

**22.8.3. Plaza o Canales de Distribución**

Diagrama 2.4. Canales de Distribución



La Organización, en general, contará con canales de distribución directa y a través del un ejecutivo de ventas, para ofrecer al cliente servicios de alojamiento y de actividades de alojamiento.

El canal de distribución de venta directa que son los turistas que llegan al Recinto las Peñas y aquellos que se hospedan en las instalaciones de la misma.

Sin embargo, también se cuenta con un canal de distribución de venta a través del representante o ejecutivo de ventas, quien se encargará de promocionar la Organización mediante convenios con operadores de turismo, en las ciudades de Quito, Ibarra, Otavalo y Tulcán, para atraer turistas en épocas del año que no necesariamente sean temporadas tradicionales de turismo.

Además, a través del mismo representante de ventas, se contactará con organizaciones

relacionadas al mercado de turismo, como son los centros de formación de gastronomía y turismo, o con organismos de control como el Ministerio y Secretarías de Turismo en las ciudades de Quito, Ibarra, Tulcán y Esmeraldas.

También, la Organización utilizará como canal de difusión a la Red Internet mediante una página web que permitirá informar sobre la existencia de la Organización y para reservaciones de los servicios de alojamiento y de actividades de turismo.

#### **22.8.4. Publicidad y Promoción**

La Organización, conforme transcurra las temporadas de operación del proyecto, mantendrá diseños renovados de su página web y de “Brochures” como principales instrumentos de presentación, publicidad y promoción de la empresa y los servicios y actividades de turismo que se ofrezcan en el Recinto las Peñas y sus zonas de influencia, los cuales se distribuirán directa e indirectamente a través de los canales de distribución.

Los brochures serán diseñados con información cuyo contenido presente la ubicación y características turísticas natural y cultural del mercado del Recinto Las Peñas y la infraestructura física, de servicios y de precios que ofrezca el proyecto. A los cuales se puede acceder mediante reserva directa, directa y por la página web de la Organización.

Adicionalmente, la Organización utilizará tarjetas de presentación con diseños renovados, que informe del tipo de establecimiento, sus datos de contacto y el nombre de cada una de las personas que sean parte de la operación del proyecto, a quienes se entregará cierta cantidad como representantes importantes de la Organización. Tarjetas, que se entregarán en las diversas temporadas de turismo en los varios establecimientos comerciales del Recinto Las Peñas y a través de los canales de distribución.

## 23. ESTUDIO ECONÓMICO

<sup>14</sup>El propósito del estudio económico es el de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario proporcionada en las anteriores etapas de estudio del proyecto. Con lo cual, se resume cuantitativamente los resultados obtenidos en el estudio de mercado y en el estudio técnico.

Es decir, se presenta los componentes que permiten construir y equipar las instalaciones del proyecto, con sus respectivos valores de cantidad y costo. Los cuales, al estar constituidos de los bienes físicos de construcción, activos y capital de trabajo, definen el monto de dinero que requiere invertir y financiar el proyecto para iniciar y mantener su operación.

Luego, a causa del ingreso con su costo económico que produzca la operación del proyecto durante un período de diez años, se establece un estado proyectado de resultados que de igual manera produzca un flujo de fondos de dinero que satisfaga necesidades de operación del proyecto, así como las del personal, de los accionistas y de quienes financian parte de la inversión. Lo que estaría reflejado en un balance general de activos, pasivos y patrimonio, y a su vez permitirían evaluar durante los diez años de operación la situación económica del proyecto respecto a su factibilidad, rentabilidad y solvencia.

### 23.1. BIENES DE EQUIPAMIENTO E INVERSIÓN

#### 23.1.1. Construcción de Instalaciones

Tabla 4.7. Construcción de Instalaciones

SUPERFICIE DE INSTALACIONES	DIMENSIÓN	SUPERFICIE	TOTAL
TOTAL			168,880 \$
TERRENO PARA PROYECTO	35.00 x 55.00 m	1925 m <sup>2</sup>	80,000 \$
CONSTRUCCION CIVIL		677.56 m <sup>2</sup>	80,800 \$
Áreas de Alojamiento, Alimentación y Descanso		533.31 m <sup>2</sup>	54,000 \$
Cabaña de administración y mantenimiento	8.40 x 7.10 m	59.64 m <sup>2</sup>	10,000 \$
Cabaña familiar	17.00 x 7.20 m	122.4 m <sup>2</sup>	18,000 \$
Cabaña de grupos	12.80 x 10.70 m	136.96 m <sup>2</sup>	15,000 \$
Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke	16.10 x 7.10 m	114.31 m <sup>2</sup>	10,000 \$
Área de descanso rústica	10.00 x 10.00 m	100 m <sup>2</sup>	1,000 \$
Áreas Físicas		144.25 m <sup>2</sup>	26,800 \$
Piscina	12.00 x 6.00 m	72 m <sup>2</sup>	25,000 \$
Pozo de agua	1.50 x 1.50 m	2.25 m <sup>2</sup>	500 \$
Pozo séptico	7 x 10 m	70 m <sup>2</sup>	1,300 \$
Imprevistos	10%		8,080 \$

<sup>14</sup> Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos; Sapag Chain, Nassir.

23.1.2. Activos Fijos

Tabla 4.8. Total de Activos Fijos

ACTIVOS	MES	ANUAL
Total	3,310.04 \$	39,720.50 \$
Equipos	589.33 \$	7,072.00 \$
Equipos de Cómputo	125.00 \$	1,500.00 \$
Muebles y Enseres	515.42 \$	6,185.00 \$
Blancos y Uniformes	306.83 \$	3,682.00 \$
Menaje y Cristalería	90.17 \$	1,082.00 \$
Utencillos de Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke	16.63 \$	199.50 \$
Vehículos	1,666.67 \$	20,000.00 \$

Tabla 4.9. Equipos

EQUIPOS	UNIDADES	TOTAL	EQUIPOS	UNIDADES	TOTAL
Total		7,072 \$			
Cabaña Administración-Recepción		430 \$	Cocina		2,872 \$
Sumadora	1	60 \$	Campana de cocina	1	500 \$
Telefax	1	200 \$	Cocina 6 quemadores	1	500 \$
Televisor 16´	1	110 \$	Tanque de gas	4	38 \$
Ventilador	2	30 \$	Asadero	1	300 \$
Cabaña Administración-Mantenimiento		275 \$	Horno	1	300 \$
Plancha	5	20 \$	Horno microndas	1	130 \$
Extintor de incendios	5	35 \$	Frigorífico	1	500 \$
Cabaña Familiar-Grupos		1,770 \$	Licudadora	1	70 \$
Televisor 16´	12	110 \$	Licudadora industrial	1	200 \$
Ventilador	15	30 \$	Batidora	2	50 \$
Restaurante-Bar-Karaoke		1,300 \$	Extractor de jugos	1	70 \$
Caja registradora	1	300 \$	Cafetera	1	50 \$
Mini componente	1	350 \$	Recreación		425 \$
Televisor 21´	2	140 \$	Hamaca	5	10 \$
Soporte para televisor	2	35 \$	Conjunto de juegos infantiles	1	200 \$
Karaoke	1	300 \$	Pelota fútbol	5	20 \$
			Pelota volleyball	5	15 \$

Tabla 4.10. Equipos de Cómputo

EQUIPOS DE CÓMPUTO	UNIDADES	TOTAL
Total		1,500 \$
Cabaña Administración-Recepción		1,500 \$
Computadora	1	700 \$
Impresora multifunción	1	150 \$
Software (windows, office, financiero, web)	1	650 \$

Tabla 4.11. Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	UNIDADES	TOTAL	MUEBLES Y ENSERES	UNIDADES	TOTAL
Total		6,185 \$			
Cabaña Administración-Recepción		538 \$	Cabaña Familiar-Grupos		3,822 \$
Estante-anaquel	1	130 \$	Sillones (1x3,3x1) y 2 mesitas, rústicos	4	100 \$
Estante-anaquel	3	40 \$	Mesa rústica 6 personas	4	80 \$
Sillon de ruedas	2	20 \$	Cama somie dos personas	12	60 \$
Sillones (1x3,3x1) y 2 mesitas, rústicos	1	100 \$	Cama somie una persona	8	40 \$
Mesa rústica 6 personas	1	80 \$	Cama litera	7	100 \$
Mesa de noche	1	25 \$	Mesa de noche	25	25 \$
Estante-anaquel para ropa	1	40 \$	Estante-anaquel para ropa	17	40 \$
Recipiente para desechos	1	3 \$	Recipiente para desechos	19	3 \$
Cabaña Administración-Mantenimiento		340 \$	Restaurante-Bar-Karaoke		655 \$
Estante	2	100 \$	Estante-anaquel de caja y menaje	2	80 \$
Estante	2	70 \$	Silla rústica	1	15 \$

Cocina			380 \$	Mesa rústica 6 personas	6	80 \$	480 \$
Estante-anaquel de insumos y menaje	3	100 \$	300 \$	Recreación			450 \$
Mesa de trabajo	1	80 \$	80 \$	Mesa rústica 6 personas	3	80 \$	240 \$
				Silla reclinable para piscina	6	35 \$	210 \$

Tabla 4.12. Blancos y Uniformes

BLANCOS Y UNIFORMES	UNIDADES	TOTAL					
Total		3,682 \$					
Cabaña Administración-Recepción		178 \$	Cabaña Familiar-Grupos		2,944 \$		
Colchón una persona	2	50 \$	100 \$	Colchón dos personas	12	70 \$	840 \$
Almohada	2	3 \$	6 \$	Colchón una persona	20	50 \$	1,000 \$
Juego de sábanas una persona	4	10 \$	40 \$	Almohada	22	3 \$	66 \$
Toalla de baño grande	4	5 \$	20 \$	Juego de sábanas dos personas	18	20 \$	360 \$
Toalla de baño pequeña	3	4 \$	12 \$	Juego de sábanas una persona	30	10 \$	300 \$
				Toalla de baño grande	42	5 \$	210 \$
				Toalla de baño pequeña	42	4 \$	168 \$
Uniformes		300 \$					
Uniforme vigilante	2	25 \$	50 \$	Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke			260 \$
Camiseta de uniforme	20	10 \$	200 \$	Toalla de cocina	30	2 \$	60 \$
Mandil	5	10 \$	50 \$	Servilletas	200	1 \$	200 \$

Tabla 4.13. Menaje y Cristalerías

MENAJE Y CRISTALERIA	UNIDADES	TOTAL	MENAJE Y CRISTALERIA	UNIDADES	TOTAL		
Total		1,082 \$					
Cabaña Administración-Familiar/Grupos		60 \$					
Cenicero	20	3 \$	60 \$				
Restaurante-Bar-Karaoke		1,022 \$					
Platos base + soper + tendido	50	6 \$	300 \$	Cubiertos	50	2 \$	100 \$
Plato + Taza café	50	2 \$	100 \$	Canasta para cubiertos	10	2 \$	20 \$
Vaso wiski	30	0.30 \$	9 \$	Salero	10	3 \$	30 \$
Vaso cervicero	40	0.60 \$	24 \$	Pimientero	10	2 \$	20 \$
Vaso agua	50	1.50 \$	75 \$	Ajicero	10	1 \$	10 \$
Copa de vino	30	1.20 \$	36 \$	Cenicero	10	3 \$	30 \$
Copa de cocktail	50	1.60 \$	80 \$	Jarra de leche	4	2 \$	8 \$
Copa de postre	50	3 \$	150 \$	Bandeja platos Individual	10	3 \$	30 \$
					40	2 \$	80 \$

Tabla 4.14. Utensilios de Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke

UTENCILLOS	UNIDADES	TOTAL	UTENCILLOS	UNIDADES	TOTAL		
Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke		200 \$					
Ollas UMCO No. 16	5	6 \$	30 \$	Cestillo patatas	1	6 \$	6 \$
Ollas UMCO No. 18	5	8 \$	40 \$	Tenedor de asador	1	3.50 \$	4 \$
Sartén	5	2 \$	10 \$	Abridor conchas	3	4.50 \$	14 \$
Cuchillo de cocina	3	5 \$	15 \$	Rallador manual	1	1.50 \$	2 \$
Tabla picar	2	8 \$	16 \$	Extractor jugo de llimón	30	1.50 \$	45 \$
Cucharón	2	5 \$	10 \$	Pinzas para hielo	8	1 \$	8 \$
				Pica para hielo	1	1 \$	1 \$

Tabla 4.15. Vehículos

VEHICULOS	UNIDADES	TOTAL
Total		20,000 \$
Furgoneta 12 personas	1	20,000 \$

### 23.1.3. Activos Diferidos

En el proyecto se considera el 2% de ciertos rubros, que la mayoría de proyectos incluyo, para afrontar imprevistos de estudio y ventas de alojamiento no considerados para eventualidades de operación del proyecto.<sup>15</sup> Su magnitud suele calcularse como un porcentaje del total de inversión.

Tabla 4.16. Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS O PREOPERATIVOS O INTANGIBLES	357.38 \$	4,288.59 \$
Gastos de Estudio de Prefactibilidad	67.04 \$	804.50 \$
Gastos Estudio y Movilización	45.38 \$	544.50 \$
Materiales de Oficina	5.00 \$	60.00 \$
Honorarios de Arquitecto	16.67 \$	200.00 \$
Gastos de Puesta en Marcha	91.67 \$	1,100.00 \$
Selección de Personal	8.33 \$	100.00 \$
Publicidad	83.33 \$	1,000.00 \$
Volantes y Trípticos	25.00 \$	300.00 \$
Prensa Escrita y Medios de Comunicación	58.33 \$	700.00 \$
Gastos de Constitución	108.33 \$	1,300.00 \$
Trámite	83.33 \$	1,000.00 \$
Impuestos	20.83 \$	250.00 \$
Varios	4.17 \$	50.00 \$
Gastos de Capacitación	83.33 \$	1,000.00 \$
Capacitación	75.00 \$	900.00 \$
Manuales y Guías	8.33 \$	100.00 \$
Imprevistos	2%	7.01 \$ 84.09 \$

### 23.1.4. Capital de Trabajo

Son los recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. Para el caso actual, está estimado en 30 días, que permita generar dinero por el concepto de ingreso por venta de alojamiento principalmente.

Tabla 4.17. Resumen de Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	Quincena 15 días	Mes 30 días	Anual 135 días	Anual 360 días	Total Anual
	2,263.31 \$	5,867.42 \$	13,534.08 \$	18,228.45 \$	37,796.19 \$
Mano de Obra Indirecta	0.00 \$	1,314.52 \$		0.00 \$	5,915.35 \$
Mano de Obra Directa	1,599.59 \$	3,199.19 \$	11,144.71 \$	8,671.03 \$	19,815.74 \$
Mantenimiento Vehicular	51.67 \$	103.33 \$		1,240.00 \$	1,240.00 \$
Útiles de Oficina	25.75 \$	51.50 \$	231.75 \$		231.75 \$
Útiles de Limpieza	210.25 \$	420.50 \$	1,892.25 \$		1,892.25 \$
Sevicios Básicos	81.67 \$	163.33 \$		1,960.00 \$	1,960.00 \$
Seguros	250.00 \$	500.00 \$		6,000.00 \$	6,000.00 \$
Imprevistos	2% 44.38 \$	115.05 \$	265.37 \$	357.42 \$	741.10 \$

Los valores que corresponden a salarios para el recurso humano han sido determinados en base a la situación de mercado y tomando en cuenta la fuente de tablas salariales consideradas para los Suplementos del Registro Oficial No. 296 y 564 del Ministerio de Trabajo.

<sup>15</sup> Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos; Sapag Chain, Nassir

Tabla 4.18. Recurso Humano

PERSONAL	SUELDO BASICO	13vo. Mes	14vo. Mes	FONDO RESERVA	IESS 9.35%	SALARIO			
						Mes	Anual	Anual	Anual
						30 días	135 días	360 días	Total
<b>Total</b>						<b>4,513.71 \$</b>	<b>17,060.06 \$</b>	<b>8,671.03 \$</b>	<b>25,731.09 \$</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>						<b>1,314.52 \$</b>	<b>4,600.83 \$</b>	<b>5,915.35 \$</b>	
Gerente General	1 886.95 \$	73.91 \$	16.67 \$	73.91 \$	82.93 \$	968.51 \$	4,358.30 \$		4,358.30 \$
Contador(a)	1 306.89 \$	25.57 \$	16.67 \$	25.57 \$	28.69 \$	346.01 \$	1,557.05 \$		1,557.05 \$
<b>Mano de Obra Directa</b>						<b>3,199.19 \$</b>	<b>8,668.11 \$</b>	<b>11,144.71 \$</b>	<b>8,671.03 \$</b>
Recepcionista	1 215.93 \$	17.99 \$	16.67 \$	17.99 \$	20.19 \$	248.40 \$		2,980.75 \$	2,980.75 \$
Cajera(o)	1 213.54 \$	17.80 \$	16.67 \$	17.80 \$	19.97 \$	245.83 \$	1,106.24 \$		1,106.24 \$
Ejecutiva(o) Ventas-Cartera	1 205.20 \$	17.10 \$	16.67 \$	17.10 \$	19.19 \$	236.88 \$		2,842.57 \$	2,842.57 \$
Camarera(o)	2 206.07 \$	17.17 \$	16.67 \$	17.17 \$	19.27 \$	494.90 \$	2,227.03 \$		2,227.03 \$
Chef Nativo	1 243.34 \$	20.28 \$	16.67 \$	20.28 \$	22.75 \$	277.81 \$	1,250.15 \$		1,250.15 \$
Ayudante Cocina	1 207.34 \$	17.28 \$	16.67 \$	17.28 \$	19.39 \$	239.18 \$	1,076.30 \$		1,076.30 \$
Barman	1 222.55 \$	18.55 \$	16.67 \$	18.55 \$	20.81 \$	255.50 \$	1,149.75 \$		1,149.75 \$
Ayudante Barman	1 207.34 \$	17.28 \$	16.67 \$	17.28 \$	19.39 \$	239.18 \$	1,076.30 \$		1,076.30 \$
Mesera(o)	2 201.25 \$	16.77 \$	16.67 \$	16.77 \$	18.82 \$	484.10 \$	2,178.45 \$		2,178.45 \$
Técnico Mantenimiento	1 0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$		0.00 \$	0.00 \$
Ayudante Mantenimiento	1 0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$		0.00 \$	0.00 \$
Guia de Turismo	1 0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$		0.00 \$
Ayudante de Guia de Turismo	1 0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$		0.00 \$
Vigilante	1 205.60 \$	17.13 \$	16.67 \$	17.13 \$	19.22 \$	237.31 \$		2,847.72 \$	2,847.72 \$
Chofer	1 208.21 \$	17.35 \$	16.67 \$	17.35 \$	19.47 \$	240.11 \$	1,080.50 \$		1,080.50 \$
Ayudante de Chofer	1 0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$		0.00 \$

Fuente: Suplemento Registro Oficial No. 296 del Ministerio de Trabajo

Fuente: Suplemento Registro Oficial No. 564 del Ministerio de Trabajo

Tabla 4.19. Útiles de Oficina

DESCRIPCION	UNIDADES	VALOR	CONSUMO		
			Mes	Anual	Anual
			30 días	135 días	Total
<b>UTILES DE OFICINA</b>			<b>51.50 \$</b>	<b>231.75 \$</b>	<b>231.75 \$</b>
Resma papel bond	4	3.00 \$	12.00 \$	54.00 \$	54.00 \$
Caja de esferos	1	5.00 \$	5.00 \$	22.50 \$	22.50 \$
Caja de lápices	1	2.00 \$	2.00 \$	9.00 \$	9.00 \$
Grapadora	1	4.00 \$	4.00 \$	18.00 \$	18.00 \$
Perforadora	1	4.50 \$	4.50 \$	20.25 \$	20.25 \$
Sello de caucho	2	1.00 \$	2.00 \$	9.00 \$	9.00 \$
Cartucho de tinta de impresora	2	10.00 \$	20.00 \$	90.00 \$	90.00 \$
Cinta adhesiva	2	1.00 \$	2.00 \$	9.00 \$	9.00 \$

Tabla 4.20. Útiles de Limpieza

DESCRIPCION	UNIDADES	VALOR	CONSUMO		
			Mes	Anual	Anual
			30 días	135 días	Total
<b>UTILES DE LIMPIEZA</b>			<b>420.50 \$</b>	<b>1,892.25 \$</b>	<b>1,892.25 \$</b>
<b>Amenities</b>					
Jabón de manos	400	0.20 \$	80.00 \$	360.00 \$	360.00 \$
Shampoo saches	400	0.15 \$	60.00 \$	270.00 \$	270.00 \$
Papel higiénico	300	0.35 \$	105.00 \$	472.50 \$	472.50 \$
Escoba	5	1.70 \$	8.50 \$	38.25 \$	38.25 \$
Trapeador	5	2.10 \$	10.50 \$	47.25 \$	47.25 \$
Desinfectante	5	8.00 \$	40.00 \$	180.00 \$	180.00 \$
Paquete fundas basura	10	0.95 \$	9.50 \$	42.75 \$	42.75 \$
Funda detergente	10	3.00 \$	30.00 \$	135.00 \$	135.00 \$
Cloro	5	9.50 \$	47.50 \$	213.75 \$	213.75 \$
Cepillo de baño	5	2.00 \$	10.00 \$	45.00 \$	45.00 \$
Franela limpiadora	10	0.80 \$	8.00 \$	36.00 \$	36.00 \$
Balde plástico	5	2.30 \$	11.50 \$	51.75 \$	51.75 \$

Tabla 4.21. Servicios Básicos

	Mes 30 días	Anual Total
SERVICIOS BASICOS (Indirectos de Planta)	163.33 \$	1,960.00 \$
Agua	58.33 \$	700.00 \$
Energía Eléctrica	75.00 \$	900.00 \$
Teléfono + Internet	30.00 \$	360.00 \$
MANTENIMIENTO VEHICULAR	103.33 \$	1,240.00 \$
Furgón de 16 -pax-	103.33 \$	1,240.00 \$

Tabla 4.22. Vehículos

	Mes 30 días	Anual Total
MANTENIMIENTO VEHICULAR	103.33 \$	1,240.00 \$
Furgón de 16 -pax-	103.33 \$	1,240.00 \$

### 23.2. INVERSIÓN POR INSATACION Y EQUIPAMIENTO

Tabla 4.23. Inversión del Proyecto

INVERSION INICIAL	2008	130,676.51 \$		
Construcción Civil		80,800.00 \$		
ACTIVOS OPERACION		39,720.50 \$	CAPITAL DE TRABAJO	30 días
Equipos		7,072.00 \$	Mano de Obra Indirecta	5,867.42 \$
Equipos de Computación		1,500.00 \$	Mano de Obra Directa	3,199.19 \$
Muebles y Enseres		6,185.00 \$	Mantenimiento Vehicular	103.33 \$
Blancos y Uniformes		3,682.00 \$	Utiles de Oficina	51.50 \$
Menaje y Cristalería		1,082.00 \$	Utiles de Limpieza	420.50 \$
Utensilios de Cocina y Bar-Karaoke		199.50 \$	Servicios Básicos	163.33 \$
Vehículos		20,000.00 \$	Seguros	500.00 \$
INVERSION DIFERIDA		4,288.59 \$	Imprevistos	2% 115.05 \$
Gastos de Estudio y Prefactibilidad		804.50 \$		
Gastos de Puesta en Marcha		1,100.00 \$		
Gastos de Constitución		1,300.00 \$		
Capacitación		1,000.00 \$		
Imprevistos	2%	84.09 \$		

### 23.3. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

El financiamiento para la inversión total del proyecto de 222,270.61\$, esta determinado en 76.48% de parte de accionistas y 23.52% de parte de un financiamiento privado.

Tabla 4.24. Financiamiento por Accionistas

ACCIONISTAS	76.48%		170,000.00 \$	
Terreno	35.99%	80,000.00 \$		80,000.00 \$
Capital	5.22%	90,000.00 \$	12.88%	11,594.09 \$
Financia	35.27%		60.00%	78,405.91 \$
Accionista - 1				
Capital	33.33%	30,000.00 \$	12.88%	3,864.70 \$
Financia			33.33%	26,135.30 \$
Accionista - 2				
Capital	27.78%	25,000.00 \$	12.88%	3,220.58 \$
Financia			27.78%	21,779.42 \$
Accionista - 3				
Capital	22.22%	20,000.00 \$	12.88%	2,576.46 \$
Financia			22.22%	17,423.54 \$
Accionista - 4				
Capital	16.67%	15,000.00 \$	12.88%	1,932.35 \$
Financia			16.67%	13,067.65 \$

Tabla 4.25. Financiamiento por Préstamo

PRESTAMO	23.52%	2008 - jul - 05	40.00%	52,270.61 \$
Total Dividendos				56,080.34 \$
Total Intereses				3,809.74 \$
Dividendos Fijos	10	Pagos		5,608.03 \$
Plazo de Pago	5	Años	1800 días	
Forma de Pago	2	x Año		
		6 meses	180 días	
Tasa de Interés	13.00%			

El financiamiento de capital del proyecto de 130,676.51\$, esta determinado en 60% de parte de accionistas y 40% de parte de un financiamiento privado. Donde, la parte de préstamo a 5 años, su amortización de deuda se realiza con dividendos fijos y con dos capitalizaciones por año.

Tabla 4.26. Amortización de la Deuda

AÑO	PERIODO	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
		52,270.61 \$	3,809.74 \$	56,080.34 \$	
0	0 2008 jul 05				52,270.61 \$
		9,921.10 \$	1,294.97 \$	11,216.07 \$	
1	1 2009 ene 01	4,928.52 \$	679.52 \$	5,608.03 \$	47,342.09 \$
	2 2009 jun 30	4,992.59 \$	615.45 \$	5,608.03 \$	42,349.50 \$
		10,180.73 \$	1,035.34 \$	11,216.07 \$	
2	3 2009 dic 27	5,057.49 \$	550.54 \$	5,608.03 \$	37,292.01 \$
	4 2010 jun 25	5,123.24 \$	484.80 \$	5,608.03 \$	32,168.77 \$
		10,447.15 \$	768.92 \$	11,216.07 \$	
3	5 2010 dic 22	5,189.84 \$	418.19 \$	5,608.03 \$	26,978.93 \$
	6 2011 jun 20	5,257.31 \$	350.73 \$	5,608.03 \$	21,721.63 \$
		10,720.54 \$	495.53 \$	11,216.07 \$	
4	7 2011 dic 17	5,325.65 \$	282.38 \$	5,608.03 \$	16,395.97 \$
	8 2012 jun 14	5,394.89 \$	213.15 \$	5,608.03 \$	11,001.09 \$
		11,001.09 \$	214.98 \$	11,216.07 \$	
5	9 2012 dic 11	5,465.02 \$	143.01 \$	5,608.03 \$	5,536.07 \$
	10 2013 jun 09	5,536.07 \$	71.97 \$	5,608.03 \$	0.00 \$

### 23.4. COSTO DE ALOJAMIENTO

El costo de alojamiento está determinado considerando la situación de mercado del Recinto Las Peñas y en base de los materiales e insumos que participan en la generación de venta de alojamiento.

Es decir, se utiliza el costo promedio que representa mayor ingreso para el proyecto, por lo tanto, para los ingresos proyectados se emplea las correspondientes tarifas proyectadas según el porcentaje de ocupación en el respectivo año.

Tabla 4.27. Costo de Alojamiento

COSTO DE AOJAMIENTO		COSTO			VIDA	OCUPACION	
DESCRIPCION		Producción	-pax-	Unitario	UTIL	Promedio	
COSTO : – Mercado							11.28 \$
– Uso de □			3,062			69.07%	12.12 \$
Insumos							
Imprevistos	2%						0.24 \$
Servicios	10%						0.81 \$
Impuestos	12%						0.97 \$
Utilidad	25%						2.02 \$
Total Costos y Gastos		91,133.76 \$		17,096.58 \$		2,115	8.08 \$
Cabañas				2,563.64 \$	20	42,295	1.21 \$
Cabaña Familiar	S	18,000.00 \$	22	818.18 \$			
Cabaña de Grupos	S	15,000.00 \$	22	681.82 \$			
Restaurante	S	10,000.00 \$	44	227.27 \$			
Cabaña	S	10,000.00 \$	44	227.27 \$			
Administración							
Areas Físicas	S	26,800.00 \$	44	609.09 \$			
Equipos de Alojamiento		1,770.00 \$	1	1,770.00 \$	10	21,147	0.84 \$
Muebles y Enseres		3,822.00 \$	1	3,822.00 \$	5	10,574	1.81 \$
Blancos y Uniformes		2,944.00 \$	1	2,944.00 \$	2	4,229	1.39 \$
Gastos Administrativos		51.50 \$	1	51.50 \$	1	2,115	0.02 \$
Gastos de Publicidad		83.33 \$	1	83.33 \$	1	2,115	0.04 \$
Servicios Básicos		163.33 \$	1	163.33 \$	1	2,115	0.08 \$
Mantenimiento		800.00 \$	1	800.00 \$	1	2,115	0.38 \$
Mano de Obra Indirecta		0.00 \$	3	0.00 \$	1	2,115	0.00 \$
Mano de Obra Directa		1,599.59 \$	3	4,798.78 \$	1	2,115	2.27 \$
Seguro	S 5	100.00 \$	1	100.00 \$	1	2,115	0.05 \$

Tabla 4.28. Proyección del Costo de Alojamiento

HABITA. - SUIT	OCUPACION	COSTO DE ALOJAMIENTO					
		1	2	2	2	2	
PAX	12		4	2	2	2	
Plazas	44		2	3	4	5	
Capacidad	5,511		8	6	8	10	
PROMEDIO	69.07%		1002	752	1002	1253	
Ocupación	30		6	4	6	7	
135 días	3,807		692	519	692	865	
Tarifa						1038	
2009		12.12 \$	24.24 \$	36.37 \$	48.49 \$	60.61 \$	72.73 \$
2010	66.91%	11.74 \$	23.49 \$	35.23 \$	46.97 \$	58.72 \$	70.46 \$
2011	67.38%	11.83 \$	23.65 \$	35.48 \$	47.30 \$	59.13 \$	70.96 \$
2012	67.85%	11.91 \$	23.82 \$	35.73 \$	47.64 \$	59.55 \$	71.45 \$
2013	68.33%	11.99 \$	23.99 \$	35.98 \$	47.97 \$	59.96 \$	71.96 \$
2014	68.81%	12.08 \$	24.15 \$	36.23 \$	48.31 \$	60.39 \$	72.46 \$
2015	69.30%	12.16 \$	24.32 \$	36.49 \$	48.65 \$	60.81 \$	72.97 \$
2016	69.78%	12.25 \$	24.49 \$	36.74 \$	48.99 \$	61.24 \$	73.48 \$
2017	70.27%	12.33 \$	24.67 \$	37.00 \$	49.33 \$	61.67 \$	74.00 \$
2018	70.77%	12.42 \$	24.84 \$	37.26 \$	49.68 \$	62.10 \$	74.52 \$

### 23.5. COSTO DE ALIMENTACION

El costo de alimentación, similarmente al alojamiento, está determinado considerando la situación de mercado del Recinto Las Peñas.

Tabla 4.29. Costo de Alimentación

DESCRIPCION	TARIFA		
	Proyecto	Mercado	
	4.66 \$	8.51 \$	
Imprevistos	2%	0.06 \$	0.11 \$
Servicios	10%	0.31 \$	0.57 \$
Impuestos	12%	0.38 \$	0.69 \$
Utilidad	25%	0.78 \$	1.43 \$
		3.13 \$	5.71 \$
Desayuno	1	2.00 \$	
Almuerzo	2	3.50 \$	
Merienda	3	3.50 \$	
Bebidas	4	3.50 \$	

Tabla 4.30. Proyección de Costo de Alimentación

AÑO	TARIFA	
	Proyecto	Mercado
2007	4.66 \$	7.47 \$
2008	4.69 \$	7.52 \$
	4.87 \$	7.82 \$
2009	4.72 \$	7.58 \$
2010	4.76 \$	7.63 \$
2011	4.79 \$	7.68 \$
2012	4.82 \$	7.74 \$
2013	4.86 \$	7.79 \$
2014	4.89 \$	7.85 \$
2015	4.92 \$	7.90 \$
2016	4.96 \$	7.96 \$

2017	4.99 \$	8.01 \$
2018	5.03 \$	8.07 \$

Es decir, se utiliza como referencia al consumo diario en alimentación y se establece el consumo mínimo proyectado por alimentos y bebidas en el respectivo año.

### 23.6. COSTO DE PAQUETES DE ACTIVIDADES DE TURISMO Y RECREACION

El proyecto, como ya se indicó en el Estudio Técnico, solo presenta un esquema de actividades de turismo para la situación del mercado del Recinto Las Peñas, el cual deberá afinarse durante el primer año de operación según propias necesidades del proyecto.

Tabla 4.31. Actividades de Turismo de Mercado

	Tarifa	PAQUETE TURISTICO										
		1	2	3								
<b>TOTAL PAQUETE DE TURISMO</b>		<b>75 \$</b>	<b>105 \$</b>	<b>130 \$</b>								
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Días</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>3</th> </tr> <tr> <th>Noches</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>2</th> </tr> </thead> </table>			Días	2	3	3	Noches	1	2	2
Días	2	3	3									
Noches	1	2	2									
<b>Servicios</b>		<b>26 \$</b>	<b>35 \$</b>	<b>35 \$</b>								
Alojamiento (temporada alta)	15 \$	15 \$	15 \$	15 \$								
Desayuno	2 \$	2 \$	4 \$	4 \$								
Almuerzo	3 \$	3 \$	6 \$	6 \$								
Box Lunch	1.50 \$	3 \$	5 \$	5 \$								
Cena	2.50 \$	3 \$	5 \$	5 \$								
<b>Atractivos Turísticos</b>		<b>50 \$</b>	<b>71 \$</b>	<b>96 \$</b>								
Playa Las Peñas		X	X	X								
Banana Acuática		X	X	X								
Cuevas del Amor		X	X									
Comunidad de Pescadores El Rompido			X									
Comunidad y Arqueología La Tolita				X								
Reserva Ecológica Cayapas-Mataje				X								
Manglares Majahual												
Humedal Yalaré												

Situación de mercado de Cabañas El Majahual

### 23.7. INGRESOS POR VENTAS

<sup>16</sup>El pronóstico de ingresos por ventas es el resultado de multiplicar la cantidad de alojamiento a vender por las tarifas de cada alternativa de alojamiento.

Tabla 4.32. Total de Ventas y Costo de Ventas

ANO	OCUPA.	VENTAS 135 Días	COSTO 15.11%
	69.07%	214,332.63 \$	1.47%
2009	66.91%	200,644.60 \$	32,386.22 \$
2010	67.38%	203,594.89 \$	30,763.72 \$
2011	67.85%	205,261.36 \$	31,015.53 \$
2012	68.33%	209,628.67 \$	31,675.44 \$
2013	68.81%	212,713.51 \$	32,141.56 \$
2014	69.30%	215,844.58 \$	32,614.68 \$
2015	69.78%	219,022.59 \$	33,094.88 \$
2016	70.27%	222,248.26 \$	33,582.29 \$
2017	70.77%	225,522.32 \$	34,077.01 \$
2018	71.26%	228,845.52 \$	34,579.15 \$

<sup>16</sup> Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación; Edgar Alonso Hernández.

Tabla 4.33. Ingreso Proyectado por Venta de Alojamiento

AÑO	OCUPA.	TOTAL -PAX-					VENTA x ALOJAMIENTO					VENTAS 135 Días	COSTO 9.35%
		2	3	4	5	6	2	3	4	5	6		
	69.07%	692	519	692	865	1,038	16,774.51 \$	18,871.32 \$	33,549.02 \$	52,420.34 \$	75,485.29 \$	197,100.49 \$	18,419.54 \$
2009	66.91%	670	503	670	838	1,006	15,747.73 \$	17,716.20 \$	31,495.46 \$	49,211.66 \$	70,864.79 \$	185,035.84 \$	17,292.06 \$
2010	67.38%	675	506	675	844	1,013	15,969.85 \$	17,966.08 \$	31,939.70 \$	49,905.79 \$	71,864.33 \$	187,645.75 \$	17,535.97 \$
2011	67.85%	680	510	680	850	1,020	16,082.08 \$	18,092.34 \$	32,164.17 \$	50,256.51 \$	72,369.38 \$	188,964.48 \$	17,659.21 \$
2012	68.33%	685	514	685	856	1,027	16,423.53 \$	18,476.48 \$	32,847.07 \$	51,323.55 \$	73,905.91 \$	192,976.54 \$	18,034.14 \$
2013	68.81%	690	517	690	862	1,034	16,655.19 \$	18,737.09 \$	33,310.37 \$	52,047.46 \$	74,948.34 \$	195,698.45 \$	18,288.51 \$
2014	69.30%	694	521	694	868	1,042	16,890.11 \$	19,001.37 \$	33,780.21 \$	52,781.58 \$	76,005.48 \$	198,458.76 \$	18,546.47 \$
2015	69.78%	699	524	699	874	1,049	17,128.34 \$	19,269.38 \$	34,256.68 \$	53,526.06 \$	77,077.53 \$	201,258.00 \$	18,808.07 \$
2016	70.27%	704	528	704	880	1,056	17,369.93 \$	19,541.18 \$	34,739.87 \$	54,281.04 \$	78,164.70 \$	204,096.72 \$	19,073.35 \$
2017	70.77%	709	532	709	886	1,064	17,614.94 \$	19,816.80 \$	35,229.87 \$	55,046.67 \$	79,267.21 \$	206,975.49 \$	19,342.38 \$
2018	71.26%	714	536	714	893	1,071	17,863.39 \$	20,096.32 \$	35,726.78 \$	55,823.10 \$	80,385.26 \$	209,894.86 \$	19,615.20 \$

Tabla 4.34. Ingreso Proyectado por Venta de Alimentación

AÑO	OCUPA.	-PAX-			VENTAS	VENTAS 135 Días	COSTO 5.77%
		Total	Ocupa.	-5%			
	69.07%	5,511	3,808		4.87 \$	17,232.14 \$	993.43 \$
2009	66.91%	5,339	3,573	3,306	4.72 \$	15,608.76 \$	899.85 \$
2010	67.38%	5,377	3,623	3,354	4.76 \$	15,949.14 \$	919.47 \$
2011	67.85%	5,415	3,674	3,403	4.79 \$	16,296.88 \$	939.52 \$
2012	68.33%	5,453	3,726	3,453	4.82 \$	16,652.13 \$	960.00 \$
2013	68.81%	5,491	3,778	3,504	4.86 \$	17,015.06 \$	980.92 \$
2014	69.30%	5,530	3,832	3,555	4.89 \$	17,385.82 \$	1,002.29 \$
2015	69.78%	5,568	3,886	3,607	4.92 \$	17,764.59 \$	1,024.13 \$
2016	70.27%	5,608	3,941	3,660	4.96 \$	18,151.53 \$	1,046.44 \$
2017	70.77%	5,647	3,996	3,714	4.99 \$	18,546.83 \$	1,069.23 \$
2018	71.26%	5,687	4,053	3,768	5.03 \$	18,950.66 \$	1,092.51 \$

### 23.8. COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y VENTAS

Los costos son consecuencia del estudio técnico, donde están distribuidos cada uno de los rubros de activos y capital de trabajo según sus cantidades y montos de inversión requeridos para la operación del proyecto.

Tabla 4.35. Costo de Operación y Ventas

DESCRIPCION	Anual			COSTO DE VENTAS	
	135 días	360 días	Total	Alojamiento	Alimentación
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	15.11%	0.00 \$	0.00 \$	32,386.22 \$	
Alojamiento	9.35%			20,029.92 \$	
Alimentos y Bebidas	5.77%				12,356.29 \$
Recreación	0.00%			0.00 \$	
<b>MANO OBRA DIRECTA</b>	11,144.71 \$	8,671.03 \$	19,815.74 \$	10,285.86 \$	9,529.87 \$
Recepcionista	0.00 \$	2,980.75 \$	2,980.75 \$	2,980.75 \$	
Cajera(o)	1,106.24 \$		1,106.24 \$		1,106.24 \$
Ejecutiva(o) Ventas-Cartera		2,842.57 \$	2,842.57 \$	2,131.92 \$	710.64 \$
Camarera(o)	2,227.03 \$		2,227.03 \$	2,227.03 \$	
Chef Nativo	1,250.15 \$		1,250.15 \$		1,250.15 \$
Ayudante Cocina	1,076.30 \$		1,076.30 \$		1,076.30 \$
Barman	1,149.75 \$		1,149.75 \$		1,149.75 \$
Ayudante Barman	1,076.30 \$		1,076.30 \$		1,076.30 \$
Mesera(o)	2,178.45 \$		2,178.45 \$		2,178.45 \$
Técnico Mantenimiento		0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$
Ayudante Mantenimiento		0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$
Guia de Turismo	0.00 \$		0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$
Ayudante de Guia de Turismo	0.00 \$		0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$
Vigilante	0.00 \$	2,847.72 \$	2,847.72 \$	2,135.79 \$	711.93 \$
Chofer	1,080.50 \$		1,080.50 \$	810.37 \$	270.12 \$
Ayudante de Chofer	0.00 \$		0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$

GASTOS INDIRECTOS	2,166.48 \$	10,404.00 \$	12,570.48 \$	9,744.06 \$	2,826.42 \$	
Mano de Obra Indirecta		0.00 \$	0.00 \$			
Mantenimiento Vehículos		1,240.00 \$	1,240.00 \$	1,240.00 \$		
Útiles de Oficina	231.75 \$		231.75 \$	173.81 \$	57.94 \$	
Útiles de Limpieza	1,892.25 \$		1,892.25 \$	1,419.19 \$	473.06 \$	
Servicios Básicos		1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,470.00 \$	490.00 \$	
Seguros	0.00 \$	6,000.00 \$	6,000.00 \$	4,500.00 \$	1,500.00 \$	
Publicidad		1,000.00 \$	1,000.00 \$	750.00 \$	250.00 \$	
Imprevistos	2%	42.48 \$	204.00 \$	246.48 \$	191.06 \$	55.42 \$

### 23.9. DEPRECIACION Y AMORTIZACION

Basado en la Ley Tributaria, contable y legalmente, a manera de gasto, están consideradas reposiciones de activos y de erogaciones previas intangibles antes de la venta de servicios.

Tabla 4.36. Depreciación y Amortización de Activos Fijos y Diferidos

DETALLE	AÑO S	AÑO										
		2008 0	2009 1	2010 2	2011 3	2012 4	2013 5	2014 6	2015 7	2016 8	2017 9	2018 10
DEPRECIACION		120,520.50 \$	12,965.95 \$	12,965.95 \$	10,484.20 \$	12,465.95 \$	12,965.95 \$	5,247.20 \$	12,965.95 \$	12,465.95 \$	10,484.20 \$	12,965.95 \$
Construcción Civil	20	80,800.00 \$										
			4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$	4,040.00 \$
Maquinaria y Equipos	10	7,072.00 \$										
			707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$	707.20 \$
Equipos de Computación	3	1,500.00 \$										
			500.00 \$	500.00 \$	500.00 \$		500.00 \$	500.00 \$	500.00 \$		500.00 \$	500.00 \$
Muebles y Enseres	5	6,185.00 \$										
			1,237.00 \$	1,237.00 \$	1,237.00 \$	1,237.00 \$	1,237.00 \$		1,237.00 \$	1,237.00 \$	1,237.00 \$	1,237.00 \$
Blancos y Uniformes	2	3,682.00 \$										
			1,841.00 \$	1,841.00 \$		1,841.00 \$	1,841.00 \$		1,841.00 \$	1,841.00 \$		1,841.00 \$
Menaje y Cristalería	2	1,082.00 \$										
			541.00 \$	541.00 \$		541.00 \$	541.00 \$		541.00 \$	541.00 \$		541.00 \$
Utensillos de Cocina y Bar-Karaoke	2	199.50 \$										
			99.75 \$	99.75 \$		99.75 \$	99.75 \$		99.75 \$	99.75 \$		99.75 \$
Vehículos	5	20,000.00 \$										
			4,000.00 \$	4,000.00 \$	4,000.00 \$	4,000.00 \$	4,000.00 \$		4,000.00 \$	4,000.00 \$	4,000.00 \$	4,000.00 \$
AMORTIZACION		4,288.59 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$					
Total Amortización Diferida	5	4,288.59 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$					

### 23.10. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Tabla 4.37. Presupuesto de Costos y Gastos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	2008 0	AÑO									
		2009 1	2010 2	2011 3	2012 4	2013 5	2014 6	2015 7	2016 8	2017 9	2018 10
COSTO Y GASTO TOTAL		79,782.77 \$	79,968.94 \$	77,472.58 \$	79,840.85 \$	80,526.43 \$	72,208.10 \$	80,407.05 \$	80,394.46 \$	78,907.43 \$	81,891.32 \$
Costo de Producción		52,093.66 \$	52,539.46 \$	52,791.26 \$	53,451.18 \$	53,917.30 \$	54,390.42 \$	54,870.62 \$	55,358.03 \$	55,852.75 \$	56,354.89 \$
Materiales Directos		30,317.92 \$	30,763.72 \$	31,015.53 \$	31,675.44 \$	32,141.56 \$	32,614.68 \$	33,094.88 \$	33,582.29 \$	34,077.01 \$	34,579.15 \$
Mano de Obra Directa		19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$
Indirectos de Planta		1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$
Costos Indirectos		13,823.67 \$	13,823.67 \$	11,341.92 \$	13,323.67 \$	13,823.67 \$	5,247.20 \$	12,965.95 \$	12,465.95 \$	10,484.20 \$	12,965.95 \$
Depreciación		12,965.95 \$	12,965.95 \$	10,484.20 \$	12,465.95 \$	12,965.95 \$	5,247.20 \$	12,965.95 \$	12,465.95 \$	10,484.20 \$	12,965.95 \$
Amortización		857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$	857.72 \$					

---

	12,570.48	12,570.48	12,570.48	12,570.48	12,570.48	12,570.48	12,570.48	12,570.48	12,570.48	12,570.48
Gastos Administrativos Indirectos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos por Intereses Financieros	1,294.97 \$	1,035.34 \$	768.92 \$	495.53 \$	214.98 \$					

---



### **23.13. FLUJO DE FONDOS DE CAJA**

El flujo de caja está elaborado para permitir el medir la situación de inversión y rentabilidad durante un tiempo estimado de al menos diez años de vida para el proyecto.

Así es como, que los ingresos que lograría el proyecto durante sus diez primeros años, al ser disminuidos por efectos de egresos para cumplir con obligaciones de financiamiento de la inversión, depreciaciones, amortizaciones, participación a empleados, impuestos y dividendos de accionistas, se produce el flujo de dinero en efectivo que genera el proyecto para sostener sus necesidades mientras dure su operación luego de cubrir sus egresos.

### **23.14. BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**

El balance general presenta en un informe contable la situación y posición operativa y financiera de la organización, en base de sus cuentas de activos, pasivos y patrimonio.





## **23.15. EVALUACION ECONOMICA**

### **23.15.1. Factibilidad VAN y Rendimiento TIR**

El proyecto presenta resultado de factibilidad porque su Valor Actual Neto, en promedio, con relación a una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, logrando con ello cubrir costos, alcanzando a recuperar el monto de inversión y generando beneficio adicional.

El proyecto presenta resultado de rendimiento porque su Tasa Interna de Rendimiento, en promedio es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento. Esto, luego de cubrir el monto de inversión y la rentabilidad de financiamiento en los primeros años y de cubrir por año expectativas de rentabilidad de los accionistas.

La TMAR se determina porque el proyecto incurre en un costo de capital mixto, que se logra cubrir, derivado del hecho de obtención de fondos necesarios, de accionistas y financiado, para constituir la empresa y mantener su operación.

### **23.15.2. Punto de Equilibrio**

El proyecto, mientras dure su operación debe lograr un promedio ventas para evitar incurrir en pérdidas, conllevando a la vez a no obtener utilidades.

### **23.15.3. Rentabilidad**

#### **Sobre la Inversión**

El proyecto logra en promedio una utilidad por cada dólar de sus activos, es decir, los activos generan una cantidad de dinero por cada dólar invertido en ellos.

#### **Sobre las Ventas Netas**

El proyecto genera en promedio un margen de utilidad por cada dólar de venta, esfuerzo hecho durante la operación para producir una retribución al accionista.

#### **Económica de los Activos ROA**

El proyecto genera en promedio un margen de utilidad operativa o económica por cada dólar de sus activos invertido al inicio del período, antes de disminuir gastos por intereses financieros, participación a empleados e impuesto a la renta.

En la determinación del ROA se obtiene las veces que se vende en el año los activos y el margen de utilidad operativa por cada dólar de ventas.

#### **Financiera para el Accionista ROE**

El proyecto genera en promedio una utilidad neta respecto del patrimonio o sobre la inversión de los accionistas al inicio del período, produciendo con ello un efecto económico, financiero y

fiscal.

En el efecto económico se obtiene las veces que se vende en el año los activos y el margen de utilidad operativa por cada dólar de ventas.

En el efecto financiero se obtiene el apalancamiento del endeudamiento, del número de veces del activo respecto del patrimonio, y el costo de la deuda de lo que varía el BAT ante una variación unitaria del EBIT o BAIT.

El efecto fiscal muestra la incidencia sobre la rentabilidad financiera del impuesto de sociedades que grava la renta de la empresa.

#### **23.15.4. Apalancamiento del Endeudamiento**

##### **Por Terceros**

El proyecto indica sobre la participación de acreedores o nivel de endeudamiento en el corto o largo plazo en los activos, es decir, cuanto de los activos es financiado por acreedores.

##### **Por Accionistas**

El proyecto indica sobre la participación de los accionistas o nivel de inversión en el corto o largo plazos en los activos, es decir cuanto de los activos es financiado por accionistas y el precio en libros en caso de liquidarse.

#### **23.15.5. Perfil de la Inversión**

##### **Liquidez General**

El proyecto indica la capacidad que tiene el activo de convertirse en efectivo, es decir, por cada dólar de activo cuando se convierte en efectivo.

##### **Nivel de Inmovilizado**

El proyecto indica la estructura de solidez económica de la empresa, medido en el grado de capitalización.

#### **23.15.6. Perfil del Financiamiento**

##### **Endeudamiento General**

El proyecto indica el impacto que tiene el pasivo total con relación al patrimonio, es decir, por cada dólar que aportan los accionistas cuanto hay de aportado por los acreedores.

##### **Exigibilidad**

El proyecto indica grado de exigibilidad el las obligaciones o deudas, que de acuerdo a su plazo de que se disponen para liquidar.

##### **Solvencia**

El proyecto indica si la empresa tiene más de lo que debe, es decir con cuanto del patrimonio está respaldando cada dólar del pasivo.

### **23.15.7. Relación Entre Inversión y Financiamiento**

#### **Capital de Trabajo**

El proyecto indica lo que le queda de dinero a la empresa después de pagar deudas inmediatas, es decir la capacidad económica para responder obligaciones económicas con terceros.

#### **Liquidez Corriente**

El proyecto indica cuantas veces el activo corriente es más grande que el pasivo corriente, para respaldar con el activo corriente cada dólar del pasivo corriente.







## **24. ESTUDIO AMBIENTAL**

El espacio geográfico en donde está localizado el Recinto Las Peñas con sus recursos naturales y culturales propios y los de influencia estratégica hacia zonas vecinas, hacen para el presente proyecto que deba enfrentar problemáticas ambientales y sociales, que son causas que inciden sobre su ecosistema y por lo mismo en la difusión y promoción de actividades y servicios turísticos en el recinto.

Para ello, la información correcta y oportuna sobre la biodiversidad y las manifestaciones culturales en la zona de turismo, permitirá a los proveedores y consumidores de turismo mantenerse informados, conocer y aceptar recomendaciones, tomar precauciones necesarias en el desarrollo de las actividades de turismo y aportar con la seguridad ambiental.

Por lo mismo, se ha realizado la evaluación de impacto ambiental mediante valoraciones cuantitativas de factores y variables que influyen sobre la adaptabilidad del proyecto dentro de la seguridad ambiental del Recinto Las Peñas.

### **5.1. MARCO INSTITUCIONAL**

El proyecto se refuerza en la Constitución de la República del Ecuador, Regulaciones de Turismo en Áreas Protegidas, Ley Especial de Turismo, Ley de Régimen Municipal, Regulaciones de Sanidad, todas ellas como leyes y regulaciones de desarrollo y seguridad turística y ambiental.

Así mismo, mantiene relación con organismos de control, desarrollo y seguridad turística y ambiental del Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Bienestar Social, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, Fondo Ambiental Nacional, Instituto Ecuatoriano de Normalización, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Corporación Financiera Nacional y Municipalidad del Cantón Eloy Alfaro.

### **5.2. AREA DE INFLUENCIA**

#### **5.2.1. Social y Económico**

El proyecto estaría ubicado en el Recinto Las Peñas de la Parroquia La Tolita en el Cantón Eloy Alfaro al nor-occidente de la Provincia de Esmeraldas. Está constituido como un nuevo factor de influencia en el mercado turístico y en la población negra (80%) y blanco-mestiza (20%) del recinto. Población que es originaria de la comunidad negra de pescadores de El Rompido y de poblados vecinos que mantienen en la playa sus establecimientos de alimentos y bebidas, y la blanco-mestiza de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Imbabura y Pichincha quienes se han establecido como proveedores de bienes, productos y servicios.

Las principales actividades en el recinto son la ganadería y la madera, que mediante la carpintería ha influido en el incremento del desarrollo turístico ya que se han construido en el inicio de la franja de playa bohíos como establecimientos que brindan el servicio de alimentos y bebidas.

### **5.2.2. Agua y Alcantarillado**

La operación general de los establecimientos de alojamiento en el Recinto Las Peñas es con agua de pozo (+/- 4 metros de profundidad), realidad a la que se adhiere el proyecto para extraer agua con una bomba a presión para el uso en duchas, lavabos y sanitarios.

Respecto al uso de agua potable, hasta antes de tercer trimestre del año 2007 se ha utilizado agua de distribuido en tanquero a un costo de 50 USD. Desde finales del año 2007 ya existe agua potable de tubería, lo que mejora las condiciones social y económica de la población y de los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas en el recinto. Sin embargo, especialmente en temporadas altas de turismo, para el uso y mantenimiento de piscinas en los establecimientos de alojamientos seguirá siendo útil el agua de tanquero.

Así mismo, la falta del servicio de alcantarillado, constituye el factor que ha influido para que los establecimientos de alojamiento deban instalar sistemas sépticos de filtración de aguas servidas, aunque algunos tengan incorrectamente instalados. Más, esta aplicación aún falta ser utilizada en ciertos sectores de la población debido al factor económico, ya que su correcta instalación constituye un importe económico alrededor de 700 USD.

### **5.2.3. Manejo del Suelo**

El área de 2000 metros cuadrados de suelo donde se ubicaría el proyecto, está constituido de maleza y plantas arbustivas. El cual, luego de limpiar e instalar la infraestructura de alojamiento del proyecto, en áreas disponibles se adecuaría con flora nativa para mantener armonía natural con el lugar.

### **5.2.4. Manejo de Atractivos y Recursos Naturales**

El proyecto tiene observado a futuro el incorporar para el disfrute de sus huéspedes y turistas del Recinto Las Peñas, actividades de recreación turística hacia los atractivos y recursos naturales en el recinto y zonas vecinas de influencia como es en la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje.

Para lo cual, será de importancia implementar planes de seguridad integral ambiental y de turismo, para evitar la alteración ecológica de los atractivos y recursos naturales y salvaguardar el bienestar y seguridad de sus visitantes.

### **5.2.5. Manejo de Atractivos y Recursos Culturales**

Así mismo, similarmente al ítem anterior, a futuro pretende el proyecto incorporar la visita a comunidades cercanas de El Rompido, La Tolita, Canchimalero y otras, que según épocas del año se puede promocionar y difundir conocimientos y costumbres tradicionales que se han guardado de una generación a otra y en centros que presentan la historia y arqueología de la región, como es el caso de La Tolita.

### **5.2.6. Factores Adicionales**

El primer factor de alteración ambiental, que es temporal y puede afectar la salud de los turistas, que es debido a la falta de infraestructura vial, es por el polvo que se presenta en el aire con mayor frecuencia en las épocas de turismo; lo que se espera en la comunidad de Las Peñas se corrija, porque ya desde el segundo semestre del año 2007 se está intentando solucionar para proveer asfalto y adoquinado. Más, por la ubicación del proyecto, esto no es un factor de mayor afectación.

El ruido, que también se presenta en las temporadas de turismo, es ocasional y controlado.

La falta de cultura de recolección de desechos incide en la comunidad en su colaboración y conocimiento de manejo, ya que se mantiene la tendencia de arrojar desechos en ríos produciendo su contaminación la pérdida de calidad. Aspecto en el cual, el proyecto tiene planificado promocionar con el ejemplo mediante la comunicación diaria que se tenga con la comunidad, sobre políticas para que el personal y huéspedes del mismo mantengan una cultura de separación de desechos sólidos y orgánicos en los correspondientes recipientes, para que luego puedan ser tratados correctamente.

## **5.3. RECONOCIMIENTO DEL IMPACTO**

El proyecto de cabañas ecológicas, dirigido al desarrollo del turismo en El Recinto Las Peñas no está dentro del Área Protegida Cayapas-Mataje, pero por su ubicación estratégica a futuro se pretende incorporar planes de actividades hacia atractivos naturales y culturales con las correspondientes medidas de seguridad integral ambiental, humana y de turismo.

Sin embargo, desde el inicio de operación del proyecto, ya contará dentro de su promoción y difusión de servicio las medidas a mantener de parte del personal de la organización y los turistas, huéspedes o no de la misma, para evitar alterar la originalidad de los recursos naturales y culturales.

El impacto ambiental identifica la afectación sobre la dinámica de los sistemas ecológico y ecoturístico, los cuales involucran componentes variables de flora, fauna, suelo y la fisiografía de agua, clima, temperatura, humedad, lluvia, audio natural, ruido y video natural del paisaje. A

los cuales se incorpora el componente humano con sus factores de variación económica de empleo, ingreso, propiedad y comunicaciones, las circunstancias sociales según educación, salud, nutrición y vivienda, y los aspectos culturales de religión, ética, moral y jurídica.

El proyecto realiza el control del impacto ambiental mediante la utilización de instrumentos de evaluación que identifican variables ambientales clasificables y cuantificables que ayudan a analizar la influencia del proyecto sobre el entorno ecológico en un rango de bajo impacto (1), mediano impacto (2) y alto impacto (3). con lo cual, se puede medir impactos ambientales que son reversibles o no.

### 5.3.1. Influencia en la Planificación, Instalación y Operación

El proyecto que estaría instalado alejado de zonas protegidas, está planificado para que desde el inicio de su operación se mantenga la seguridad integral en el uso de los atractivos y recursos naturales y culturales, evitando su alteración.

La construcción de las instalaciones del proyecto producirá momentáneamente la movilización de material requerido, estructura construidas en madera de guayacán para mantener armonía con la región. Sin embargo, debido a la tala ilegal de madera en el norte de la Provincia de Esmeraldas puede hacer ver impositivo el uso de madera.

La operación del proyecto tiene planificado mantener una cultura de clasificar los desechos sólidos y orgánicos, sin embargo, esto estar afectado por la posible falta de regularidad de los recolectores de desechos.

### 5.3.2. Valoración del Impacto Ambiental

La Instalación de la infraestructura del proyecto lleva a identificar variables generales de impacto ambiental propias del proyecto durante sus actividades de impacto de construcción y operación, en rangos de impacto ambiental bajo (1), mediano (2) y alto (3), según la Tabla 4.23 y la Tabla 4.24

Tabla 4.41. Actividades de Impacto

CATEGORIZACION DE ACTIVIDADES DE IMPACTO	VARIABLES
A Alteración de terreno por su movimiento, nivelación y transporte de materiales de construcción	1
B Alteración de afluentes de agua por desechos y canales de drenaje naturales modificados	2
C Alteración del medio por actividades de construcción	3, 4, 5, 6, 7
D Alteración sonora y visual por presencia de maquinaria y equipo de construcción	8, 9
E Alteración de hábitat de flora natural	10, 11
F Alteración de hábitat de fauna natural	12, 13, 14, 15, 16 , 17
G Mejora de situación económica	18, 19
H Mejora de status	20, 21
I Mejora de régimen social	22, 23, 24, 25
J Influencia, control, regulación y riesgos laboral y política referente a servicios y actividades de turismo	26, 27, 28

Tabla 4.42. Valoración del Impacto Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL	bajo (1) - medio (2) alto (3)				bajo (1) - medio (2) alto (3)		
	POSITIVO	NEGATIVO	NEUTRO		POSITIVO	NEGATIVO	NEUTRO
	29%	42%	29%				
	13	19	13				
ECOLOGIA DEL MEDIO	0%	91%	9%	ECOLOGIA HUMANA	81%	0%	19%
	0	10	1		13	0	3
1 Suelo y Fisiograma		2		18 Esfera Económica			
2 Agua		1		19 Empleo	2		
3 Tiempo		1		20 Ingreso	2		
4 Temperatura		1		21 Vivienda y Propiedad	1		
5 Humedad		1		21 Comunicaciones	2		
6 Luvia		1		Esfera Social			
7 Viento		1		22 Educación	1		
8 Audio Natural			1	23 Salud	1		
9 Video Natural		2		24 Nutrición	1		
ECOLOGIA VEGETAL	0%	50%	50%	25 Familia	3		
	0	2	2	Esfera de Comportamiento			
10 Vegetación Terrestre		2		26 Religioso			1
11 Vegetación Acuática			2	27 Ético			1
ECOLOGIA ANIMAL	0%	50%	50%	28 Jurídico			1
	0	7	7				
12 Mamíferos			3				
13 Insectos		3					
14 Anfibios		3					
15 Peces			2				
16 Invertebrados Acuáticos			2				
17 Aves		1					

La categorización y las variables de impacto ambiental, mediante su valoración de influencia, producen la conclusión general que el proyecto es favorable, debido al resultado positivo y neutral, principalmente por su aporte social, cultural y económico, primero a la comunidad del Recinto Las Peñas y luego a los turistas que llegan al recinto con la finalidad de obtener servicios y realizar actividades de turismo.

Sin embargo, es de notar que debido a que la mayoría de proyectos turísticos cuya base de operación es el servicio de alojamiento, producen impacto negativo al ambiente, específicamente en la ecología por las alteraciones al medio natural, la flora y la fauna. Sistema ecológico, que es afectado principalmente por la influencia directa o indirecta del componente humano.

Pero, respecto al impacto negativo es de observar para las variables ética y jurídico, que son la base de fundamento-acción en la seguridad integral ambiental, están valorizadas como neutro porque el proyecto requeriría de tiempo para que el proyecto influya en ciertos establecimientos de alojamiento en el Recinto Las Peñas actúen en base de normas técnicas y también para que la Asociación de Establecimientos de Alojamiento en el Recinto sea un organismo de derecho jurídico y no solo de forma. Esto, no con el propósito de ahuyentar a la actual o nueva competencia, sino para generar competitividad para cada establecimiento según propios recursos y aportando con la comunidad en su desarrollo socio-económico. Lo cual, ayudaría a reducir y controlar el impacto ambiental negativo antes mencionado, y especialmente si se lograra modificar la cultura nacional hacia lo que representa el eco-turismo en zonas y regiones con afluencia no intensa de turismo.

**5.3.3. Evaluación del Impacto Ambiental**

La evaluación del impacto ambiental esta dirigida a medir si las variables anteriormente categorizadas, permiten o no que sea reversible su impacto de manera natural (a), estacionalmente (b), mediante control (c) o es incontrolable (d), o es mitigable (e), y a esto observando su impacto bajo (1), medio (2) y alto (3).

La evaluación de las variables de impacto ambiental reversible o no, de manera general en función de la categoría a la que pertenecen, permite verificar el análisis de valoración dado a las variables. Esto, según se indica en la Tabla 4.25.

Tabla 4.43. Evaluación del Impacto Ambiental

ACTIVIDADES		REVERSIBLE					IRREVERSIBLE				
DE IMPACTO	VARIABLES	Positivo			Negativo		Positivo		Negativo		
		a	b	c	d	e	a	b	c	d	e
		0%	26%	30%	0%	0%	0%	0%	43%	0%	0%
EVALUACION		0	6	7	0	0	0	0	10	0	0
A	1								3		
B	2								2		
C	3, 4, 5, 6, 7			2							
D	8, 9			3							
E	10, 11								3		
F	12, 13, 14, 15, 16, 17									2	
G	18, 19			2							
H	20, 21			2							
I	22, 23, 24, 25			2							
J	26, 27, 28				2						

Es decir, se verifica el resultado favorable por el aporte social, cultural y económico. Sin embargo, el impacto negativo a la ecología del medio, la flora y la fauna, siendo irreversible es controlable para que el impacto no sea mayor, para lo cual es muy importante que los proveedores de servicios y actividades de turismo en el Recinto Las Peñas estén enmarcados dentro de fundamentos de ética y acciones de moral y jurídicas eficaces.

**5.4. MEDIDAS DE CONTROL DEL IMPACTO**

**5.4.1. Uso del Suelo y de Material de Construcción**

La construcción en madera de las instalaciones del proyecto se hará empleando criterio técnico, porque el área de terreno del proyecto tiene un nivel medio de fragilidad.

La madera para construir las estructuras de cabañas y cocina-restaurante se obtendrá en el Cantón Borbón; su mantenimiento será periódico para darle durabilidad. Los demás materiales de construcción y ornamento natural también serán propios de la zona.

#### **5.4.2. Uso y Tratamiento del Agua**

El Recinto Las Peñas, desde el cuarto trimestre del año 2007, cuenta con instalaciones de agua potable, por lo que disminuye la necesidad de adquirir agua de tanquero, pero seguirá siendo importante concienciar en el personal de la organización y en los huéspedes el ahorro de agua.

Sin embargo, se seguirá utilizando el agua natural de pozo, que según moradores en la parte norte del recinto es de mejor calidad. Agua que será destinada para usarse en duchas y lavabos.

El proyecto mantendrá la política de alojamiento que a los huéspedes se entregue a su ingreso jabón y shampoo biodegradables, e indicando a la vez que no se usen productos de aseo compuestos de sustancias químicas, con el propósito de aportar con la ecología de un estero cercano al recinto.

Las aguas servidas o residuales serán tratadas con la utilización de un sistema séptico, para descomponer desechos que provengan de las cabañas, que mediante el uso de bacterias se descomponen en líquidos que luego son devueltos al subsuelo.

#### **5.4.3. Tratamiento de Desechos**

Manteniendo en el personal y huéspedes una cultura de separación de desechos orgánicos y sólidos, que se recolectarán cuidadosamente para su desintegración bajo el suelo o para ser llevados al relleno sanitario más cercano en Río Verde.

#### **5.4.4. Control Sonoro y Visual**

Las instalaciones del proyecto estarán construidas en madera, por lo que no habrá la presencia de concreteras o de vehículos o maquinaria relacionada.

Además, los alrededores de las estructuras de madera mantendrán ornamento para que las instalaciones guarden armonía natural con la zona.

#### **5.4.5. Gestión del Factor Humano Local**

La comunidad del Recinto Las Peñas, preferentemente, se beneficiaría de la oferta de empleo que genere el proyecto, con lo cual se estaría impulsando la mejora de su situación económica y de vida, de educación y de salud, y en general de una cultura de costumbres y tradiciones a mantener, difusión y promoción de ecoturismo y su seguridad integral del recinto y de zonas de

influencia.

Un aporte importante de contacto y empleo constituye la Hostería Bambuco, que a su vez en sus instalaciones la Fundación Fe y Alegría ofrece a la comunidad de Las Peñas la formación y especialización en materia de hotelería y gastronomía.

#### **5.4.6. Gestión del Factor Humano Turístico**

El proyecto, desde sus instalaciones en el Recinto Las Peñas, pondrá a disposición de los turistas huéspedes o no y también de los propietarios y personal de otros establecimientos de servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas, como política de competitividad zonal, medidas de seguridad integral ambiental que se deban considerarse para mantener el control de impacto ambiental durante la utilización de servicios turísticos y la realización de actividades guiadas o no hacia atractivos naturales y culturales del recinto o de zonas de influencia como es la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje.

Para esto, es importante notar que sería de importancia el realizar un estudio de la capacidad de carga de turistas que deberían soportar los atractivos del Recinto Las Peñas, pero para ello es necesario tomar en cuenta diversos factores sociales, económicos y ecológico-ambientales, para lo cual se requiere presenciar la actividad del turismo en varias temporadas que año tras año según y para la cantidad de visitantes presentan diversidad de causas, circunstancias, condiciones, efectos e impactos. Por lo mismo, se trataría de influir de esta necesidad hacia la comunidad en general del recinto.

De manera general, el calcular la capacidad de carga turística lleva a considerar variables de capacidades ecológica y material y psicológica. La primera variable, o carga física (CCF) y real (CCR), estudia los márgenes de sensibilidad de los componentes del ecosistema que rodea a cada atractivo o se extiende a lo largo de un sendero. La segunda y tercera, o carga efectiva (CCE), en cambio, analiza las condiciones del terreno de los atractivos en cuanto a facilidad y dificultad para circular y permanecer en el, con la finalidad de establecer políticas de seguridad integral para quienes lo recorran.

Por lo tanto, el determinar la capacidad de carga eco-turística sería una estrategia potencial para decisiones de control impactos de la recreación de visitantes en áreas naturales y culturales protegidas o no.

**24.1. ESTADO DE RESULTADOS DE PERDIDAS Y GANACIAS**

Tabla 4.44. Estado de Resultados de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE RESULTADOS	PROMEDIO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	214,332.63 \$	200,644.60 \$	203,594.89 \$	205,261.36 \$	209,628.67 \$	212,713.51 \$	215,844.58 \$	219,022.59 \$	222,248.26 \$	225,522.32 \$	228,845.52 \$	
(- ) Costos Directos		32,277.92 \$	32,723.72 \$	32,975.53 \$	33,635.44 \$	34,101.56 \$	34,574.68 \$	35,054.88 \$	35,542.29 \$	36,037.01 \$	36,539.15 \$	
Materiales Directos	32,386.22 \$	30,317.92 \$	30,763.72 \$	31,015.53 \$	31,675.44 \$	32,141.56 \$	32,614.68 \$	33,094.88 \$	33,582.29 \$	34,077.01 \$	34,579.15 \$	
Indirectos de Planta	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	1,960.00 \$	
( = ) Margen Bruto - Ventas Netas	179,986.41 \$	168,366.68 \$	170,871.18 \$	172,285.84 \$	175,993.23 \$	178,611.94 \$	181,269.90 \$	183,967.70 \$	186,705.97 \$	189,485.31 \$	192,306.37 \$	
(- ) Gastos Operativos	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	19,815.74 \$	
Gastos de Ventas ( Publicidad )	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	1,000.00 \$	
Gastos Administrativos	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	12,570.48 \$	
Margen de Explotación - BAITDA - EBITDA	146,600.19 \$	134,980.46 \$	137,484.96 \$	138,899.62 \$	142,607.01 \$	145,225.72 \$	147,883.68 \$	150,581.48 \$	153,319.75 \$	156,099.09 \$	158,920.15 \$	
(- ) Depreciación de Activos Fijos	11,597.73 \$	12,965.95 \$	12,965.95 \$	10,484.20 \$	12,465.95 \$	12,965.95 \$	5,247.20 \$	12,965.95 \$	12,465.95 \$	10,484.20 \$	12,965.95 \$	
Amortización de Activos Diferidos		-857.72 \$	-857.72 \$	-857.72 \$	-857.72 \$	-857.72 \$	-857.72 \$					
( = ) Utilidad Operativa - BAIT - EBIT	134,573.61 \$	121,156.79 \$	123,661.29 \$	127,557.70 \$	129,283.34 \$	131,402.06 \$	142,636.48 \$	137,615.53 \$	140,853.80 \$	145,614.89 \$	145,954.20 \$	
(- ) Gastos por Intereses Financieros		1,294.97 \$	1,035.34 \$	-768.92 \$	-495.53 \$	-214.98 \$						
Utilidad Operativa Neta	134,192.63 \$	119,861.82 \$	122,625.95 \$	126,788.78 \$	128,787.82 \$	131,187.07 \$	142,636.48 \$	137,615.53 \$	140,853.80 \$	145,614.89 \$	145,954.20 \$	
(- ) Participación a Empleados	15%	17,979.27 \$	18,393.89 \$	19,018.32 \$	19,318.17 \$	19,678.06 \$	21,395.47 \$	20,642.33 \$	21,128.07 \$	21,842.23 \$	21,893.13 \$	
( = ) Utilidad Antes de Impuestos - BAT	114,063.74 \$	101,882.55 \$	104,232.06 \$	107,770.46 \$	109,469.64 \$	111,509.01 \$	121,241.01 \$	116,973.20 \$	119,725.73 \$	123,772.66 \$	124,061.07 \$	
(- ) Impuesto a al Renta	25%	25,470.64 \$	26,058.01 \$	26,942.62 \$	27,367.41 \$	27,877.25 \$	30,310.25 \$	29,243.30 \$	29,931.43 \$	30,943.16 \$	31,015.27 \$	
( = ) UTILIDAD NETA - BDT - Botton Line	85,547.80 \$	76,411.91 \$	78,174.04 \$	80,827.85 \$	82,102.23 \$	83,631.76 \$	90,930.76 \$	87,729.90 \$	89,794.30 \$	92,829.49 \$	93,045.80 \$	



Tabla 4.45. Flujo de Fondos de Caja

FLUJO DE CAJA	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A ACTIVIDADES DE OPERACION		91,530.5	93,033.0	92,938.6	95,921.4	97,670.4	96,177.9	100,695.	102,260.	103,313.	106,011.
		5 \$	5 \$	9 \$	3 \$	1 \$	6 \$	85 \$	25 \$	69 \$	75 \$
Ventas		200,644.	203,594.	205,261.	209,628.	212,713.	215,844.	219,022.	222,248.	225,522.	228,845.
		60 \$	89 \$	36 \$	67 \$	51 \$	58 \$	59 \$	26 \$	32 \$	52 \$
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Costos Directos		109,114.	110,561.	112,322.	113,707.	115,043.	119,666.	118,326.	119,988.	122,208.	122,833.
		05 \$	84 \$	68 \$	24 \$	10 \$	62 \$	73 \$	01 \$	63 \$	77 \$
Gastos Operativos		32,277.9	32,723.7	32,975.5	33,635.4	34,101.5	34,574.6	35,054.8	35,542.2	36,037.0	36,539.1
		2 \$	2 \$	3 \$	4 \$	6 \$	8 \$	8 \$	9 \$	1 \$	5 \$
Gastos Administrativos		19,815.7	19,815.7	19,815.7	19,815.7	19,815.7	19,815.7	19,815.7	19,815.7	19,815.7	19,815.7
		4 \$	4 \$	4 \$	4 \$	4 \$	4 \$	4 \$	4 \$	4 \$	4 \$
Gastos de Ventas ( Publicidad )		12,570.4	12,570.4	12,570.4	12,570.4	12,570.4	12,570.4	12,570.4	12,570.4	12,570.4	12,570.4
		8 \$	8 \$	8 \$	8 \$	8 \$	8 \$	8 \$	8 \$	8 \$	8 \$
Participación a Empleados		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Impuesto a al Renta 15%		17,979.2	18,393.8	19,018.3	19,318.1	19,678.0	21,395.4	20,642.3	21,128.0	21,842.2	21,893.1
		7 \$	9 \$	2 \$	7 \$	6 \$	7 \$	3 \$	7 \$	3 \$	3 \$
25%		25,470.6	26,058.0	26,942.6	27,367.4	27,877.2	30,310.2	29,243.3	29,931.4	30,943.1	31,015.2
		4 \$	1 \$	2 \$	1 \$	5 \$	5 \$	0 \$	3 \$	6 \$	7 \$
B ACTIVIDADES DE INVERSION											
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Edificios		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(		124,809		4,963.50	1,500.00		31,148.5		1,500.00	4,963.50	
) Maquinaria y Equipo		.09 \$	0.00 \$	0.00 \$	\$	\$	0.00 \$	0 \$	\$	\$	0.00 \$
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Equipos de Computación	20	80,800.									
		00 \$									
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Muebles y Enseres	10	7,072.0									
		0 \$									
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Blancos y Uniformes	3	1,500.0			1,500.00				1,500.00		
		0 \$			\$				\$		
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Menaje y Cristalería	5	6,185.0					6,185.00				
		0 \$					\$				
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Utencilos de Cocina y Bar Karaoke	2	3,682.0		3,682.00			3,682.00			3,682.00	
		0 \$		\$			\$			\$	
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Vehículos	2	1,082.0		1,082.00			1,082.00			1,082.00	
		0 \$		\$			\$			\$	
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Activos Diferidos	2	-199.50		-199.50			-199.50			-199.50	
		\$		\$			\$			\$	
(		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
) Activos Diferidos	5	20,000.					20,000.0				
		00 \$					0 \$				
C ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO											
Con Reparto de Utilidades											
Sin Reparto de Utilidades											
Capital Socios		142,270	18,857.2	19,033.4	19,298.8	19,426.2	19,579.2	36,372.3	35,091.9	35,917.7	37,131.8
		.61 \$	6 \$	7 \$	5 \$	9 \$	4 \$	0 \$	6 \$	2 \$	0 \$
Préstamo		142,270	11,216.0	11,216.0	11,216.0	11,216.0	11,216.0				
( Pago Cuotas		.61 \$	7 \$	7 \$	7 \$	7 \$	7 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$	0.00 \$
- Amortización de		90,000.									
) Préstamo		00 \$									

Capital	52,270. 61 \$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Interés		11,216.0 7 \$	11,216.0 7 \$	11,216.0 7 \$	11,216.0 7 \$	11,216.0 7 \$					
		9,921.10 \$	10,180.7 3 \$	10,447.1 5 \$	10,720.5 4 \$	11,001.0 9 \$					
( - Reparto de Utilidades de Accionistas )		1,294.97 \$	1,035.34 \$	-768.92 \$	-495.53 \$	-214.98 \$					
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
por cada año desde 6 año	25.0 0%	7,641.19 \$	7,817.40 \$	8,082.78 \$	8,210.22 \$	8,363.18 \$	36,372.3 0 \$	35,091.9 6 \$	35,917.7 2 \$	37,131.8 0 \$	37,218.3 2 \$
		3.81%	3.84%	3.94%	3.92%	3.93%	16.85%	16.02%	16.16%	16.46%	16.26%
FLUJO NETO DE CAJA (A + B + C)	10.0 0%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
Con Reparto de Utilidades	15.0 0%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	30.00%	30.00%	30.00%	30.00%	30.00%
Sin Reparto de Utilidades		17,461. 52 \$	72,673.2 9 \$	73,999.5 8 \$	68,676.3 3 \$	74,995.1 4 \$	78,091.1 7 \$	28,657.1 5 \$	65,603.8 9 \$	64,842.5 3 \$	61,218.4 0 \$
EFFECTIVO AL INICIO DE PERIODO		17,461. 52 \$	80,314.4 8 \$	81,816.9 8 \$	76,759.1 2 \$	83,205.3 6 \$	86,454.3 4 \$	65,029.4 6 \$	100,695. 85 \$	100,760. 25 \$	98,350.1 9 \$
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES FINAL		17,461.5 2 \$	90,134.8 0 \$	164,134. 38 \$	232,810. 71 \$	307,805. 85 \$	385,897. 02 \$	414,554. 17 \$	480,158. 06 \$	545,000. 59 \$	606,218. 99 \$

Tabla 4.46. Balance General

CUENTAS	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>ACTIVOS</b>	222,270.61 \$	281,120.22 \$	341,296.13 \$	403,594.05 \$	459,320.27 \$	521,587.77 \$	583,591.47 \$	589,916.91 \$	645,793.49 \$	712,381.69 \$	745,873.42 \$	
Activo Corriente	17,461.52 \$	90,134.80 \$	164,134.38 \$	232,810.71 \$	307,805.85 \$	385,897.02 \$	414,554.17 \$	480,158.06 \$	545,000.59 \$	606,218.99 \$	675,012.42 \$	
Caja	17,461.52 \$	90,134.80 \$	164,134.38 \$	232,810.71 \$	307,805.85 \$	385,897.02 \$	414,554.17 \$	480,158.06 \$	545,000.59 \$	606,218.99 \$	675,012.42 \$	
Activo Fijo	200,520.50 \$	187,554.55 \$	174,588.60 \$	169,067.90 \$	150,656.70 \$	135,690.75 \$	169,037.30 \$	109,758.85 \$	100,792.90 \$	106,162.70 \$	70,861.00 \$	
Activo Fijo Tangible No Depreciable	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	
Terreno	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	
Activo Fijo Tangible Depreciable	120,520.50 \$	107,554.55 \$	94,588.60 \$	89,067.90 \$	70,656.70 \$	55,690.75 \$	89,037.30 \$	29,758.85 \$	20,792.90 \$	26,162.70 \$	-9,139.00 \$	
(-) Depreciación		12,965.95 \$	25,931.90 \$	31,452.60 \$	49,863.80 \$	64,829.75 \$	31,483.20 \$	90,761.65 \$	99,727.60 \$	94,357.80 \$	129,659.50 \$	
Edificios	20	80,800.00 \$	-4,040.00 \$	-8,080.00 \$	12,120.00 \$	16,160.00 \$	20,200.00 \$	24,240.00 \$	28,280.00 \$	32,320.00 \$	36,360.00 \$	40,400.00 \$
Maquinaria y Equipos	10	7,072.00 \$	-707.20 \$	-1,414.40 \$	-2,121.60 \$	-2,828.80 \$	-3,536.00 \$	-4,243.20 \$	-4,950.40 \$	-5,657.60 \$	-6,364.80 \$	-7,072.00 \$
Equipos de Computación	3	1,500.00 \$	-500.00 \$	-1,000.00 \$	-1,500.00 \$	-2,500.00 \$	-3,000.00 \$	-3,500.00 \$	-4,500.00 \$	-5,000.00 \$	-5,000.00 \$	
Muebles y Enseres	5	6,185.00 \$	-1,237.00 \$	-2,474.00 \$	-3,711.00 \$	-4,948.00 \$	-6,185.00 \$	-8,659.00 \$	-9,896.00 \$	11,133.00 \$	12,370.00 \$	
Blancos y Uniformes	2	3,682.00 \$	-1,841.00 \$	-3,682.00 \$	-7,364.00 \$	-9,205.00 \$	-12,887.00 \$	-14,728.00 \$	-18,410.00 \$	-18,410.00 \$	-18,410.00 \$	
Menaje y Cristalería	2	1,082.00 \$	-541.00 \$	-1,082.00 \$	-2,164.00 \$	-2,705.00 \$	-3,787.00 \$	-4,328.00 \$	-5,410.00 \$	-5,410.00 \$	-5,410.00 \$	
Utensillos de Cocina y Bar-Karaoke	2	199.50 \$	-99.75 \$	-199.50 \$	-399.00 \$	-498.75 \$	-698.25 \$	-798.00 \$	-997.50 \$	-997.50 \$	-997.50 \$	
Vehículos	5	20,000.00 \$	-4,000.00 \$	-8,000.00 \$	12,000.00 \$	16,000.00 \$	20,000.00 \$	28,000.00 \$	32,000.00 \$	36,000.00 \$	40,000.00 \$	
Activo Diferido	4,288.59 \$	3,430.87 \$	2,573.15 \$	1,715.44 \$	857.72 \$	0.00 \$						
(-) Amortización	5	-857.72 \$	-857.72 \$	-857.72 \$	-857.72 \$	-857.72 \$						
<b>PASIVOS</b>	52,270.61 \$	93,440.61 \$	84,438.09 \$	75,765.34 \$	65,896.89 \$	55,918.49 \$	88,078.03 \$	84,977.59 \$	86,977.22 \$	89,917.20 \$	90,126.72 \$	
Pasivo a Corto Plazo		51,091.10 \$	52,269.31 \$	54,043.72 \$	54,895.81 \$	55,918.49 \$	88,078.03 \$	84,977.59 \$	86,977.22 \$	89,917.20 \$	90,126.72 \$	
Participación a Empleados	15	17,979.27 \$	18,393.89 \$	19,018.32 \$	19,318.17 \$	19,678.06 \$	21,395.47 \$	20,642.33 \$	21,128.07 \$	21,842.23 \$	21,893.13 \$	
Impuesto a la Renta	25	25,470.66 \$	26,058.00 \$	26,942.66 \$	27,367.44 \$	27,877.22 \$	30,310.25 \$	29,243.33 \$	29,931.44 \$	30,943.11 \$	31,015.27 \$	
Utilidades de Accionistas	25	7,641.19 \$	7,817.40 \$	8,082.78 \$	8,210.22 \$	8,363.18 \$	36,372.33 \$	35,091.99 \$	35,917.71 \$	37,131.86 \$	37,218.32 \$	
Pasivo a Largo Plazo	52,270.61 \$	42,349.50 \$	32,168.77 \$	21,721.63 \$	11,001.08 \$	0.00 \$						
Préstamo	1 \$											
(-) Pagos Capital		-9,921.10 \$	10,180.77 \$	10,447.15 \$	10,720.58 \$	11,001.08 \$						
Préstamo			3 \$	5 \$	4 \$	9 \$						
<b>PATRIMONIO</b>	170,000.00 \$	187,679.62 \$	256,858.05 \$	327,828.71 \$	393,423.38 \$	465,669.28 \$	495,513.44 \$	504,939.32 \$	558,816.27 \$	622,464.49 \$	655,746.70 \$	
Capital Socios	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	90,000.00 \$	
Terreno	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	80,000.00 \$	
Utilidades Acumuladas			17,679.66 \$	86,858.00 \$	157,828.71 \$	223,423.38 \$	295,669.28 \$	325,513.44 \$	334,939.32 \$	388,816.27 \$	452,464.49 \$	

		25,320.8	76,995.8	79,053.4	73,804.8	80,609.0	66,216.4	44,517.8	89,794.6	100,780.	70,500.53	
Utilidad del Periodo		1 \$	3 \$	4 \$	9 \$	8 \$	7 \$	4 \$	7 \$	02 \$	\$	
(-)	25	-7,641.19	-7,817.40	-8,082.78	-8,210.22	-8,363.18	36,372.3	35,091.9	35,917.7	37,131.8	37,218.32	
) Utilidades de Accionistas	%	\$	\$	\$	\$	\$	0 \$	6 \$	2 \$	0 \$	\$	
PASIVOS + PATRIMONIO		222,270.	281,120.	341,296.	403,594.	459,320.	521,587.	583,591.	589,916.	645,793.	712,381.	745,873.4
		61 \$	22 \$	13 \$	05 \$	27 \$	77 \$	47 \$	91 \$	49 \$	69 \$	2 \$

Tabla 4.47. Evaluación Económica

INDICADORES ECONOMICOS		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Capacidad de Proyecto		5,511 44	5,339 40	5,377 40	5,415 40	5,453 40	5,491 41	5,530 41	5,568 41	5,608 42	5,647 42	5,687 42	
Ocupación de Proyecto		3,808 28 69.07%	3,573 26 66.91%	3,623 27 67.38%	3,674 27 67.85%	3,726 28 68.33%	3,778 28 68.81%	3,832 28 69.30%	3,886 29 69.78%	3,941 29 70.27%	3,996 30 70.77%	4,053 30 71.26%	
CK P	COSTO DE OPORTUNIDAD DE FINANCIAR	14.00%											
TM AR	TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	22.18%											
	O COSTO DE CAPITAL MIXTO	38.00%											
		Promedio Ponderado		Rendimiento Esperado		Inversión en el Proyecto							
				cada año	desde 6 años	Total	Capital						
		22.18%	38.00%			222,270 .61 \$	130,67 6.51 \$						
	Accionistas	19.12%	25.00%	10.00%	15.00%	76.48%	60.00%						
	Préstamo	3.06%	13.00%			23.52%	40.00%	a 5 años					
FN C	FLUJO NETO DE CAJA												
	Con Reparto de Utilidades	222,270. 61 \$	72,673. 29 \$	73,999. 58 \$	68,676. 33 \$	74,995. 14 \$	78,091. 17 \$	28,657. 15 \$	65,603. 89 \$	64,842. 53 \$	61,218. 40 \$	68,793. 43 \$	
	Sin Reparto de Utilidades	222,270. 61 \$	80,314. 48 \$	81,816. 98 \$	76,759. 12 \$	83,205. 36 \$	86,454. 34 \$	65,029. 46 \$	100,69 5.85 \$	100,76 0.25 \$	98,350. 19 \$	106,01 1.75 \$	
VA N	VALOR ACTUAL NETO	129,12 0.44 \$	CKP 14.00%			221,142 .61 \$	CKP 14.00%			135	75	60	
		43,968. 88 \$	TMAR 22.18%			104,593 .93 \$	TMAR 22.18%			Capacidad - año 2007 : 975 pax	100%	73,125	58,500
TIR	TASA INTERNA DE RENDIMIENTO	28.45%	>= CKP 14.00%			35.30%	>= CKP 14.00%			Ocupación 65.98%	48,248	38,599	
			>= TMAR 22.18%				>= TMAR 22.18%						
	PERIODO RECUPERACION INVERSION TOTAL	año - mes											
	Con Reparto de Utilidades	3 - 0.37	72,673. 29 \$	146,672 .87 \$	215,349 .20 \$	222,270 .61 \$	68,073. 73 \$	96,730. 88 \$	162,33 4.78 \$	227,17 7.30 \$	288,39 5.70 \$	357,18 9.13 \$	
	Accionista - 3	4,929.9 3 \$	1,698.0 4 \$	1,737.2 0 \$	1,796.1 7 \$	1,824.4 9 \$	1,858.4 8 \$	8,082.7 3 \$	7,798.2 1 \$	7,981.7 2 \$	8,251.5 1 \$	8,270.7 4 \$	
	Accionista - 4	3,697.4 5 \$	1,273.5 3 \$	1,302.9 0 \$	1,347.1 3 \$	1,368.3 7 \$	1,393.8 6 \$	6,062.0 5 \$	5,848.6 6 \$	5,986.2 9 \$	6,188.6 3 \$	6,203.0 5 \$	
PE	PUNTO DE EQUILIBRIO = Gastos Fijos / (1 - Gastos Variables / Ingresos )	32,641. 33 \$	32,726. 47 \$	32,706. 76 \$	32,703. 79 \$	32,667. 81 \$	32,648. 58 \$	32,629. 51 \$	32,610. 59 \$	32,591. 83 \$	32,573. 22 \$	32,554. 77 \$	
	COSTOS O GASTOS FIJOS	25,731. 09 \$	25,731. 09 \$	25,731. 09 \$	25,731. 09 \$	25,731. 09 \$	25,731. 09 \$	25,731. 09 \$					
	Mano de Obra Indirecta	5,915.3 5 \$	5,915.3 5 \$	5,915.3 5 \$	5,915.3 5 \$	5,915.3 5 \$	5,915.3 5 \$	5,915.3 5 \$					
	Mano de Obra Directa	19,815. 74 \$	19,815. 74 \$	19,815. 74 \$	19,815. 74 \$	19,815. 74 \$	19,815. 74 \$	19,815. 74 \$					
	COSTOS O GASTOS VARIABLES	42,888. 40 \$	43,422. 54 \$	43,763. 31 \$	44,512. 81 \$	45,069. 16 \$	45,633. 12 \$	46,204. 82 \$	46,784. 36 \$	47,371. 86 \$	47,967. 43 \$		
	Materiales Directos	30,317. 92 \$	30,763. 72 \$	31,015. 53 \$	31,675. 44 \$	32,141. 56 \$	32,614. 68 \$	33,094. 88 \$	33,582. 29 \$	34,077. 01 \$	34,579. 15 \$		
	Gastos Administrativos	12,570. 48 \$	12,658. 82 \$	12,747. 79 \$	12,837. 37 \$	12,927. 59 \$	13,018. 44 \$	13,109. 93 \$	13,202. 07 \$	13,294. 85 \$	13,388. 28 \$		
	VENTAS O INGRESOS	200,64	203,594	205,261	209,628	212,71	215,84	219,02	222,24	225,52	228,84		

	4.60 \$	.89 \$	.36 \$	.67 \$	3.51 \$	4.58 \$	2.59 \$	8.26 \$	2.32 \$	5.52 \$		
Alojamiento	185,03	187,645	188,964	192,976	195,69	198,45	201,25	204,09	206,97	209,89		
	5.84 \$	.75 \$	.48 \$	.54 \$	8.45 \$	8.76 \$	8.00 \$	6.72 \$	5.49 \$	4.86 \$		
Alimentos y Bebidas	15,608.	15,949.	16,296.	16,652.	17,015.	17,385.	17,764.	18,151.	18,546.	18,950.		
	76 \$	14 \$	88 \$	13 \$	06 \$	82 \$	59 \$	53 \$	83 \$	66 \$		
INDICADORES ECONOMICOS	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>RENTABILIDAD SOBRE INVERSION</b>												
TOTAL												
= Utilidad Neta / Activos	0.1739	0.2718	0.2291	0.2003	0.1787	0.1603	0.1558	0.1487	0.1390	0.1303	0.1247	
<b>RENTABILIDAD SOBRE VENTAS</b>												
= Utilidad Neta / Ventas	0.3987	0.3808	0.3840	0.3938	0.3917	0.3932	0.4213	0.4006	0.4040	0.4116	0.4066	
<b>COSTO-BENEFICIO</b> ( 1												
Ingresos / Egresos > 1)	.34											
VAN de Ingresos	1,100,65	200,64	203,594	205,261	209,628	212,71	215,84	219,02	222,24	225,52	228,84	
	9.19 \$	4.60 \$	.89 \$	.36 \$	.67 \$	3.51 \$	4.58 \$	2.59 \$	8.26 \$	2.32 \$	5.52 \$	
VAN de Egresos	598,258.	109,11	110,561	112,322	113,707	115,04	119,66	118,32	119,98	122,20	122,83	
	96 \$	4.05 \$	.84 \$	.68 \$	.24 \$	3.10 \$	6.62 \$	6.73 \$	8.01 \$	8.63 \$	3.77 \$	
Inversión Total	222,270.											
	61 \$											
<b>RENTABILIDAD DE CORTO PLAZO</b>												
<b>RO A ECONOMICA SOBRE ACTIVOS</b>												
Desagregación de Dupont :												
( Rotación Activos = Ventas / Activos )	0.4392	0.7137	0.5965	0.5086	0.4564	0.4078	0.3699	0.3713	0.3441	0.3166	0.3068	
x ( Margen Operación = EBIT / Ventas )	0.6274	0.6038	0.6074	0.6214	0.6167	0.6177	0.6608	0.6283	0.6338	0.6457	0.6378	
= EBIT / Activos	0.2739	0.4310	0.3623	0.3161	0.2815	0.2519	0.2444	0.2333	0.2181	0.2044	0.1957	
<b>RO E FINANCIERA SOBRE ACCIONISTA O PATRIMONIO</b>												
Desagregación de Pares :												
Efecto Económico ( Rotación Activos = Ventas / Activos )	0.2739	0.7137	0.5965	0.5086	0.4564	0.4078	0.3699	0.3713	0.3441	0.3166	0.3068	
x ( Margen Operación = EBIT / Ventas )		0.6038	0.6074	0.6214	0.6167	0.6177	0.6608	0.6283	0.6338	0.6457	0.6378	
Efecto Financiero x ( Endeudamiento = Activos / Patrimonio )	1.2129	1.4979	1.3287	1.2311	1.1675	1.1201	1.1778	1.1683	1.1556	1.1445	1.1374	
x ( Intereses = BAT / EBIT )	0.8474	0.8409	0.8429	0.8449	0.8467	0.8486	0.8500	0.8500	0.8500	0.8500	0.8500	
	1.0278											
Efecto Fiscal x ( Impuestos = BDT / BAT )	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	0.7500	
= Utilidad Neta / Patrimonio = BDT / Patrimonio	0.2111	0.4071	0.3043	0.2466	0.2087	0.1796	0.1835	0.1737	0.1607	0.1491	0.1419	
<b>APALANCAMIENTO DEL ENDEUDAMIENTO</b>												
	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	
POR TERCEROS = Pasivos / Activos	0.1695	0.3324	0.2474	0.1877	0.1435	0.1072	0.1509	0.1441	0.1347	0.1262	0.1208	
POR ACCIONISTAS = Patrimonio / Activos	0.8305	0.6676	0.7526	0.8123	0.8565	0.8928	0.8491	0.8559	0.8653	0.8738	0.8792	
<b>PERFIL DE LA INVERSION</b>												
LIQUIDEZ GENERAL = Activo Circulante / Activo Total	0.6913	0.0786	0.3206	0.4809	0.5768	0.6701	0.7399	0.7103	0.8139	0.8439	0.8510	0.9050
INMOVILIZADO = Activo Fijo / Activo Total	0.3062	0.9021	0.6672	0.5115	0.4189	0.3280	0.2601	0.2897	0.1861	0.1561	0.1490	0.0950
ANTIGÜEDAD ACTIVO FIJO = Amortización Acumulada / Activo Fijo		0.0046	0.0098	0.0152	0.0228	0.0316						

INDICADORES ECONOMICOS	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>PERFIL DEL FINANCIAMIENTO</b>											
ENDEUDAMIENTO GENERAL = Pasivo / Patrimonio Neto	0.21 29	0.4979	0.3287	0.2311	0.1675	0.1201	0.1778	0.1683	0.1556	0.1445	0.1374
EXIGIBILIDAD = Pasivo Circulante / Pasivo Total		54.68%	61.90%	71.33%	83.31%						
COSTO PROMEDIO = ( Dividendos + Intereses ) / ( Patrimonio Neto + Pasivos )		0.0318	0.0259	0.0219	0.0190	0.0164					
SOLVENCIA = Patrimonio Neto / Pasivo		2.0085	3.0420	4.3269	5.9703	8.3276	5.6258	5.9420	6.4249	6.9226	7.2758
SECO DE SOLVENCIA = (Patrimonio Neto - Resultados No Asignados) / Pasivo		1.6558	2.0375	3.1768	4.7257	6.7365	4.4611	5.0052	4.9795	5.3889	6.0806
ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO = Pasivo Circulante / Patrimonio Neto	0.16 84	0.2722	0.2035	0.1649	0.1395	0.1201	0.1778	0.1683	0.1556	0.1445	0.1374
<b>RELACION ENTRE INVERSION Y FINANCIAMIENTO</b>											
SOLVENCIA GLOBAL O GARANTIA	Análisis Vertical del Balance General										
Activo Circulante	0.0786	0.3206	0.4809	0.5768	0.6701	0.7399	0.7103	0.8139	0.8439	0.8510	0.9050
Activo Fijo o Real	0.9021	0.6672	0.5115	0.4189	0.3280	0.2601	0.2897	0.1861	0.1561	0.1490	0.0950
Activo Diferido	0.0193	0.0122	0.0075	0.0043	0.0019	0.0000					
Exigible Total o Pasivo	0.2352	0.3324	0.2474	0.1877	0.1435	0.1072	0.1509	0.1441	0.1347	0.1262	0.1208
Fondos Propios o Patrimonio = Activo Real / Pasivo	0.7648	0.6676	0.7526	0.8123	0.8565	0.8928	0.8491	0.8559	0.8653	0.8738	0.8792
Ratio = Activos / ( Pasivos + Patrimonio )	4.2523	3.0085	4.0420	5.3269	6.9703	9.3276	6.6258	6.9420	7.4249	7.9226	8.2758
<b>ACTIVO CIRCULANTE Y PASIVO CIRCULANTE</b>											
Capital Trabajo = Fondo Maniobra = Activo - Pasivo	17,461. 52 \$	39,043. 70 \$	111,865 .07 \$	178,767 .00 \$	252,910 .04 \$	329,978 .53 \$	326,476 .14 \$	395,180 .47 \$	458,023 .37 \$	516,301 .79 \$	584,885 .70 \$
Liquidez Corriente = Activo / Pasivo	5.25 75	1.7642	3.1402	4.3078	5.6071	6.9011	4.7067	5.6504	6.2660	6.7420	7.4896

## CAPITULO – V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 25. CONCLUSIONES

- 25.1. La investigación de campo en la zona de ejecución del proyecto permitió determinar el segmento de mercado de población turístico hacia el cual se dirigió el Estudio del Proyecto, constituido por la capacidad de alojamiento y su grado de ocupación que se ofrece en el Mercado de Turismo del Recinto Las Peñas. Mercado de población, cuya procedencia principalmente es desde las Provincias de Imbabura, Pichincha, Carchi y Tungurahua, además de una población importante desde provincias del sur de Colombia; en donde, la provincia de Imbabura registra mayor afluencia que Pichincha.

La investigación de campo fue afectada principalmente por el factor tiempo, además de no contar con información relacionada en el Ministerio de Turismo o en el Instituto de Estadísticas y Censos u otro organismo afín, ya que en su fase inicial pretendió dirigir el estudio del proyecto hacia un mercado poblacional de las Provincias de Pichincha e Imbabura.

El mercado de Turismo del Recinto Las Peñas ofrece una capacidad de alojamiento para 73,125 plazas o turistas con un grado de ocupación promedio del 65%, que anualmente y normalmente durante 75 días llegan para realizar actividades de turismo en los meses de enero, febrero, abril, julio, agosto, noviembre y diciembre. Temporadas de turismo normal en las cuales, dependiendo de la afluencia de visitantes, se presenta una oferta de alojamiento entre \$5 y \$15, que produce un promedio de \$10.43 por persona.

- 25.2. El proyecto accede a un 3% de la capacidad de mercado, el mismo que realiza 1.3 viajes al año a la playa y llega principalmente desde provincias del norte del Ecuador y del sur de Colombia, con disposición al producto natural y cultural. Lo que significa una capacidad de oferta futura anual promedio de 3,108 plazas o turistas en 75 días anuales, en una infraestructura en madera de guayacán que permite una capacidad de alojamiento total de 44 turistas con un grado de ocupación promedio del 69.07% durante el período de los años 2009 al 2018,.
- 25.3. El proyecto, durante su operación, mediante un plan de operación y de marketing, tiene estimado generar ingresos en base de su producto y servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas. Ingresos determinados con un incremento a 105 días, es decir, con 30 días adicionales que produzcan afluencia de turistas a través de

operadoras de turismo, permitiendo recuperar la inversión en algo más de 4 años y solventar necesidades económicas .

Sin embargo, debido al desarrollo turístico del Recinto Las Peñas, durante el primer año de operación se investigará y diseñará un producto para actividades de turismo natural y cultural, para ser aplicado desde el segundo año con la integración de operadoras de turismo, para producir ingresos adicionales en diversas épocas del año.

25.4. El proyecto está encaminado con el apoyo de una estructura de consolidación y evaluación que permita conocer y controlar la situación económica durante cada año de operación, es decir, de estados financieros e indicadores que dicen de la medida en que se cumplen y mejoran los costos-ingresos de operación, necesidades del recurso humano, necesidades de los accionistas, necesidades de innovar el producto de alojamiento o el de turismo e imprevistos.

25.5. El impacto ambiental que produce el proyecto, en general, es beneficioso al tratarse de la comunidad de la zona del Recinto Las Peñas porque aporta con fuente de empleo y el mejoramiento social, cultural y económico.

Produce también un impacto ambiental controlable al tratarse de la ecología en el sitio donde se instala el proyecto, ya que durante la operación del proyecto aporta con un sistema de tratamiento de aguas residuales, instalación de flora natural, tratamiento de residuos sólidos y orgánicos y difusión del uso racional de los recursos naturales con el personal de la Organización y de los turistas.

25.6. El mercado de turismo del Recinto Las Peñas, está compuesto de asociaciones de pescadores, comerciantes, establecimientos de alimentos y bebidas y establecimientos de alojamiento. El de hospedaje no es de derecho o jurídico y ello afecta al desarrollo económico-turístico del recinto, porque se mantendría cumplimiento de una tarifa local y de normas de hotelería; y además, porque con la comunidad, especialmente la de pescadores, podría generarse aporte de beneficios que mejoren la presencia, promoción y difusión del recinto, su playa y sus zonas de influencia.

El proyecto podrá aportar con la comunidad generando empleo y desarrollo del turismo natural y cultural, contando con la contribución que de la Fundación Fe y Alegría a través de la Hostería Bambuco como escuela de formación de especialistas en gastronomía, hotelería y turismo.

25.7. El Recinto Las Peñas es una zona geográfica estratégica porque es paso requerido hacia recursos turísticos naturales y culturales, como son la Reserva Ecológica

Cayapas-Mataje alrededor y dentro de la cual están establecidos atractivos culturales que hablan de la historia de la subregión.

- 25.8. La Provincia de Esmeraldas posee dos sistemas de carreteras que permiten al turismo nacional acceder hacia sus atractivos naturales y culturales ubicados en el nor-occidente de la misma, normalmente desde las Provincias de Imbabura y Pichincha y por San Lorenzo al turismo del sur de Colombia.

Para llegar al Recinto Las Peñas en el Cantón Eloy Alfaro desde la Ciudad de Quito, hay un tiempo de recorrido aproximado de siete horas por ambas vías desde las Provincias de Imbabura y Pichincha, y un recorrido de 5 horas desde la Ciudad de Ibarra.

- 25.9. La Provincia de Esmeraldas, enfrenta la problemática del perjuicio sobre sus recursos naturales que se han deteriorado a causa de la tala de madera que es realizada sin control por empresarios agroindustriales y también sin considerar normas de extracción de madera y de conservación de los recursos naturales.

Por eso, es que el proyecto puede ser incorrectamente considerado que atenta con la conservación de los recursos naturales. Lo que ha su vez, favorece la instalación de estructuras de hierro y hormigón que, por su proceso de construcción, producen mayor efecto-impacto sobre los recursos naturales que una de materiales naturales.

## 26. RECOMENDACIONES

- 26.1. El proyecto debe evaluar la situación de oferta-demanda del mercado del Recinto Las Peñas, con y sin apoyo de operadoras de turismo, desde el inicio de operación y al menos cada tres años, respecto a las estimaciones iniciales, para anticipar ajustes y mejoras que posiblemente se requieran hacer en la definición de los productos de alojamiento y de actividades de turismo, con la finalidad de mantener un grado de ocupación que produzcan ingresos de dinero que mejoren al proyecto y permita mantener su atractivo turístico y económico.

Estrategia que permitiría mantener la evaluación continua de este y otros proyectos turísticos considerando la capacidad-ocupación del mercado, la afluencia de turistas según procedencia. Investigación y estudio realizados antes y durante la operación del proyecto ayudarían a determinar situación de características de mercado y el plan de marketing que pudiera ser necesario ejecutar.

La evaluación podría realizarse también en localidades desde donde fluye un segmento de población hacia donde está instalado el proyecto. El beneficio es que ayuda a reconocer las procedencias potenciales de turismo, pero el inconveniente es que puede no ser considerada alguna procedencia como por ejemplo al segmento de población del sur de Colombia.

- 26.2. En el Recinto Las Peñas podría estudiarse la factibilidad de un proyecto que permita mantener un sistema de base de datos de información, teniendo a las instalaciones del proyecto como centro de estudio, hacia donde se alimente datos específicos de características de establecimientos que ofertan servicios y actividades de turismo.

Esto, con la finalidad de que establecimientos que no disponen de recursos de tiempo-económico-conocimiento, dispongan de un instrumento que les permita conocer su situación y apoye alguna decisión social, turística y económica. Con lo cual, de la misma manera, se contribuye con el desarrollo y mejora de la situación del recinto y sus zonas de influencia.

- 26.3. Organismos de turismo deberían vigilar que empresas hoteleras y turísticas estén registradas con los respectivos planes de operación y conservación ambiental. Planes a los que se debería realizar un seguimiento de cumplimiento de normas de operación y conservación ambiental y su efecto socio- económico.

Así mismo, que pertenezcan a una asociación de derecho, a través de la cual se incentiven beneficios social y económico para la comunidad.

La Escuela-Hostería Bambuco al ser reforzada de parte de las autoridades sería una influencia directa en la subregión, que requiere conservarse y desarrollarse tutísticamente.

- 26.4. Organismos de turismo deben preocuparse de mejorar la situación social y de vías de comunicación terrestre y fluvial hacia y desde las comunidades de las Peñas y La Tolita, porque son estratégicas para dirigir turismo hacia recursos naturales y culturales.
- 26.5. Las instituciones de gobierno deben ser estrictos sobre la conservación de los recursos naturales, exigiendo y controlando en las actividades de extracción de madera de parte de empresarios agroindustriales que acaten normas que se establezcan para tales fines. Debiendo, además, ser estrictos que tales políticas no sean burladas a causa de intereses políticos y económicos.

Esto, tendría un importante efecto-impacto tendría en el desarrollo del ecoturismo en el Recinto Las Peñas, si organismos de control y gestión de información se apoyan de organismos y establecimientos de educación al mantener revisiones constantes de proyectos de investigación afines. Proyectos, cuyos estudios se sugiera se realicen en base de segmentos de población que provee la localidad en donde se aplican. Información poblacional relevante que permitiría mantener una base de información actualizada de zonas de turismo natural y cultural, indicando características o variables constantes y variables, independientes y dependientes, de su capacidad u oferta, de su afluencia o demanda, del grado de ocupación o situación actual y de soluciones a problemáticas, dependiendo de la temporada de turismo de un año a otro.

## ANEXO - 1

### INFORME DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 27. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

##### 27.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un informe de situación del turismo en el Recinto “Las Peñas”, en base de información sobre características del perfil y comportamiento de los turistas que visitan la zona de estudio, y de características turísticas que ofrece el recinto.

##### 27.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 27.2.1. Investigar sobre la situación de la oferta de alojamiento y de alimentos y bebidas.
- 27.2.2. Establecer un tamaño de muestra poblacional que represente a un segmento de mercado.
- 27.2.3. Elaborar un instrumento de recolección de datos para aplicarse en una encuesta de campo sobre información de características del perfil y comportamiento del turista.
- 27.2.4. Tabular e interpretar la información recopilada para establecer una segmentación de mercado.
- 27.2.5. Determinar el costo de viajar a la playa del Recinto Las Peñas
- 27.2.6. Investigar sobre la potencialidad de los recursos turísticos.

#### 28. OFERTA DE ALOJAMIENTO Y DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

##### 28.1. OFERTA DE ALOJAMIENTO

El Ministerio de Turismo, en el Ecuador, clasifica a las empresas que ofrecen el servicio de alojamiento en grupos y subgrupos, según lo cual se identifica su categoría y la cantidad de habitaciones que deben disponer. Esto, según la Tabla A-1.1 elaborada de acuerdo a lo dispuesto por el Ministerio de Turismo en el Reglamento General de Actividades Turísticas.

Tabla A-1.1. Norma Técnica de Alojamiento

GRUPO	NORMA TÉCNICA DE ALOJAMIENTO			HABITACIONES		
	ID	Tipo	Categoría			
HOTELERO	1.1	H	Hotel	Lujo	1ra. a 4ta.	>= 30
		HR	Hotel Residencia		1ra. a 4ta.	>= 30
		HA	Hotel Apartamento		1ra. a 4ta.	>= 30
	1.2	HS	Hostal		1ra. a 3ra.	12 a 29
		HSR	Hostal Residencia		1ra. a 3ra.	12 a 29
		P	Pensión		1ra. a 3ra.	6 a 11
	1.3	HT	Hostería		1ra. a 3ra.	>= 6
		M	Motel		1ra. a 3ra.	>= 6
		RF	Refugio		1ra. a 3ra.	>= 6
		C	Cabañas		1ra. a 3ra.	>= 6
EXTRA HOTELERO	2.1	CV	Complejo Vacacional		1ra. a 3ra.	6 a 11
	2.2	Λ	Campamento Turístico		1ra. a 3ra.	
	2.3	AP	Apartamentos		1ra. a 3ra.	

En el año 2001 inicia la afluencia de turismo hacia el Recintos Las Peñas, produciendo que la necesidad de alojamiento haya crecido al año 2007, según se indica en la Tabla A-1.2, con una tasa de crecimiento de plazas de 0.007 a 20 establecimientos de alojamiento.

Tabla A-1.2. Crecimiento Hotelero

Año	Hoteles	Habts.	Plazas
2001	1	24	40
2002	2	36	68
2003	3	55	116
2004	4	83	197
2005	7	126	336
2006	12	191	573
2007	20	290	975
Tasa	0.006	0.005	0.007

Crecimiento:  $r = (Pf / Pi)^{1/n} - 1$

En el Recinto Las Peñas, la situación de los establecimientos hoteleros que brindan el servicio de alojamiento está identificada entre varios grupos y categorías, que según está elaborado en la Tabla A-1.3, asisten al turismo que visita la playa con una cantidad de habitaciones y tarifa por temporada turística.

Tabla A-1.3. Situación de Establecimientos de Alojamiento en el Recinto Las Peñas

TIPO DE ALOJAMIENTO	ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES			MESAS			TARIFA x TEMPORADA			OCUPACIÓN				
		Cant	Plazas Totales	Habitaciones	Cant	Plazas Totales	Mes	Baja	Promedio	Alta	Año 75 Días	Plazas	Ingreso		
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>290</b>	<b>975</b>	<b>71</b>	<b>84</b>	<b>465</b>	<b>75</b>	<b>8.80 \$</b>	<b>10.43 \$</b>	<b>12.05 \$</b>	<b>65%</b>	<b>73,125</b>	<b>856,050 \$</b>		
	Máximo	70	200	8	12	100	8	12.00 \$	13.50 \$	15.00 \$	75%	15,000	195,000 \$		
	Mínimo	4	12	2	3	8	3	5.00 \$	6.50 \$	8.00 \$	60%	900	7,200 \$		
<b>Hotel</b>															
1	Primera	1	Playa Real	30	100	3	10	70	7	12.00 \$	13.50 \$	15.00 \$	75%	7,500	101,250 \$
2	Primera	2	Step Luz	20	70	4	8	50	6	12.00 \$	13.50 \$	15.00 \$	70%	5,250	70,875 \$
3	Segunda	3	María José	70	200	3	12	100	8	12.00 \$	13.00 \$	14.00 \$	65%	15,000	195,000 \$
4	Tercera	5	Nathanael	15	60	4	6	30	5	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	65%	4,500	51,750 \$
5	Tercera	4	Playa Amanecer	10	40	4	4	20	5	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	60%	3,000	34,500 \$
6	Tercera	6	El Descanso	10	30	3	-	-	-	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	60%	2,250	25,875 \$
7	Tercera	7	El Majahual	10	30	3	-	-	-	10.00 \$	11.50 \$	13.00 \$	60%	2,250	25,875 \$
<b>Hostal</b>															
8	Segunda	1	Solo Mar	8	18	2	3	12	4	6.00 \$	8.00 \$	10.00 \$	65%	1,350	10,800 \$
9	Tercera	2	Cumbres Andinas	10	20	2	3	15	5	6.00 \$	7.00 \$	8.00 \$	65%	1,500	10,500 \$
<b>Pensión</b>															
10	Tercera	1	Las Peñas	4	12	3	2	8	4	6.00 \$	8.00 \$	10.00 \$	70%	900	7,200 \$
11	Cuarta	2	El Recuerdo	6	24	4	5	15	3	5.00 \$	7.50 \$	10.00 \$	65%	1,800	13,500 \$
12	Cuarta	3	Selmar	7	18	3	-	-	-	5.00 \$	7.50 \$	10.00 \$	60%	1,350	10,125 \$
<b>Hostería</b>															
13	Segunda	1	Rincón del Pacifico Bambuco, Fe y	10	40	4	6	30	5	8.00 \$	9.00 \$	10.00 \$	70%	3,000	27,000 \$
14	Tercera	2	Alegría	5	25	5	3	12	4	5.00 \$	6.50 \$	8.00 \$	60%	1,875	12,188 \$

Cabañas															
1									12.00	15.00					
5	Primera	1	Brisas del Mar	10	80	8	10	50	5	\$ 13.50	\$ 70%	6,000	81,000	\$	
6	Primera	2	Playa y Arena	18	48	3	5	25	5	\$ 13.50	\$ 70%	3,600	48,600	\$	
7	Segunda	3	Coral Reef	12	42	4	4	16	4	\$ 12.00	\$ 65%	3,150	37,800	\$	
8	Segunda	4	Mickey	9	25	3	3	12	4	\$ 12.00	\$ 60%	1,875	22,500	\$	
9	Tercera	5	Ronny's	20	65	3	-	-	-	\$ 11.50	\$ 60%	4,875	56,063	\$	
Campamento															
10	Tercera	1	Camping	6	28	5	-	-	-	5.00	6.50	8.00	65%	2,100	13,650

La situación actual de los establecimientos de alojamiento está identificada de acuerdo a la denominación con la que se presentan y al conocimiento que tienen ciertos huéspedes de los mismos y de quienes tienen alguna actividad económica en el Recinto Las Peñas. Situación que en no todos los casos está de acuerdo a la Norma Técnica de Alojamiento.

### 28.2. OFERTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

La venta de alimentos y bebidas, a los cuales acceden los turistas que visitan el Recinto las Peñas, se realiza en dos tipos de establecimientos. El primero, en bohíos instalados en el borde donde inicia la zona de playa a 50 metros desde el mar y el segundo, en restaurantes ubicados en el malecón a 25 metros desde los bohíos.

Según la Tabla A-1.4, la información recopilada sobre alimentos y bebidas ha permitido determinar por turista (-pax-) el ingreso económico promedio por día que cada establecimiento percibiría, siendo la columna de promedio un resultado de combinar dos estrategias de cálculo, es decir, con las columnas de su izquierda y su derecha. Donde, la primera estrategia, desde el mes de agosto, permite evaluar la segunda.

Tabla A-1.4. Venta Promedio Anual de Alimentos y Bebidas

ESTABLECIMIENTOS	KELLY	PAULITO	KELLY	PAULITO	PROMEDIO	KELLY	PAULITO
PROMEDIO -PAX-			\$ 6.15	\$ 5.35	\$ 5.45	\$ 5.47	\$ 4.84
Imprevistos	2%		\$ 0.12	\$ 0.10	\$ 0.11	\$ 0.11	\$ 0.09
Promedio	1	1	\$ 6.03	\$ 5.25	\$ 5.35	\$ 5.36	\$ 4.75
Días Efectivos	Máximo		\$ 8.09	\$ 7.17	\$ 7.63		
	Mínimo		\$ 3.97	\$ 3.32	\$ 3.65	Ingreso	Días
Diario	Máximo		\$ 13.40	\$ 11.87	\$ 12.63	\$ 5,000	30
	Mínimo		\$ 5.15	\$ 4.17	\$ 4.66	\$ 1,000	5
Días Efectivos	Diario	30	\$ 2.79	\$ 2.47	\$ 2.63		
	Mensual	12	\$ 83.73	\$ 74.20	\$ 78.97	Ingreso	pax
	Anual	75	\$ 1,004.82	\$ 890.41	\$ 947.61	\$ 13,428.57	33
	Enero	5	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Febrero	5	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Marzo	-	-	-	-	-	-
	Abril	5	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Mayo	-	-	-	-	-	-
	Junio	-	-	-	-	-	-
	Julio	20	\$ 267.95	\$ 237.44	\$ 252.70	\$ 3,428.57	9
	Agosto	30	\$ 401.93	\$ 356.16	\$ 379.05	\$ 5,000.00	12
	Septiembre	-	-	-	-	-	-
	Octubre	-	-	-	-	-	-
	Noviembre	5	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2
	Diciembre	5	\$ 66.99	\$ 59.36	\$ 63.17	\$ 1,000.00	2

En la primera estrategia, se determina por -pax- el ingreso promedio diario basado en la venta de productos en cada establecimiento, los cuales producen promedios diarios mínimo y

máximo. Ingreso que está distribuido en 75 días efectivos de turismo en los meses del año y producen el promedio -pax- de los días efectivos.

En la segunda estrategia, sabiendo que en el mes de agosto cada establecimiento percibiría aproximadamente ingresos máximo de \$5,000 y \$6,000 y mínimo de \$1,000 y \$1,500 respectivamente, partiendo desde el mismo mes, se determina los turistas que producen tales valores durante los 75 días de turismo anual y así mismo el ingreso promedio diario por turista.

El ingreso promedio por turista (-pax-) de la Tabla A-1.5 se determina considerando promedios mínimo y máximo de venta de productos, considerando la cantidad de -pax- que podrían ubicarse en cualquier mesa y la cantidad de -pax- que podrían sentarse por mesa. Donde, el promedio de venta de alimentos y bebidas se obtiene desde la Tabla A-1.6 y la Tabla A-1.7.

Tabla A-1.5. Ingreso Promedio Diario por –PAX- por Venta de Alimentos y Bebidas

		PLAZAS		24	40	32	
		Mesas		6	10	8	
		-PAX-		4	4	4	
		KELLY	PAULITO	KELLY	PAULITO	PROMEDIO	
PROMEDIO VENTA -PAX-		6	8	\$ 75.36	\$ 96.46	\$ 85.91	
		1	1	\$ 13.40	\$ 11.87	\$ 12.63	
VENTA PROMEDIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				\$ 5.15	\$ 4.17	\$ 4.66	
-PAX-	Mínimo	1	1	\$ 5.15	\$ 4.17	\$ 4.66	
	Máximo	4	4	\$ 20.61	\$ 16.69	\$ 18.65	
	Venta Mínima	3	3	\$ 12.88	\$ 10.43	\$ 11.66	
	Mínimo	4	6	\$ 18.04	\$ 22.94	\$ 20.49	
	Máximo	14	22	\$ 257.65	\$ 342.05	\$ 299.85	
	Venta Máxima	9	14	\$ 137.84	\$ 182.49	\$ 160.17	
MESAS	Una Mesa	Mínimo	1	1	\$ 5.15	\$ 4.17	\$ 4.66
		Máximo	4	4	\$ 20.61	\$ 16.69	\$ 18.65
		Venta Mínima	3	3	\$ 12.88	\$ 10.43	\$ 11.66
Número de Mesas		6	10				
	Mínimo	1	1	\$ 30.92	\$ 41.71	\$ 36.32	
	Máximo	4	4	\$ 494.68	\$ 667.41	\$ 581.04	
	Venta Máxima	15	25	\$ 262.80	\$ 354.56	\$ 308.68	

Tabla A-1.6. Menú de Establecimiento Ubicado Fuera de la Zona de Playa

ESPECIALIDAD MARISCOS	\$ 9.63	SOPA	\$ 6.67	FILITE	\$ 4.00
Bandeja de Mariscos	\$ 15.00	Pescado	\$ 5.00	Al Vapor	\$ 4.00
Espagueti Marinero	\$ 15.00	Marinera	\$ 10.00	Apanado	\$ 4.00
Arroz Marinero	\$ 15.00	Mixta	\$ 5.00	A la Plancha	\$ 4.00
Langostino a la Plancha	\$ 8.00				
Langostino Apanado	\$ 8.00	CAMARONES	\$ 4.33	CEVICHEs	\$ 4.67
Arroz Mixto	\$ 6.00	A la Plancha	\$ 5.00	Camarón	\$ 4.50
Arroz con Camarón	\$ 5.00	Apanado	\$ 5.00	Concha	\$ 4.50
Arroz con Pescado	\$ 5.00	Tortilla	\$ 3.00	Mixto	\$ 5.00
CARNES	\$ 3.83	BATIDOS	\$ 1.50	BEBIDAS	\$ 1.00
Frita	\$ 3.50	Coco	\$ 1.50	Gaseosa Grande	\$ 2.00
Churrasco	\$ 4.00	Mora	\$ 1.50	Gaseosa Mediana	\$ 0.50
1/4 de Pollo	\$ 4.00	Melón	\$ 1.50	Cerveza	\$ 1.00
		Papaya	\$ 1.50	Agua	\$ 0.50
TRADICIONAL	\$ 1.92	Sandía	\$ 1.50		
Desayuno	\$ 1.75	Borojó	\$ 1.50		
Almuerzo	\$ 2.00	Banano	\$ 1.50		
Merienda	\$ 2.00	Naranja	\$ 1.50		
		Piña	\$ 1.50		
				COSTO PROMEDIO	\$ 4.17

Tabla A-1.7. Menú de Establecimiento Ubicado Dentro de la Zona de Playa

<b>CEVICHE</b>	<b>\$ 5.71</b>	<b>ENCOCAO</b>	<b>\$ 5.42</b>	<b>SOPA</b>	<b>\$ 4.39</b>	<b>PESCADO</b>	<b>\$ 3.79</b>
Pulpo	\$ 4.50	Camarón	\$ 4.00	Mixta	\$ 5.00	Pargo Grande	\$ 5.00
Concha	\$ 4.00	Cangrejo	\$ 5.00	Marinera	\$ 10.00	Pargo Mediano	\$ 3.00
Pate Burro	\$ 4.00	Langosta	\$ 10.00	Langostino	\$ 5.00	Pargo Pequeño	\$ 2.00
Pescado	\$ 4.00	Gallina Asada	\$ 3.00	Calamar	\$ 2.00	Picudo	\$ 4.00
Camarón	\$ 4.00	Filete	\$ 4.00	Pulpo	\$ 2.00	Corvina	\$ 4.50
Calamar	\$ 4.50	Concha	\$ 5.00	Camarón	\$ 2.00	Gualajo	\$ 4.00
Langostino	\$ 8.00	Langostino	\$ 8.00	Langosta	\$ 7.00	Sierra	\$ 4.00
Langosta	\$ 10.00	Pescado	\$ 4.50	Concha	\$ 4.00		
Mixto	\$ 4.50	Camarón de Río	\$ 8.00	Sancocho de Bagre	\$ 2.50		
Trimixto	\$ 6.00	Pate Burro	\$ 4.00				
Ostra	\$ 5.00	Calamar	\$ 4.50				
Maremoto	\$ 10.00	Jaiba	\$ 5.00	<b>LANGOSTINO</b>	<b>\$ 9.14</b>	<b>CARAPACHOS</b>	<b>\$ 8.33</b>
<b>ARROZ</b>	<b>\$ 8.14</b>	<b>CAMARONES</b>	<b>\$ 4.50</b>	Al Ajillo	\$ 10.00	Rellenos de:	
Camarón	\$ 4.00	Reventados	\$ 4.00	Apanado	\$ 8.00	Cangrejo	\$ 5.00
Concha	\$ 4.50	Apanados	\$ 4.00	Reventado	\$ 8.00	Jaiba	\$ 5.00
Mixto con Langostino	\$ 10.00	Salteados	\$ 4.00	A la Plancha	\$ 8.00	Bandeja de Mariscos	\$ 15.00
Afrosisiaco	\$ 12.00	Endiablado	\$ 6.00	Salsa de Queso	\$ 10.00		
Endiablado	\$ 12.00			Salsa Agridulce	\$ 10.00		
Marinero	\$ 10.00			Salsa Roja	\$ 10.00		
Mixto	\$ 4.50	<b>CASUELA</b>	<b>\$ 8.50</b>	<b>ESPAGUETI</b>	<b>\$ 9.00</b>	<b>CARNES</b>	<b>\$ 3.00</b>
<b>POLLO</b>	<b>\$ 3.00</b>	Calamar	\$ 6.00	Langostino	\$ 8.00	A la Plancha	\$ 3.00
A la Plancha	\$ 3.00	Langosta	\$ 12.00	Langosta	\$ 12.00	Apanada	\$ 3.00
Apanado	\$ 3.00	Concha Asada	\$ 10.00	Camarón	\$ 10.00	Frita	\$ 3.00
Frito	\$ 3.00	Mariscos	\$ 6.00	Mariscos	\$ 6.00	Bistec	\$ 3.00
Seco	\$ 3.00	<b>BATIDOS</b>	<b>\$ 1.50</b>	<b>BEBIDAS</b>	<b>\$ 1.00</b>		
<b>TRADICIONAL</b>	<b>\$ 1.88</b>	Coco	\$ 1.50	Gaseosa Grande	\$ 2.00		
Desayuno	\$ 1.75	Mora	\$ 1.50	Gaseosa Mediana	\$ 0.50		
Almuerzo	\$ 2.00	Piña	\$ 1.50	Cervesa	\$ 1.00		
		Papaya	\$ 1.50	Agua	\$ 0.50	<b>COSTO PROMEDIO</b>	<b>\$ 5.15</b>

## 29. TAMAÑO DE LA MUESTRA

### 29.1. SELECCIÓN DEL SEGMENTO DE ESTUDIO

El segmento de estudio escogido para proceder con la investigación de campo es la capacidad actual que tiene la oferta de alojamiento del Recinto Las Peñas y es debido a que en organismos de control poblacional, de catastro y de turismo no existe información actualizada sobre la afluencia de turistas al recinto.

### 29.2. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA

Utilizando el Método de Muestreo Aleatorio Simple, se calcula una muestra significativa de 400 hab., conforme se indica en la <sup>17</sup>Tabla-2, como representación al universo de estudio de la capacidad de alojamiento que presenta al año 2007 el mercado del Recinto Las Peñas, con lo cual se continúa el estudio del comportamiento turístico de dicho Universo Poblacional.

Tabla A-1.8. Muestreo Aleatorio Simple

	Días de Turismo	75		
	Capacidad Alojamiento	pax	975	
Mercado	Capacidad	100%	73,125	turistas
2007	Ocupación	N	65.00%	47,531
	Gasto Diario		30.54 \$	
	Ingreso Oferta		2,233,041	\$
	+ Alojamiento		856,050	\$
	+ Alimentación		398,831	\$
	+ Gastos Viaje		934,375	\$
	+ Imprevistos	2%	43,785	\$
	Varianza Media de Población	PQ	0.25	
	Intervalo de Confianza (95%)	Z	1.96	
	Limite de Error de Estimación	E	0.05	

<sup>17</sup> Cátedra de Marketing, IAEN; Ing. Eduardo Urrutia, MBA, MSc.

Aproximación de la Muestra	$n_0$	384	$= Z^2 \times PQ / E^2$
Mercado de Estudio	$N$	47,531	turistas
Tamaño de la Muestra	$n$	381	$= n_0 / (1 + n_0 / N)$
+ holgura	5%	400	$= n (1 + 0.05)$

<sup>18</sup>Este tipo de muestreo permite que todas las muestras tengan la misma probabilidad de ser seleccionadas y en el que las unidades obtenidas a lo largo del muestreo se devuelvan a la población total.

### 30. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Está elaborado un cuestionario de investigación con la finalidad de emplearlo como instrumento de encuesta y de análisis sobre el comportamiento turístico del segmento de mercado muestral para obtener datos acerca de una realidad de características de los turistas que han visitado la playa del Recinto “Las Peñas”.

Las preguntas del cuestionario, que se encuentra en el ANEXO-2, están elaboradas considerando las siguientes necesidades de información:

a. Perfil del turista

Se analiza características de procedencia, participantes en viaje, capacidad de gasto diario, nivel de ingreso familiar, género, edad, estado civil, nivel de instrucción.

b. Influencia para realizar viaje de turismo

Se analiza características de épocas del año para viajar a las playas, motivo y factor que influye para viaje a Las Peñas.

c. Actitud del turista al acceder a la oferta de productos de hospedaje y turismo

Se analiza características de grado de satisfacción y disposición sobre productos de turismo en Las Peñas.

### 31. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

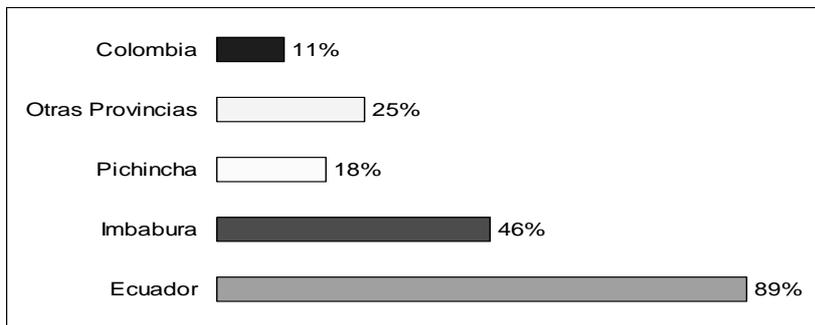
La información obtenida de la encuesta realizada sobre características del perfil y comportamiento de los turistas que han visitado la Playa del Recinto “Las Peñas”, se analiza de forma individual por cada característica del cuestionario y relacionando algunas con el propósito de establecer el segmento de mercado meta que requiere el proyecto y/o para describir aspectos que ciertas características que no se expresan individualmente.

<sup>18</sup> Tipos de Muestreo; Instituto de Ciencias del Mar y Consejo Superior de Investigaciones Científicas; [www.icm.csic.es/rec/gim/defini.htm#](http://www.icm.csic.es/rec/gim/defini.htm#)

### 31.1. Lugar de Procedencia, Playas Visitadas, Razón para Regresar a la Playa, Satisfacción Turística y Disposición por Producto Turístico

Los turistas que han visitado con mayor frecuencia el Recinto Las Peñas son de la Provincia de Imbabura (89%) y de Pichincha (18%), es la primera característica de segmentación de los turistas que entre varios destinos turísticos podrían escoger a la playa del Recinto Las Peñas. Luego se tiene la presencia desde otras provincias (25%) y finalmente del Sur de Colombia (11%). Esto, según el Gráfico A-1.1.

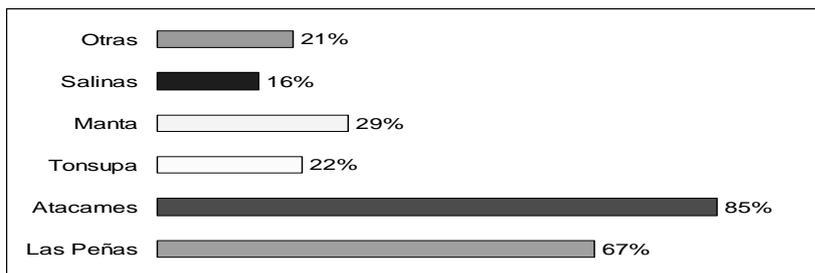
Gráfico A-1.1. Lugar de Procedencia



1. Procedencia				
Ecuador	Imbabura	Pichincha	Otras Provincias	Colombia
89%	46%	18%	25%	11%
355	183	73	99	45
1	2	3	4	5

La playa del Recinto Las Peñas es la segunda de mayor frecuencia de visita (67%) de los turistas según la procedencia, es la segunda característica de segmentación de cuanto corresponde a cada lugar de procedencia. De similar manera, se tiene a la playa de Atacames (85%) como la de mayor frecuencia de visita y luego a las playas de menor frecuencia de Manta (27%), Tonsupa (21%), otras playas (21%) y Salinas (15%).

Gráfico A-1.2. Playas Visitadas

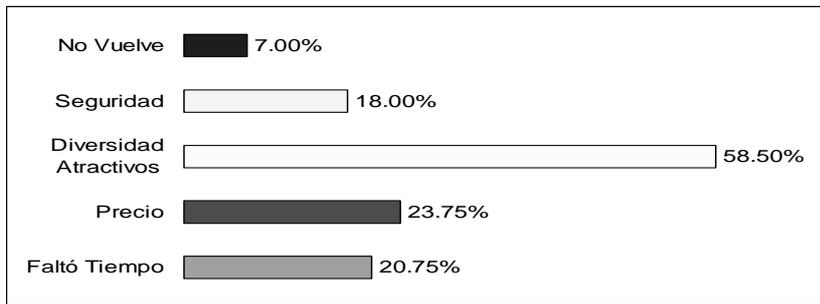


2. Playas Visitadas					
Las Peñas	Atacames	Tonsupa	Manta	Salinas	Otras
67%	85%	22%	29%	16%	21%
266	341	83	116	62	83
1	2	3	4	5	6

La diversidad de atractivos (58%) en la zona turística o en otras de influencia cercanas y lejanas, como es el caso del Recinto Las Peñas, es la razón principal para volver a visitar las playas. Luego, se tiene al precio (23%) de los servicios (alojamiento, alimentación, turismo) que es accesible debido a la capacidad de gasto que se permiten los turistas, la falta de tiempo (20%) para conocer atractivos turísticos, la seguridad (18%) física y material del lugar que se visita y de quienes no vuelven (7%) debido al desinterés o insatisfacción que produjeron los servicios turísticos del lugar. Características que constituyen la tercera segmentación de los

turistas con razones para volver excepto de quienes no vuelven. Esto, según el Gráfico A-1.3.

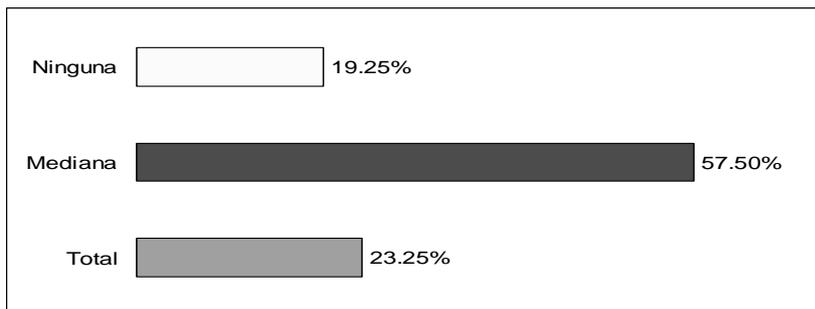
Gráfico A-1.3. Razón para Volver a las Playas



Razón para Volver a las Playas				
Faltó Tiempo	Precio	Diversidad Atractivos	Seguridad	No Vuelve
21%	24%	59%	18%	7%
16%	19%	46%	14%	5%
1	2	3	4	5

La satisfacción turística mediana (58%) es la que más se presenta porque en el Recinto Las Peñas debe mejorarse infraestructura, servicios y difusión que eleven la presencia y satisfacción del turismo; sin embargo, sobre lo mismo, hay un sector satisfecho del 23%; características que intervienen en la tercera segmentación en los turistas que tienen razones para regresar. Debido a tales causas existe insatisfacción del 19%.

Gráfico A-1.4. Satisfacción Turística

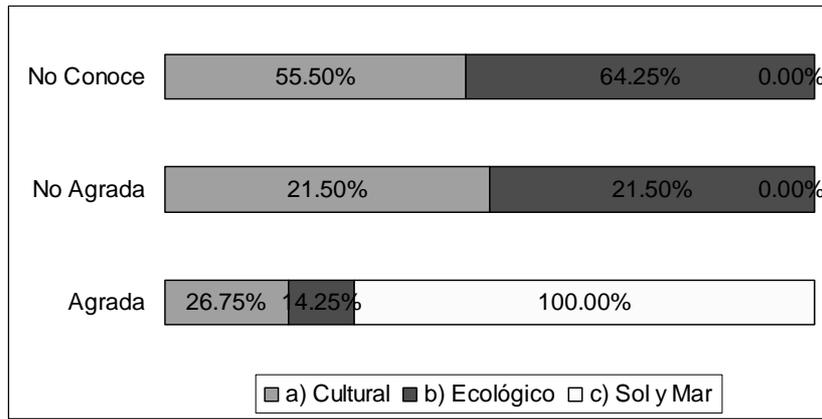


Satisfacción Turística		
Total	Mediana	Ninguna
23.25%	57.50%	19.25%
93	230	77
1	2	3

La disposición principal de agrado está dirigida al producto del sol y mar (100%), como atractivo inmediato del Recinto Las Peñas. El no conocimiento (64%) del producto ecológico es debido a la falta de difusión, que por lo mismo se produce un no agrado del 22%; sin embargo hay un agrado del 27%. Características, excepto por el no agrado, que constituyen la cuarta segmentación de los turistas con alguna disposición al producto turístico cultural y ecológico. Esto, según el Gráfico A-1.5.

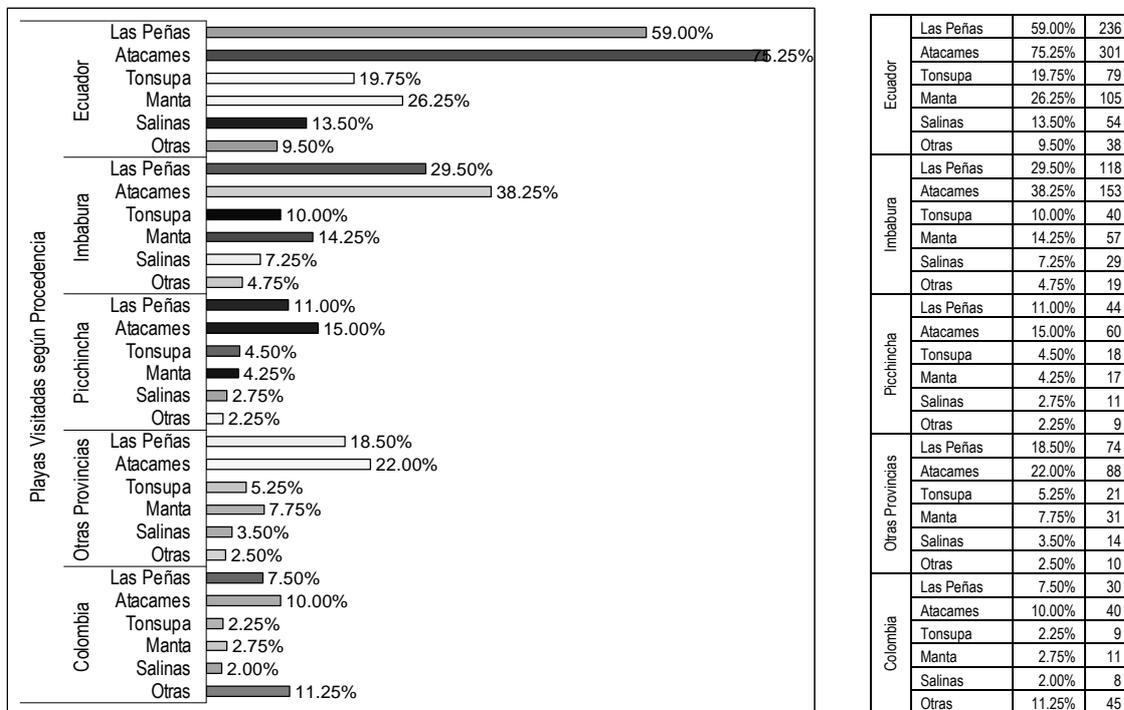
Gráfico A-1.5. Disposición por Producto Turístico

a) Cultural			b) Ecológico			c) Sol y Mar		
Agrada	No Agrada	No Conoce	Agrada	No Agrada	No Conoce	Agrada	No Agrada	No Conoce
26.75%	21.50%	55.50%	14.25%	21.50%	64.25%	100%	0.00%	0.00%
107	86	222	57	86	257	400	0	0
1	2	3	1	2	3	1	2	3



De manera general, según el Gráfico A-1.6, al combinar las preguntas uno y dos se obtiene la afluencia de turistas a las playas visitadas según la procedencia de los mismos.

Gráfico A-1.6. Turistas que Viajan y Regresan a la Playa del Recinto Las Peñas

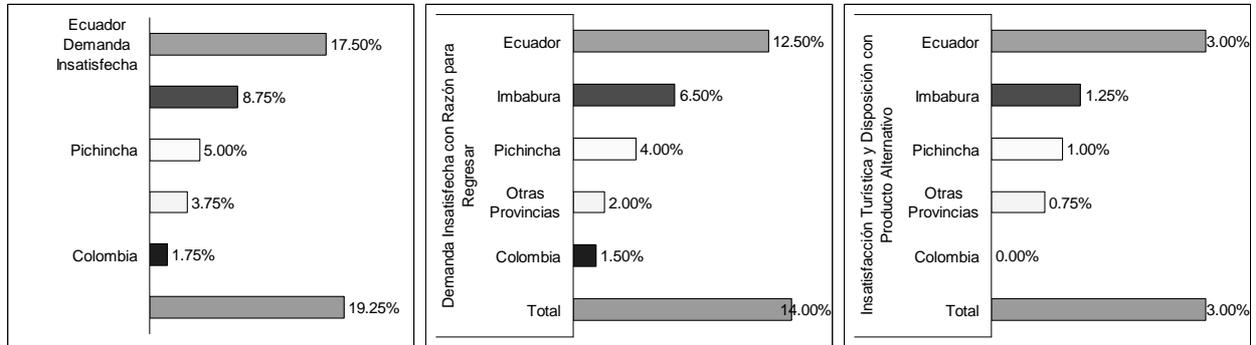


La combinación de los cuatro grupos de características de segmentación se realiza en orden. Se inicia de las preguntas uno y dos, luego con las preguntas cuatro y nueve, y por último la pregunta diez, según se indica en el Gráfico A-1.7.; segmento de población de turistas en base del cual se realizará la interpretación para las demás preguntas del cuestionario.

Gráfico A-1.7. Turistas que Viajan y Regresan a la Playa del Recinto Las Peñas

1-9	1-4-9	1-4-9-10
Demanda Insatisfecha	Demanda Insatisfecha con Razón para Regresar	Insatisfacción Turística y Disposición con Producto Alternativo

Ecuador	Imbabura	Pichincha	Otras Provincias	Colombia	Total	Ecuador	Imbabura	Pichincha	Otras Provincias	Colombia	Total	Ecuador	Imbabura	Pichincha	Otras Provincias	Colombia	Total
17.50%	8.75%	5.00%	3.75%	1.75%	19.25%	12.50%	6.50%	4.00%	2.00%	1.50%	14.00%	3.00%	1.25%	1.00%	0.75%	0.00%	3.00%
70	35	20	15	7	77	50	26	16	8	6	56	12	5	4	3	0	12

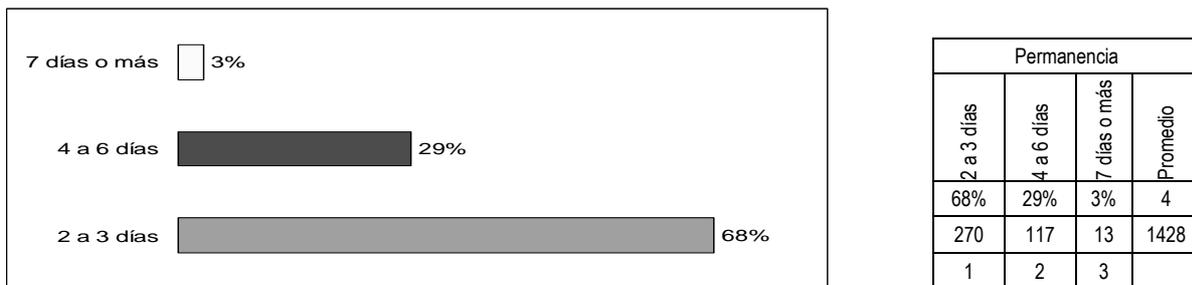


Al combinar los cuatro grupos de características de segmentación se determina que el proyecto debe acceder al perfil de turistas de Ecuador (3%) que viajan a la Playa del Recinto Las Peñas, con disposición al producto cultural y ecológico, que luego de su estadía tienen alguna razón de para regresar.

**31.2. Permanencia según Lugar de Procedencia**

El tiempo de permanencia de los turistas en las playas que han visitado y de sus zonas de influencia durante el viaje que realizan, en general, es de 2 a 3 días (68%), de 4 a 6 días (29%) y de más de 7 días (3%). Esto, según el Gráfico A-1.8.

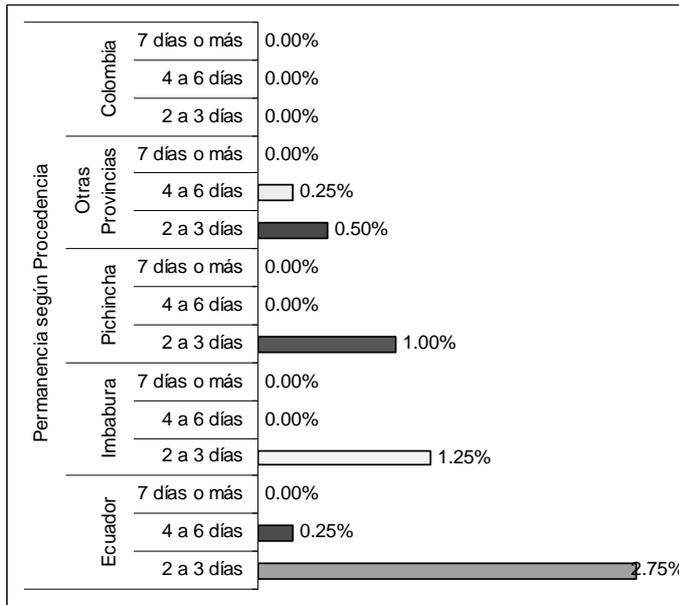
Gráfico A-1.8. Tiempo de Permanencia



Según el Gráfico A-1.9, el tiempo de permanencia en el Recinto Las Peñas de los turistas de Ecuador es de 3 días.

Gráfico A-1.9. Permanencia de Turistas de Pichincha e Imbabura en Las Peñas

Permanencia según Procedencia			
Ecuador	2 a 3 días	2.75%	11
	4 a 6 días	0.25%	1
	7 días o más	0.00%	0
Imbabura	2 a 3 días	1.25%	5
	4 a 6 días	0.00%	0
	7 días o más	0.00%	0
Pichincha	2 a 3 días	1.00%	4
	4 a 6 días	0.00%	0
	7 días o más	0.00%	0
Otras	2 a 3 días	0.50%	2

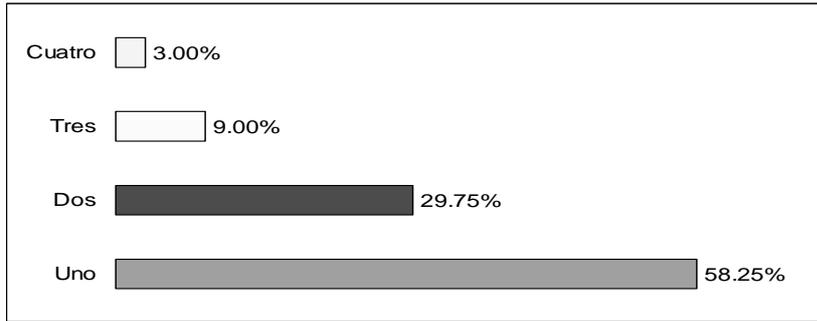


Provincias	4 a 6 días	0.25%	1
	7 días o más	0.00%	0
Colombia	2 a 3 días	0.00%	0
	4 a 6 días	0.00%	0
	7 días o más	0.00%	0
Promedio	Ecuador	3	34
	Imbabura	3	14
	Pichincha	3	10
	Otras Provincias	3	10
	Colombia	0	0
Total Permanencia	3	34	

### 31.3. Viajes al Año por Turismo según Procedencia

En general, la mayor parte de turistas viajan una vez (58%) al año, luego el 30% dos veces, el 9% tres veces y el 3% cuatro veces. Esto, según el Gráfico A-1.9.

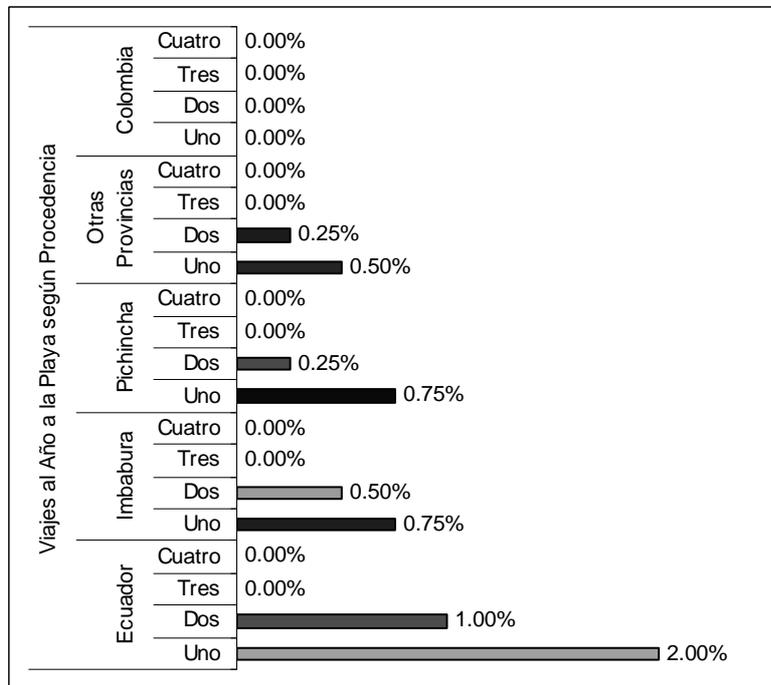
Gráfico A-1.10. Viajes al Año a la Playa por Turismo



Uno	Dos	Tres	Cuatro	Promedio
58.25%	29.75%	9.00%	3.00%	1.6
233	119	36	12	627
1	2	3	4	

Según el Gráfico A-1.10, para el interés del proyecto se conoce cuantas veces en promedio (1.33) los turistas han viajado a la playa de Las Peñas.

Gráfico A-1.11. Viajes al Año a Las Peñas según Procedencia



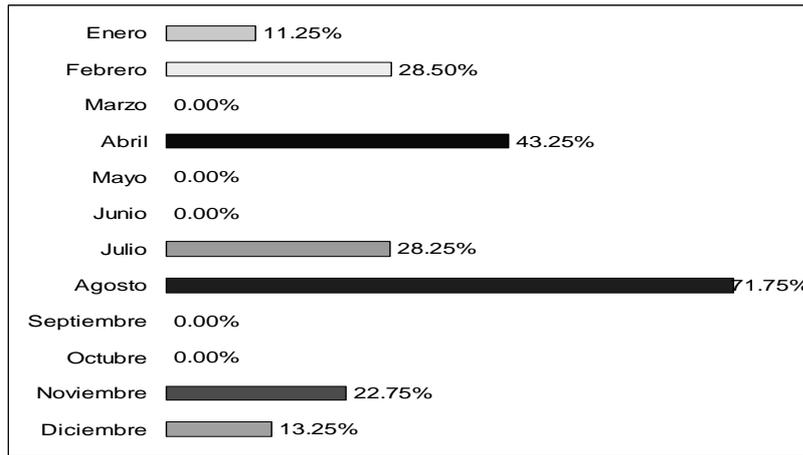
Procedencia	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Total
Ecuador	2.00%	1.00%	0.00%	0.00%	8
Imbabura	0.75%	0.50%	0.00%	0.00%	3
Pichincha	0.75%	0.25%	0.00%	0.00%	3
Otras Provincias	0.50%	0.25%	0.00%	0.00%	2
Colombia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0
Promedio	1.33	1.40	1.25	1.33	16

### 31.4. Meses de Viaje a la Playa según Procedencia

La época mayor afluencia de turistas es en los meses de Julio (28%) y Agosto (71%), que se los considera juntos por ser temporada de vacaciones en la región sierra del Ecuador; siendo también otras temporadas de afluencia por feriado los meses de Abril (43%) de Semana Santa, de Febrero (29%) de Carnaval y de Noviembre (23%) de Finados. En menor cantidad se registra en los meses de Diciembre (13%) de feriado de fin de año y en Enero (11%) que suele ser de visita de turistas del sur de Colombia en su feriado de la fiesta de negros. Esto, según el Gráfico A-1.12.

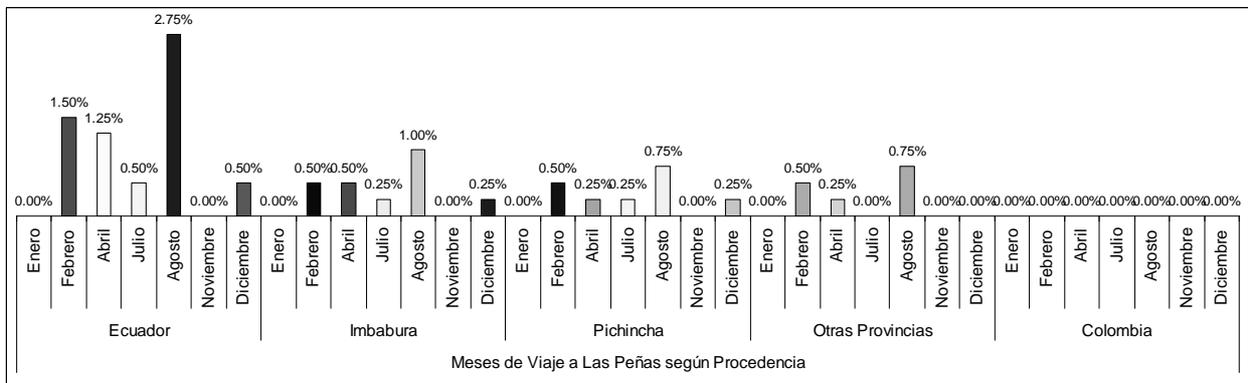
Según el Gráfico A-1.13, se conoce las temporadas de visita y la afluencia de los turistas que visitan la playa de Las Peñas, desde las Provincias de Imbabura y de Pichincha.

Gráfico A-1.12. Meses de Preferencia para Viajar a la Playa por Turismo



Meses de Preferencia para Viajar a la Playa por Turismo	Enero	11%	45	1
	Febrero	29%	114	2
	Marzo	0%	0	3
	Abril	43%	173	4
	Mayo	0%	0	5
	Junio	0%	0	6
	Julio	28%	113	7
	Agosto	72%	287	8
	Septiembre	0%	0	9
	Octubre	0%	0	10
	Noviembre	23%	91	11
	Diciembre	13%	53	12

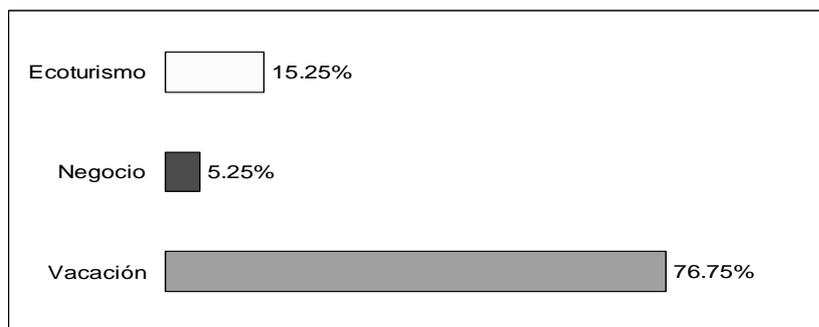
Gráfico A-1.13. Meses de Viaje a Las Peñas según Procedencia



Meses de Viaje a Las Peñas según Procedencia																								
Ecuador					Imbabura					Pichincha					Otras Provincias					Colombia				
Enero	Febrero	Abril	Julio	Agosto	Enero	Febrero	Abril	Julio	Agosto	Enero	Febrero	Abril	Julio	Agosto	Enero	Febrero	Abril	Julio	Agosto	Enero	Febrero	Abril	Julio	Agosto
0.00%	1.50%	1.25%	0.50%	2.75%	0.00%	0.50%	0.50%	0.25%	1.00%	0.00%	0.50%	0.25%	0.25%	0.75%	0.00%	0.50%	0.25%	0.00%	0.25%	0.00%	0.50%	0.25%	0.00%	0.75%
0	6	5	2	11	0	2	2	1	4	0	2	1	1	3	0	2	1	0	3	0	0	0	0	0

31.5. Motivo de Visitar la Playa Las Peñas

Gráfico A-1.14. Motivo de Visitar la Playa Las Peñas



Motivo de Visita Playa Las Peñas		
Vacación	Negocio	Ecoturismo
76.75%	5.25%	15.25%
307	21	61
1	2	3

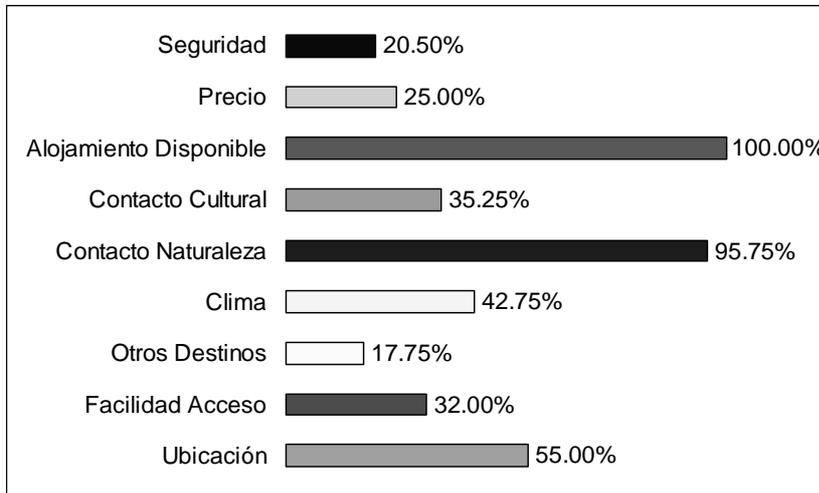
El principal motivo de los turistas para visitar la playa es por vacaciones (77%) para aprovechar

un tiempo de compartir y descansar alejados de actividades de la rutina diaria. Otros motivos de viaje son de ecoturismo (15%) y por negocio (5%). Esto, según el Gráfico A-1.14.

**31.6. Factor de Influencia para Visitar la Playa**

Excepto por el factor indispensable de alojamiento disponible (41%), los principales para visitar la playa son el contacto con la naturaleza (23%), su ubicación (13%) y su clima (10%). Luego se tiene la facilidad de acceso (8%) hacia el lugar y de servicios turísticos que se ofrecen, pudiendo se de contacto cultural (8%) con personas del lugar o que lo visitan o de zonas aledañas de influencia, el precio (6%) de los servicios (alojamiento, alimentación, turismo), la seguridad (5%) física y material, y que desde el lugar de visita sea factible dirigirse a otros destinos (4%). Esto, según el Gráfico A-1.15.

Gráfico A-1.15. Factor de Influencia para Visitar la Playa

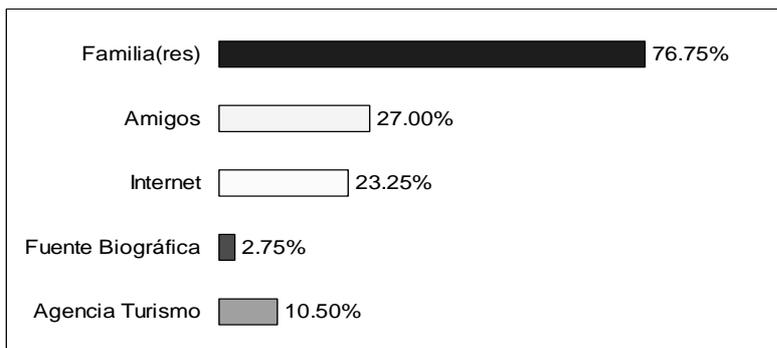


Ubicación	55.00%	220	1
Facilidad Acceso	32.00%	128	2
Otros Destinos	17.75%	71	3
Clima	42.75%	171	4
Contacto Naturaleza	95.75%	383	6
Contacto Cultural	35.25%	141	5
Alojamiento Disponible	100%	400	8
Precio	25.00%	100	9
Seguridad	20.50%	82	10

**31.7. Influencia sobre Viaje a la Playa**

La influencia por el viaje a la playa, como fuente de información y de influencia para viajar, mayormente está en los familiares (76%) y en los amigos (27%), luego se tiene al Internet (23%), agencias de turismo (10%) y fuente biográfica (2%).

Gráfico A-1.16. Influencia sobre Viaje a la Playa

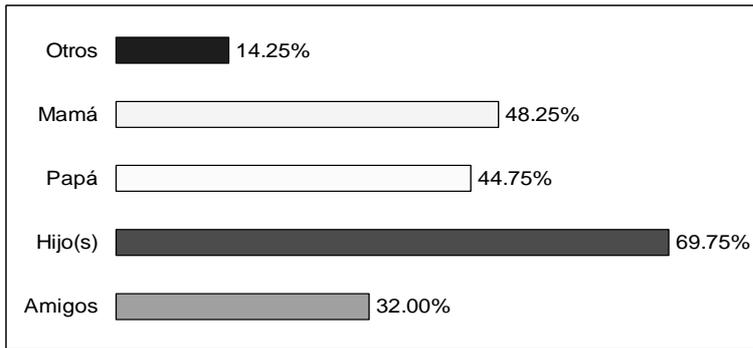


Influencia sobre Viaje a la Playa				
Agencia Turismo	Fuente Biográfica	Internet	Amigos	Familia(res)
10.50%	2.75%	23.25%	27.00%	76.75%
42	11	93	108	307
1	2	4	3	5

**31.8. Participantes en el Viaje de Turismo**

El resultado de participantes en el viaje indica que mayormente viajan grupos de familia, donde los hijos (69%) mayormente van acompañados de sus madres (48%) que de sus padres (44%). Además, se registra la presencia de grupos de amigos (32%), los cuales pueden o no acompañar a los grupos de familia, que a la vez para ambos grupos pueden ser acompañados por otros grupos (14%) o tipos de personas como hermanos, cuñados, etc. Esto, según el Gráfico A-1.17.

Gráfico A-1.17. Participantes en el Viaje de Turismo

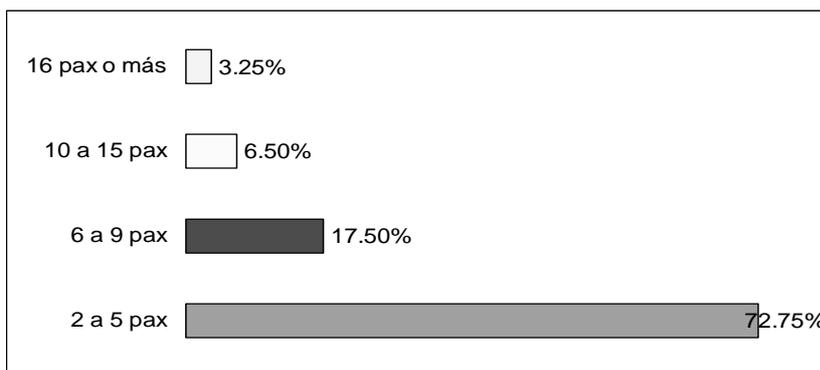


Participantes en Viaje de Turismo				
Amigos	Hijo(s)	Papá	Mamá	Otros
32.00%	69.75%	44.75%	48.25%	14.25%
128	279	179	193	57
1	2	3	4	5

**31.9. Número de Personas que Viajan**

Principalmente se produce la presencia de 2 a 5 personas (72%), luego de 6 a 9 personas (17%), de 10 a 15 personas (6%) y mas de 16 personas (3%). Lo que produce que en promedio viajen de hasta 5 personas. Esto, según el Gráfico A-1.18.

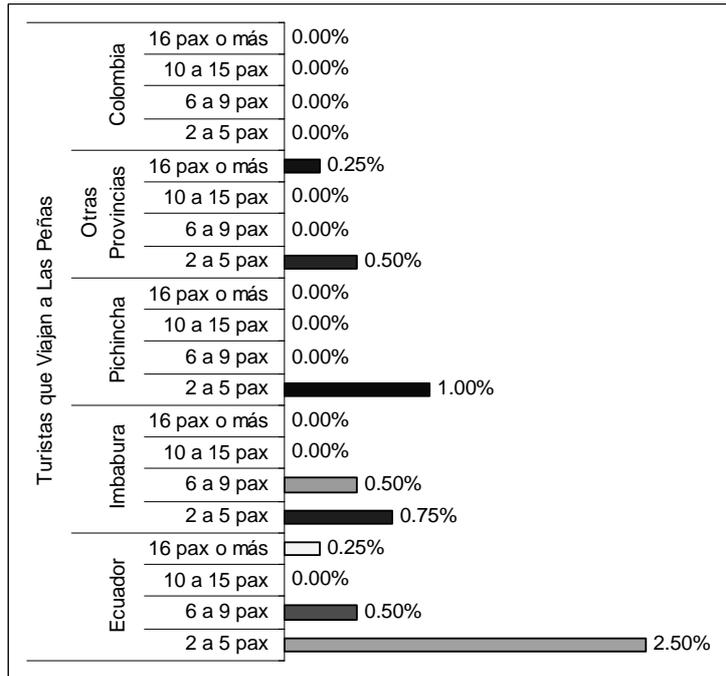
Gráfico A-1.18. Número de Personas que Viajan



Personas que Viajan				
2 a 5 pax	6 a 9 pax	10 a 15 pax	16 pax o más	Promedio
72.75%	17.50%	6.50%	3.25%	4.9
291	70	26	13	1979
1	2	3	4	

Según el Gráfico A-1.19, los turistas que viajan al Recinto Las Peñas son en promedio de casi 5 personas.

Gráfico A-1.19. Número de Turistas que Viajan a Las Peñas

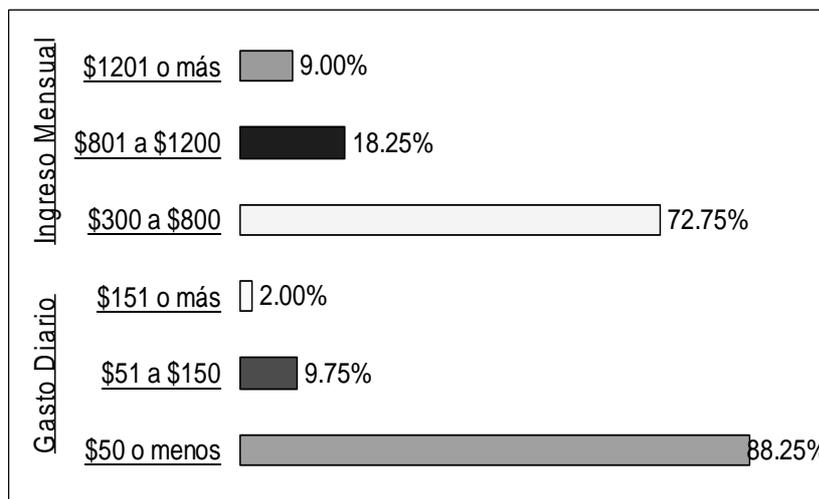


Turistas que Viajan a Las Peñas			
Ecuador	2 a 5 pax	2.50%	10
	6 a 9 pax	0.50%	2
	10 a 15 pax	0.00%	0
	16 pax o más	0.25%	1
Imbabura	2 a 5 pax	0.75%	3
	6 a 9 pax	0.50%	2
	10 a 15 pax	0.00%	0
	16 pax o más	0.00%	0
Pichincha	2 a 5 pax	1.00%	4
	6 a 9 pax	0.00%	0
	10 a 15 pax	0.00%	0
Otras Provincias	16 pax o más	0.00%	0
	2 a 5 pax	0.50%	2
	6 a 9 pax	0.00%	0
	10 a 15 pax	0.00%	0
Colombia	16 pax o más	0.25%	1
	2 a 5 pax	0.00%	0
	6 a 9 pax	0.00%	0
	10 a 15 pax	0.00%	0
Promedio	16 pax o más	0.00%	0
	Ecuador	4.69	61
	Imbabura	4.40	22
	Pichincha	2.75	11
	Otras Provincias	8.33	25
	Colombia	0.00	0
Total Turistas		4.69	61

**31.10. Ingreso Mensual de Hogar y Gasto Diario según Procedencia**

El tiempo de permanencia de los turistas durante el viaje que realizan, normalmente es permitido por el ingreso económico familiar y a la cantidad de dinero que pueden gastar diariamente.

Gráfico A-1.20. Ingreso Mensual de Hogar y Gasto Diario –pax-



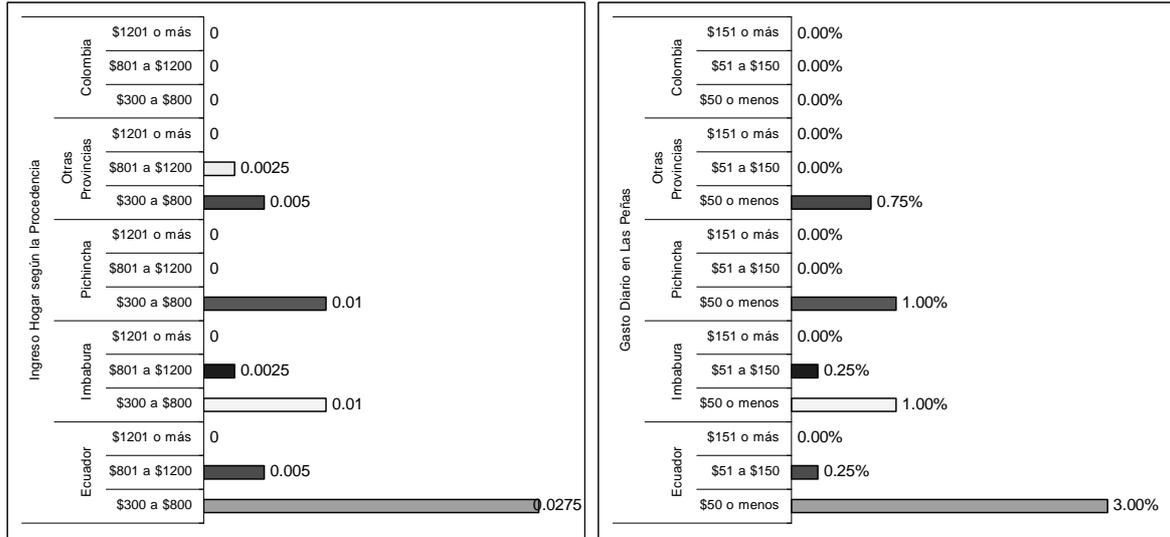
Ingreso Mensual por Hogar			
\$300 a \$800	\$801 a \$1200	\$1201 o más	Promedio
72.75%	18.25%	9.00%	700
291	73	36	279833
1	2	3	

Gasto Diario –pax-			
\$50 o menos	\$51 a \$150	\$151 o más	Promedio
88.25%	9.75%	2.00%	45
353	39	8	18033
1	2	3	

La principal afluencia que se registra en los turistas que han visitado las playas, en general según el Gráfico A-1.20, es de un ingreso de \$300 a \$800 (73%) que permite al menos viajar una vez al año, luego de \$810 a \$1200 (18%) y de más de \$1200 (9%). El mayor gasto diario que se produce es durante un viaje de feriado o de fin de semana que es de menos de \$50 (88%), luego se presenta de \$51 a \$150 (10%) y de más de \$151 (2%).

Gráfico A-1.21. Ingreso Mensual y Gasto Diario en Las Peñas



Gasto Diario en Las Peñas																				
Ecuador			Imbabura			Pichincha			Otras Provincias			Colombia			Promedio					
\$50 o menos	\$51 a \$150	\$151 o más	\$50 o menos	\$51 a \$150	\$151 o más	\$50 o menos	\$51 a \$150	\$151 o más	\$50 o menos	\$51 a \$150	\$151 o más	\$50 o menos	\$51 a \$150	\$151 o más	Ecuador	Imbabura	Pichincha	Otras Provincias	Colombia	Total Gasto
3.00%	0.25%	0.00%	1.00%	0.25%	0.00%	1.00%	0.00%	0.00%	0.75%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	42	51	37	37	0	42
12	1	0	4	1	0	4	0	0	3	0	0	0	0	0	545	254	147	111	0	545

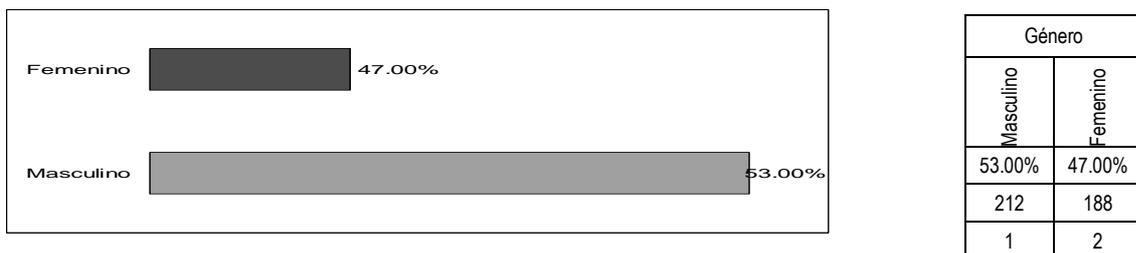
Ingreso Hogar según la Procedencia																				
Ecuador			Imbabura			Pichincha			Otras Provincias			Colombia			Promedio					
\$300 a \$800	\$801 a \$1200	\$1201 o más	\$300 a \$800	\$801 a \$1200	\$1201 o más	\$300 a \$800	\$801 a \$1200	\$1201 o más	\$300 a \$800	\$801 a \$1200	\$1201 o más	\$300 a \$800	\$801 a \$1200	\$1201 o más	Ecuador	Imbabura	Pichincha	Otras Provincias	Colombia	Total Ingreso
2.75%	0.50%	0.00%	1.00%	0.25%	0.00%	1.00%	0.00%	0.00%	0.50%	0.25%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	578	548	451	808	0	578
11	2	0	4	1	0	4	0	0	2	1	0	0	0	0	7515	2739	1802	2423	0	7515

Según el Gráfico A-1.21, para el interés del proyecto se conoce cuanto gastan (42\$) y el ingreso (578\$) en promedio de los turistas que han visitado la playa de Las Peñas.

**31.11. Género de las Personas que Viajan**

Sin que se aprecie amplia diferencia, hay más afluencia del género masculino (53%) y luego del género femenino (47%). Esto, según el Gráfico A-1.22.

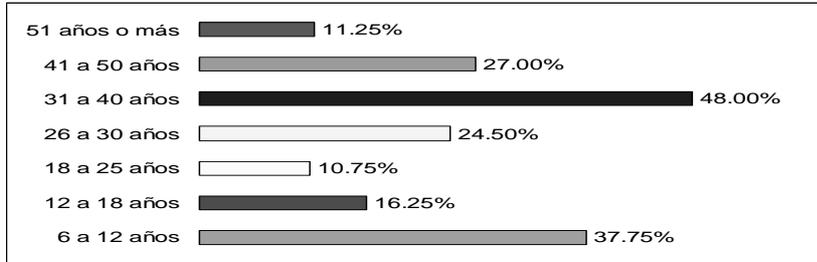
Gráfico A-1.22. Género



**31.12. Edad de Personas que Viajan**

La edad más representativa es de 31 a 40 años (27%) que es de adultos y mayormente padres jóvenes que disfrutan sus vacaciones en familia, luego se tiene de 6 a 12 años (22%), de 41 a 50 años (15%) similar a los de 26 a 30 años (14%), de 12 a 18 años (9%) con pequeña diferencia con los de 18 a 25 años (6%) y mas de 51 años (6%). Esto, según el Gráfico A-1.23.

Gráfico A-1.23. Edad de Personas que Viajan

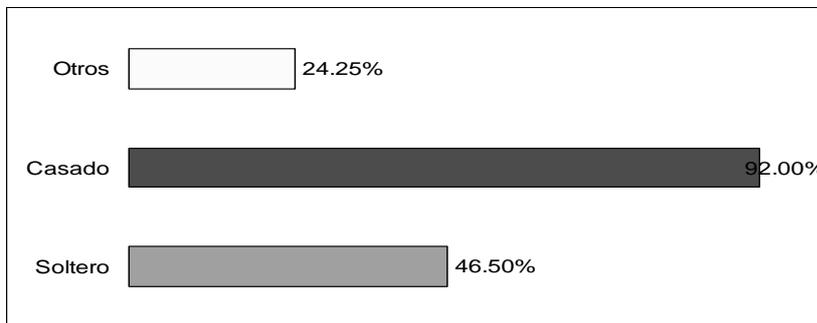


Edad de Personas que Viajan			
6 a 12 años	37.75%	151	1
12 a 18 años	16.25%	65	2
18 a 25 años	10.75%	43	3
26 a 30 años	24.50%	98	4
31 a 40 años	48.00%	192	5
41 a 50 años	27.00%	108	6
51 años o más	11.25%	45	7

**31.13. Estado Civil de Turistas**

Se observa la mayor presencia de personas casadas (57%), luego de solteros (29%) y de otros del 15% (divorcio, unión libre, viudez). Esto, según el Gráfico A-1.24.

Gráfico A-1.24. Estado Civil

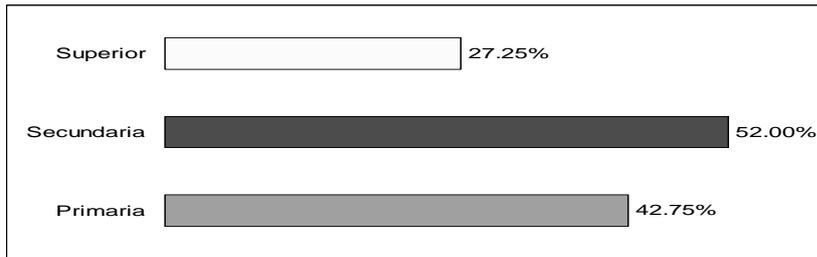


Estado Civil		
Soltero	Casado	Otros
46.50%	92.00%	24.25%
186	368	97
1	2	3

**31.14. Formación o Nivel de Instrucción**

La formación o nivel de instrucción que primero se presenta es de secundaria (43%), luego de primaria (35%) y de superior (22%). Esto, según el Gráfico A-1.25.

Gráfico A-1.25. Formación o Nivel de Instrucción



Formación		
Primaria	Secundaria	Superior
42.75%	52.00%	27.25%
171	208	109
3	4	5

### 32. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado tiene el propósito de orientar el esfuerzo del proyecto hacia turistas o población que se dirigen por turismo hacia la playa del Recinto Las Peñas, lugar al cual regresan o piensan regresar debido ha alguna razón o a la disposición con algún producto turístico en o desde la zona.

Los resultados de la Tabla A-1.9, sobre la segmentación de mercado que requiere el proyecto, se han obtenido al relacionar características elaboradas en el cuestionario o instrumento de recolección, con el cual se efectuó una encuesta a una muestra de 400 turistas representativa para el segmento potencial de población seleccionado y que es un instrumento para el análisis proporcional de la demanda.

Tabla A-1.9. Segmentación de Mercado para el Universo Muestral

Tipo de Segmento	Capacidad	Ocupación
Universo	100%	65.00%
Potencial	75 días	75 días
Disponibile	73,125	47,531
Demanda Insatisfecha 19.25%	14,077	9,150
Calificado		
Razón para Regresar 14.00%	10,238	6,654
Meta - 2007		
Disposición Producto Natural y Cultural 3%	2,194	1,426

En resumen, las características de segmentación de mercado fueron el lugar de procedencia, las playas visitadas, la razón para volver a las playas, la satisfacción turística y la disposición por producto turístico.

### 33. COSTO DE VIAJAR A LA PLAYA DEL RECINTO LAS PEÑAS

Al Recinto Las Peñas, con motivo de la investigación de campo, se viajó en los meses de julio, agosto y noviembre, realizando viajes de dos personas de tres días y por mes. Según la Tabla A-1.10, se realizaron consumos de alojamiento, alimentación dentro y fuera del lugar de alojamiento, movilización a la Tolita y zonas aledañas (Limonos, Canchimalero), artículos de uso personal y mantenimiento automotriz.

Tabla A-1.10. Costo de Viajar a la Playa del Recinto Las Peñas

CONSUMO	-PAX-	Días	PERÍODO DE VIAJE									DIARIO	TOTAL		
			Julio 2007			Agosto 2007			Noviembre 2007					\$	\$
			13	14	15	25	26	27	2	3	4				
PROMEDIO -PAX-			28.00	26.00	31.00	38.00	28.50	33.50	26.00	33.25	28.00	30.25	272.25		
TOTAL			56.00	52.00	62.00	76.00	57.00	67.00	52.00	66.50	56.00	60.50	544.50		
1	Hotelería			26.00	25.00		26.00	27.00		38.50	31.00	9.64	86.75		
	Alojamiento			25.00	25.00		25.00	25.00		30.00	30.00	8.89	80.00		
	Alimentos - Mañana									6.50		0.36	3.25		
	Bebidas - Agua			1.00			1.00	2.00		2.00	1.00	0.39	3.50		
												0.00			
2	Alimentación		16.00	26.00	17.00	11.00	31.00	10.00	7.00	18.00	5.00	7.83	70.50		
	Alimentos		11.00	21.00	15.00	8.00	16.00	5.00	4.00	10.00	4.00	5.22	47.00		
	Mañana			8.00	12.00		8.00	5.00			4.00	2.06	18.50		
	Tarde		5.00	8.00	3.00		8.00			10.00		1.89	17.00		
	Noche		6.00	5.00		8.00			4.00			1.28	11.50		
	Bebidas		5.00	5.00	2.00	3.00	15.00	5.00	3.00	8.00	1.00	2.61	23.50		
3	Gastos Varios		40.00		20.00	65.00		30.00	45.00	10.00	20.00	12.78	115.00		
3.1	Movilización a la Tolita									10.00		0.56	5.00		
												0.00			
3.2	Artículos de Uso Personal		20.00			5.00			5.00			1.67	15.00		
3.3	Mantenimiento Automotriz		20.00		20.00	60.00		30.00	40.00		20.00	10.56	95.00		
	Combustible		20.00		20.00	20.00		30.00	20.00		20.00	7.22	65.00		
	Super (\$2.00 galón)		10.00		10.00	10.00		15.00	10.00		10.00	3.61	32.50		
	Extra (\$1.75 galón)		10.00		10.00	10.00		15.00	10.00		10.00	3.61	32.50		
	Amortiguación y Engrasado de Ejes					40.00						2.22	20.00		
	Pastillas de Frenos								20.00			1.11	10.00		

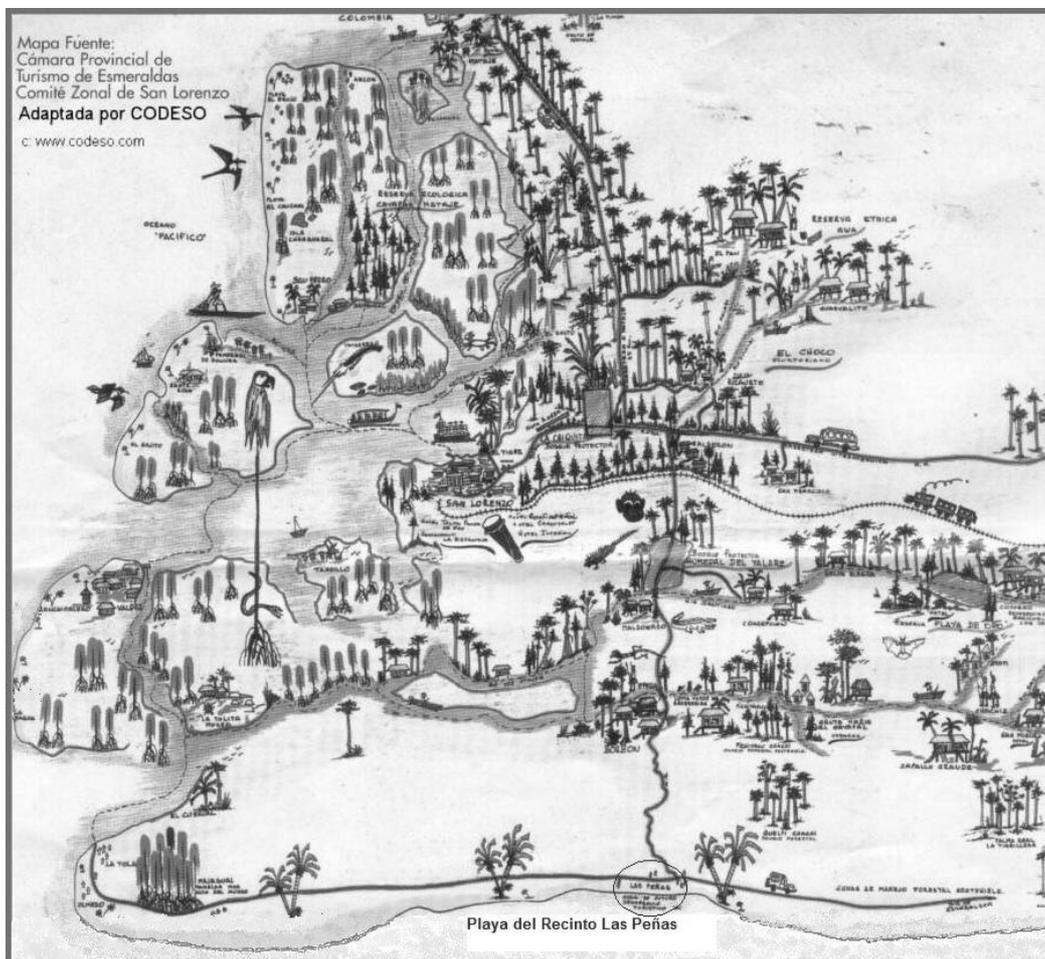
Los tres viajes realizados permiten determinar los promedios de gasto del viaje total, por viaje y por persona, y a su vez verifica que por persona se ha realizado un gasto diario menor a \$50; gasto en el cual, principalmente se observa en el consumo de alojamiento y de alimentos y bebidas. El consumo por alojamiento, se verifica que es en promedio de \$10 por persona. El consumo en alimentos y bebidas dentro y fuera del lugar de alojamiento, se valida que en promedio es de \$7 y \$8 por persona respectivamente, que es cercanamente superior al ingreso promedio por turista que perciben los establecimientos de venta de alimentos y bebidas.

Los demás consumos de \$12 por persona son parte del gasto que grupos de turistas normalmente considerarían para viajar por turismo a la playa y sus zonas de influencia.

### 34. POTENCIALIDAD DE LOS RECURSOS TURISTICOS

El Cantón Eloy Alfaro, la Parroquia La Tola y el Recinto Las Peñas, cuentan con diversos recursos turísticos y a su vez son vía de acceso a recursos de zonas de influencia en el norte y hacia el sur en la región occidental de la Provincia de Esmeraldas. Zonas que están provistas de planes de infraestructura turística en proceso de desarrollo que tienen la intención de ofrecer servicios e información de calidad, con lo cual su potencialidad se reflejaría en la motivación del turismo al prolongar su estancia y retornar para conocer y disfrutar de sus atractivos naturales. Lo que llevaría al turista, durante su estancia, a seleccionar y planificar, desde el lugar apropiado de alojamiento, actividades de descanso, de observación, de recreación y de investigación.

Imagen A-1.2. Recursos Turísticos de Cantones Eloy Alfaro y San Lorenzo



#### 34.1. DATOS GENERALES DEL CANTÓN ELOY ALFARO

- Localización:** Nor-Occidente de la Provincia de Esmeraldas.
- Fecha Cantonización:** 7 de octubre de 1941
- Cabecera Cantonal:** Valdez (Limonos)
- Límites:** N: Cantón **San** Lorenzo

	S: Cantón Río Verde
	E: Provincias de Carchi e Imbabura O: Océano Pacífico
<b>Parroquias:</b>	Valdez, Anchayacu, Atahualpa, Borbón, La Tola, Luis Vargas, Maldonado, Pamponal de Bolívar, San Francisco de Onzole, Santo. Domingo de Onzole, Selva Alegre, San José de Cayapas, Colón, Timberé.
<b>Parroquias:</b>	1 urbana; 14 rurales
<b>Superficie:</b>	4.302 km <sup>2</sup>
<b>Población:</b>	33.403 hab.
<b>Densidad Poblacional:</b>	7, 8 hab. / km <sup>2</sup>

#### 34.2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN ELOY ALFARO

<b>Cordilleras:</b>	Cayapas — Toisón
<b>Colinas:</b>	
<b>Desfiladero:</b>	
<b>Laguna:</b>	De la Ciudad
<b>Riachuelos:</b>	Onzole, San Miguel, Najurongo, Los Atajos, Zaspi
<b>Ríos:</b>	Santiago, Cayapas
<b>Cascadas:</b>	Salto del Tigre
<b>Bosque:</b>	Húmedo Tropical, Seco Tropical
<b>Manglar:</b>	Majagual
<b>Playas:</b>	Las Peñas, Olmedo
<b>Acantilados:</b>	
<b>Bahías:</b>	
<b>Cabos:</b>	
<b>Ensenadas:</b>	
<b>Puntas:</b>	Bolívar
<b>Estrechos:</b>	
<b>Canales:</b>	De la Caída, Bolívar
<b>Esteros:</b>	Mangonera, Molinita-Majahual, Santa Rosa, El Viento, Panadero, Casa de Pargo, Caraño, El Rey
<b>Cuevas:</b>	Del Amor
<b>Islas:</b>	La Tolita, Pampanal, Canchimalero
<b>Archipiélagos:</b>	
<b>Reserva Ecológica:</b>	Cayapas - Mataje
<b>Reserva Biológica:</b>	Awa, Majagual

### **34.3. CONDICIONES DE LOS RECURSOS ECOTURÍSTICOS**

El cantón Eloy Alfaro, como para el proyecto de factibilidad, tiene considerado como principales recursos turísticos a la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje, el atractivo Eco-Cultural La Tolita y la playa del Recinto Las Peñas.

#### **34.3.1. Clima**

El clima del área de influencia del proyecto, varía de acuerdo a las diversas zonas del cantón. Es seco tropical, sub — húmedo, subtropical húmedo y subtropical muy húmedo. La temperatura promedio anual es de 23 grados centígrados; y la precipitación media anual es de 2000 mm y aumenta hacia el este, en donde las precipitaciones son cercanas a 4000 mm.

#### **34.3.2. Paisaje Natural**

El impacto visual que el sector causa en el visitante, es la extensa playa que esta rodeada de innumerables palmeras, en donde se observa una gran cantidad de aves. Uno de los potenciales más grandes de la zona es su riqueza forestal, especialmente la calidad de paisaje que presenta la Reserva Ecológica Cayapas - Mataje, cuyo bosque y manglar es uno de los puntos de mayor biodiversidad del país.

#### **34.3.3. Flora y fauna**

Dentro del cantón de Eloy Alfaro existe gran variedad de especies de flora y fauna, debido a la presencia de la Bio-región del Chocó, considerado uno de los 10 "hot spots" (puntos calientes) en el mundo, por lo que constituye uno de las regiones más ricas en biodiversidad y a la vez una de las más amenazadas por el hombre, existen bosques de copas densas, cuyos troncos superan el metro de diámetro y los 25 m de altura. Predominan los matapalos, musgo, lianas y bejucos que forman un manto impenetrable y se pintan de mil colores de orquídeas y bromelias.

En los bosques de tierra firme existen varias especies maderables como son: chapul, cuangaré, sande, guayacán, caoba y cedro. Cabe mencionar que e bosque de mangle es un importante ecosistema ya que aportan una grar cantidad de nutrientes en forma de hojarasca que, descompuesta pasa a se; parte de detrito, alimento base para camarones, conchas, cangrejos, y peces pequeños, que son a la vez alimento de peces.

En esta zona, se debe anotar que se registran 24 especies de crustáceos los principales: conchas macho y hembra, cangrejos azul, jaiba, almeja; 173 especies de aves, existe la presencia del ave más poderosa del mundo, la arpía, es el albergue del pavón grande, garzas blancas, 53 especies de mamíferos entre los más representativos los tigrillos, jaguares, un pequeño osc hormiguero que se alimenta de las ramas de los manglares; 22 especies de reptiles, las más comunes son las boas, lagartos, caimanes, iguanas verdes, etc.

#### 34.3.4. Hidrología

El sistema hidrográfico más importante lo constituye la cuenca del río Cayapas, que recoge las aguas de los ríos Santiago, Onzole y San Miguel. Además en su desembocadura al Océano Pacífico recibe el aporte de otros ríos Najurungo, Los Atajos y Zaspi, que riega el suelo dándole fertilidad y riqueza.

#### 34.3.5. Morfología

El territorio es en general plano con pequeñas elevaciones que no superan los 50 mts. sobre el nivel del mar. Las zonas de manglar presentan un relieve con pendiente general de 5% y una dinámica especial por el periódico ingreso y retroceso de las mareas.

#### 34.3.6. Atractivos Turísticos Culturales:

<b>Arquitectura Civil:</b>	Parques, Limones, Municipio, Estación Forestal La Chiquita.
<b>Arquitectura Religiosa:</b>	San Martín de Porres.
<b>Sector:</b>	
<b>Sitio Arqueológico:</b>	La Tolita
<b>Museos:</b>	
<b>Históricos:</b>	
<b>Técnicos:</b>	
<b>Etnográficos:</b>	De sitio La Tolita
<b>Grupos Étnicos:</b>	Negros de Esmeraldas, Chachis, Awa
<b>Arquitectura Vernácula:</b>	La Peñas y La Tolita (casas en chonta y paja)
<b>Manifestación Cultural:</b>	Nuestra Señora del Carmen (Julio 16); Fiesta De las Mercedes (Sep. 24); Santa Rosa de Lima Y San Ramón (Agosto 30); San Luis, San Gregorio, San Pedro, San Juan, Homenaje Religioso de San Martín de Porres (Noviembre 3) en la Isla de Canchimalero.
<b>Música y danza:</b>	La marimba esmeraldeña; agua larga, fabliciano, décimas, chigualos, caderona, andaule, bambucos.
<b>Tejidos:</b>	Redes, tejidos de sobrero con pelo de coco
<b>Gastronomía:</b>	Tapado de pescado, ceviches, arroz marinero, encocados, cazuela de pescado, menestra con arroz, cangrejo relleno, viche, majajas, pusandao, patacones, botones, empanadas de verde, cocadas, caipiriña, batidos de frutas.
<b>Acont. Programados:</b>	Fundación del Recinto Las Peñas (Octubre 9), Cantonización de Eloy Alfaro (Octubre 7); Independencia de Esmeraldas (Agosto 5); Fundación de Esmeraldas (Septiembre 21); Provincialización (Mayo 7)

### **34.3.7. Contacto Cultural**

La población negra del sector es mayoritaria y existen estudios antropológicos que han determinado el aporte de lo negro a la cultura ecuatoriana.

En la Isla de La Tolita existen 16 tolas que son montículos de tierra, su función principal era para enterrar a los muertos de las culturas que se asentaron en la zona.

En la Reserva Ecológica Cayapas Mataje se encuentran las nacionalidades Chachi o Cayapa (siete mil habitantes) y Awa. Sus idiomas oficiales son el Chápalas, y el Awapi respectivamente. Los Awa, que comparten territorio con la provincia del Carchi, suman cerca de cuatro mil nativos.

La Nacionalidad Awá es un pueblo de raíces ancestrales, que viven bajo propias costumbres, normas, usos y derecho propio. Su filosofía es amar, cuidar y defender a nuestro territorio, todas las vidas presentes en su seno, su biodiversidad y toda su inmensa riqueza natural como es el agua, la flora y la fauna. Su objetivo es vivir en armonía con la MADRE SELVA, aprovechar todo lo que su generosidad nos ofrece para nuestra vida y CONSERVARLA para que todas las vidas presentes se mantengan de generación a generación.

Así han vivido por miles de años antes de la conquista española. Se encuentran divididos por fronteras impuestas a nivel internacional, sus hermanos viven al sur de Colombia y habitan en las provincias del Carchi, Esmeraldas e Imbabura. Su proceso organizativo es milenario, fueron reconocidos por parte del Estado ecuatoriano a partir de la década de los ochenta. El proceso de delimitación y titulación inicia en el año de 1987, fecha en la cual la Dirección Nacional Forestal y el Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización declaran a nuestro territorio como “RESERVA ÉTNICA FORESTAL AWÁ KWAIKER”.

En la actualidad su nacionalidad ubicada en las provincias de Esmeraldas, Carchi e Imbabura se encuentra bajo fuertes presiones externas por parte de empresas madereras, palmicultoras, agrícolas, mineras, traficantes de tierras, etc., con el fin de extraer los recursos naturales de nuestro territorio y de apoderarse de nuestras tierras. Sus comunidades Awá y su territorio ancestral son irrespetados de manera permanente por los actores mencionados, que en conjunto han destruido casi toda la vegetación originaria de la zona, lo que ha traído graves efectos negativos como la contaminación de los cauces de agua, la desaparición de especies de flora y fauna importantes para el sustento de vida de las comunidades (caza, pesca, recolección de frutas, fibras, medicinas, etc.). Nosotros manejamos nuestro territorio y sus recursos naturales en forma sustentable.

Su posesión ancestral legítima se encuentra amparada por la Constitución vigente en los Arts. 1, 44, 83, 84, 191; y por el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo suscrito y

ratificado por el Ecuador que garantiza su “propiedad imprescriptible”, entre otros instrumentos internacionales, que tratan sobre tierras comunitarias, inalienables, inembargables e indivisibles.

#### **34.3.8. Hábitat del Ser Humano**

Según el censo de 2001, en el Cantón Eloy Alfaro, la PEA (de 5 años y más) era de 10.803 personas, la escolaridad media es de 4,1%, la población por sexo es de 17. 528 hombres y 15.875 mujeres.

Según el INEC, de la PEA de la provincia (127.914 personas) el 37,6% trabaja en la agricultura, pescadores, son obreros en el tratamiento de la madera y fabricación de alimentos, bebidas, tabaco, papel, caucho cartón, etc. El 18,5% trabaja en servicios, el 15,8% son comerciantes y vendedores; el 9,6% son trabajadores de actividades no bien definidas, el 5,6% construcción, el 5,5% manufactura, el 3,6% en transporte, el 1,9% establecimientos financieros, el 0,9% es trabajador nuevo, el 0,8% Electricidad y gas y el 0,3% en la explotación de minas y canteras. En lo referente a servicios básicos el 10.5% de la población cuenta con telefonía, el 62,9% posee energía eléctrica, el 22.9% registra eliminación de basura, el 34,2% posee agua potable y el 22,6% tiene eliminación de aguas servidas.

Las playas de Atacames y Súa son las que disponen de mayor número de servicios hoteleros, desde cabañas familiares junto al mar, hasta modernos hoteles dotados de piscinas y otros servicios como hotel Club del Pacífico, Castelnuovo, Casablanca.

La provincia de Esmeraldas registra 260 establecimientos de alojamiento con 4276 habitaciones y 13817 plazas. Establecimientos de alimentos y bebidas 139 con 1329 mesas y 5298 plazas, se encuentran registradas 3 agencias de viajes duales.

#### **34.3.9. Condiciones Eco-Salubres**

En servicios básicos, la gran mayoría de la población no cuentan con servicio de agua potable, no existe un sistema de eliminación de aguas servidas y se esta implementando un sistema de eliminación de basura.

#### **34.3.10. Accesibilidad**

Para acceder a la playa del Recinto Las Peñas, las principales vías de acceso son las carreteras Ibarra - San Lorenzo y del Pacífico, estas vías están en perfectas condiciones, tiene señalización y es pavimentada, pero carece de gasolineras lo que dificulta el abastecimiento de combustible, para este problema, en el trayecto hay casas que ofertan este producto.





















































































## ANEXO - 2

### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### CUESTIONARIO SOBRE CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO HACIA LA PLAYA DEL RECINTO LAS PEÑAS

Encuesta No. \_\_\_\_\_

La presente encuesta se realiza con la finalidad de recopilar y analizar ciertas características importantes que hacen de la Playa del Recinto “Las Peñas” una zona de turismo atractivo.

1. ¿Cuál es su procedencia ? \_\_\_\_\_
2. ¿Cuáles playas ha visitado ?  
Si es un turista que visita por primera vez el Recinto Las Peñas, se referirá solo a las demás playas.
  1. Las Peñas
  2. Atacames
  3. Tonsupa
  4. Salinas
  5. Otras
3. ¿Cuánto tiempo ha permanecido en la playa ? \_\_\_\_\_
  1. 2 a 3 días
  2. 4 a 6 días
  3. 7 días o más
4. ¿Por qué razón volvería a visitar estas playas ?
  1. Faltó tiempo
  3. Diversidad de atractivos
  5. No volvería
  2. Precio
  4. Seguridad
5. ¿Cuántas veces al año viaja a la playa por turismo ? \_\_\_\_\_
  1. Una
  2. Dos
  3. Tres
  4. Cuatro
6. ¿En qué meses del año prefiere visitar la playa por turismo ?
  1. Enero
  4. Abril
  7. Julio
  10. Octubre
  2. Febrero
  5. Mayo
  8. Agosto
  11. Noviembre
  3. Marzo
  6. Junio
  9. Septiembre
  12. Diciembre
7. ¿Cuál es el motivo de visitar la playa “Las Peñas” ?
  1. Vacación
  2. Negocio
  3. Ecoturismo
8. ¿Que factor influye para visitar la playa ?
  1. Ubicación
  4. Clima
  7. Alojamiento Disponible
  2. Facilidad de acceso
  5. Contacto con naturaleza
  8. Precio
  3. Variedad de destinos a visitar
  6. Contacto Cultural
  9. Seguridad
9. ¿Cuál es el grado de satisfacción turística ?
  1. Totalmente satisfecho
  2. Medianamente satisfecho
  3. No satisfecho
10. ¿Cuál es su disposición hacia un tipo de producto turístico ?
 

	AGRADA	NO AGRADA	NO CONOCE
Cultural			
Ecológico			
Sol y mar			
11. ¿Quién influyó para realizar el viaje ?
  1. Agencia de turismo
  3. Internet
  5. Familia(res)
  2. Fuente biográfica
  4. Amigos

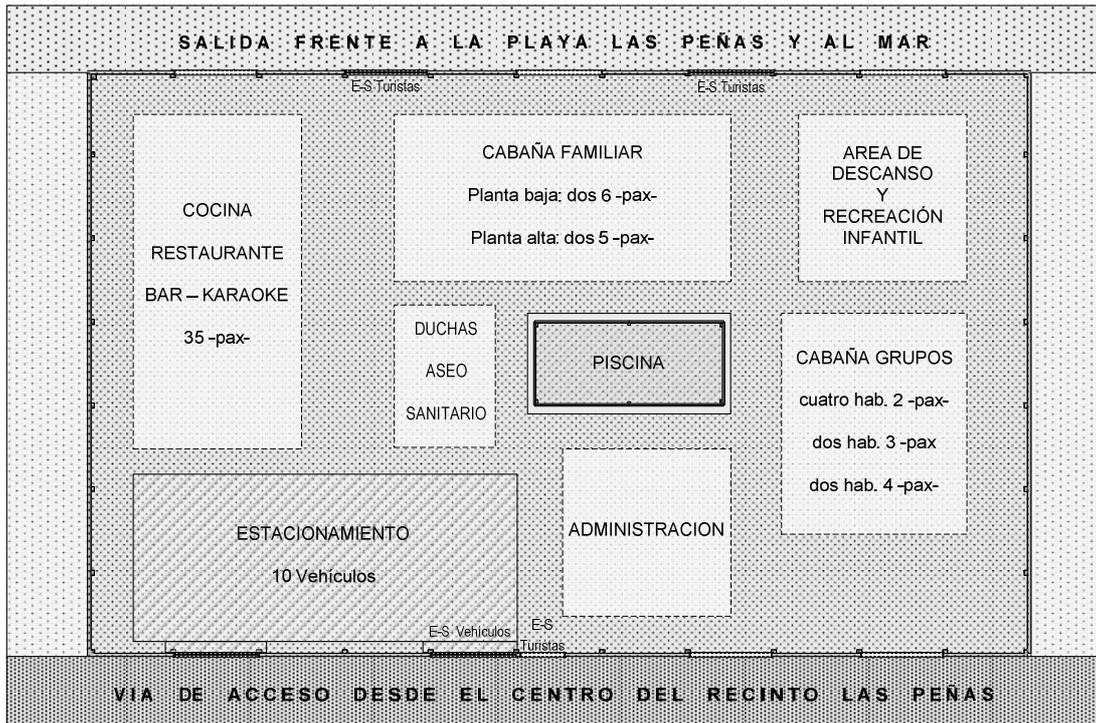
12. ¿ Quiénes participan en el viaje de turismo ?
- |            |         |          |
|------------|---------|----------|
| 1. Amigos  | 3. Papá | 5. Otros |
| 2. Hijo(s) | 4. Mamá |          |
13. ¿Cuántas personas forman el grupo de viaje? \_\_\_\_\_
- |              |              |                |                 |
|--------------|--------------|----------------|-----------------|
| 1. 2 a 5 pax | 2. 6 a 9 pax | 3. 10 a 15 pax | 4. 16 pax o más |
|--------------|--------------|----------------|-----------------|
14. ¿Cuál es el gasto diario aproximado por persona ? \_\_\_\_\_
- |                 |                 |                |
|-----------------|-----------------|----------------|
| 1. Menor a \$50 | 2. \$50 a \$150 | 3. \$151 o más |
|-----------------|-----------------|----------------|
15. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensual en su hogar ? \_\_\_\_\_
- |                  |                   |                 |
|------------------|-------------------|-----------------|
| 1. \$400 a \$800 | 2. \$801 a \$1200 | 3. \$1201 o más |
|------------------|-------------------|-----------------|
16. Género :
- |             |              |
|-------------|--------------|
| 1. Femenino | 2. Masculino |
|-------------|--------------|
17. ¿ Qué edad tienen las personas que viajan ?
- |                 |                 |                 |                  |
|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 1. 6 a 12 años  | 3. 18 a 25 años | 5. 31 a 40 años | 7. 51 años o más |
| 2. 11 a 18 años | 4. 26 a 30 años | 6. 41 a 50 años |                  |
18. ¿Cuál es su estado civil ?
- |            |           |                 |
|------------|-----------|-----------------|
| 1. Soltero | 2. Casado | 3. Otro : _____ |
|------------|-----------|-----------------|
19. ¿Cuál es su formación o nivel de instrucción?
- |             |               |             |
|-------------|---------------|-------------|
| 1. Primaria | 2. Secundaria | 3. Superior |
|-------------|---------------|-------------|

## ANEXO - 3

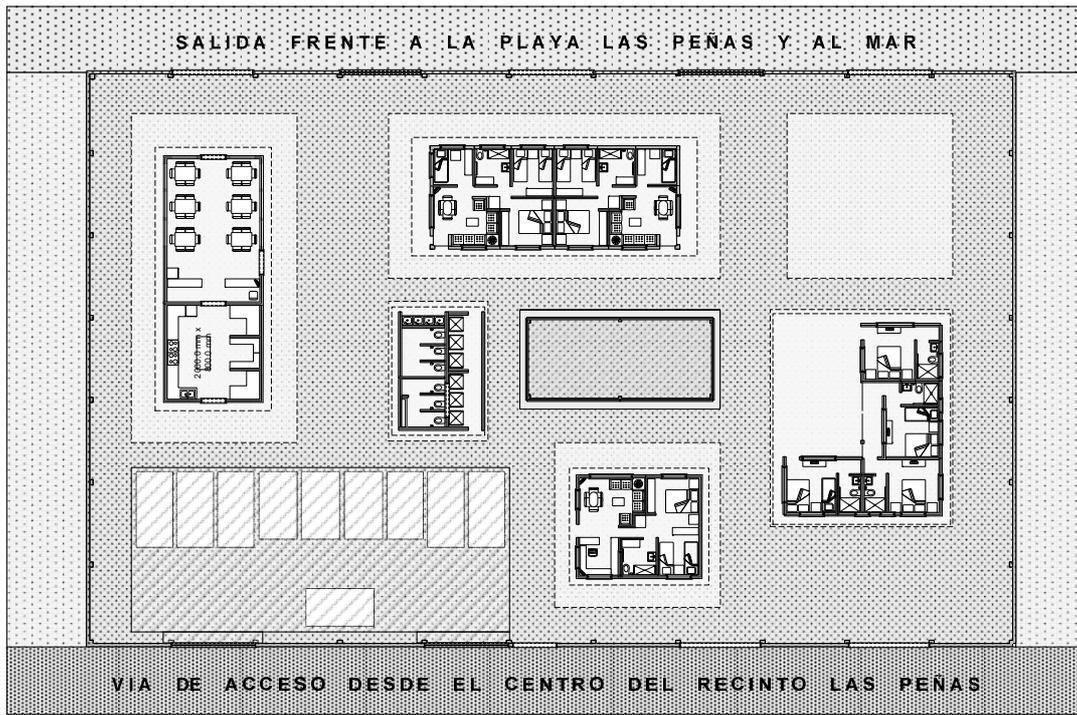
### DISEÑO FÍSICO DE ESTRUCTURA DE ALOJAMIENTO

#### 35. DISTRIBUCIÓN GENERAL

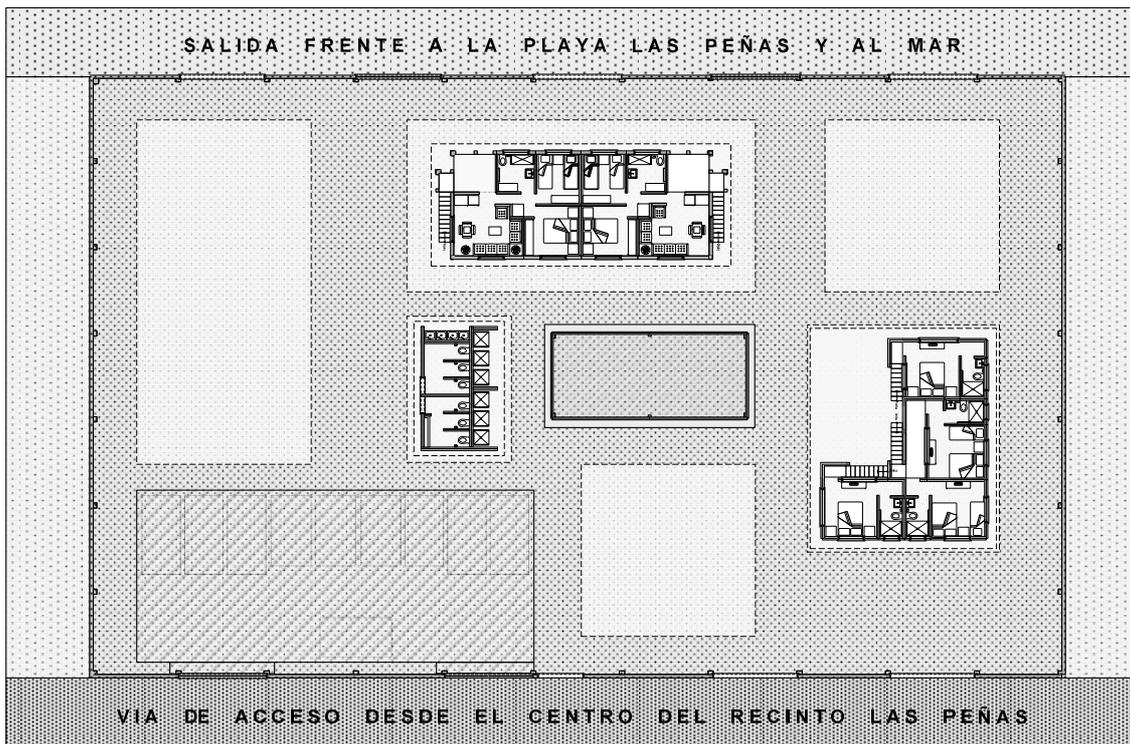
Diseño A-3.1. Áreas Físicas del Proyecto



Diseño A-3.2. Servicios y Planta Baja de Alojamiento

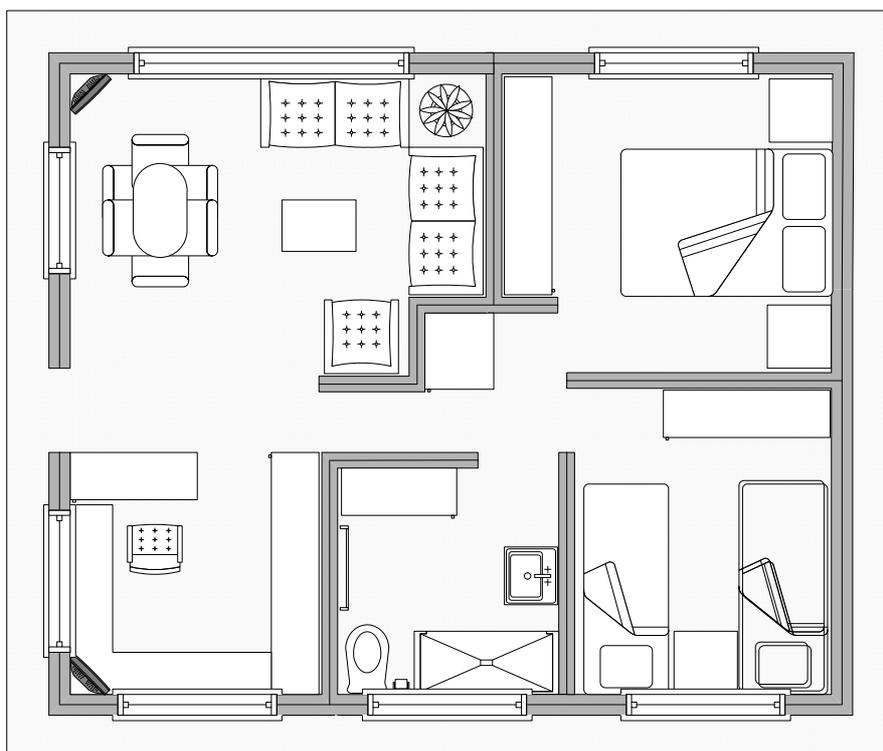


Diseño A-3.3. Servicios y Planta Alta de Alojamiento



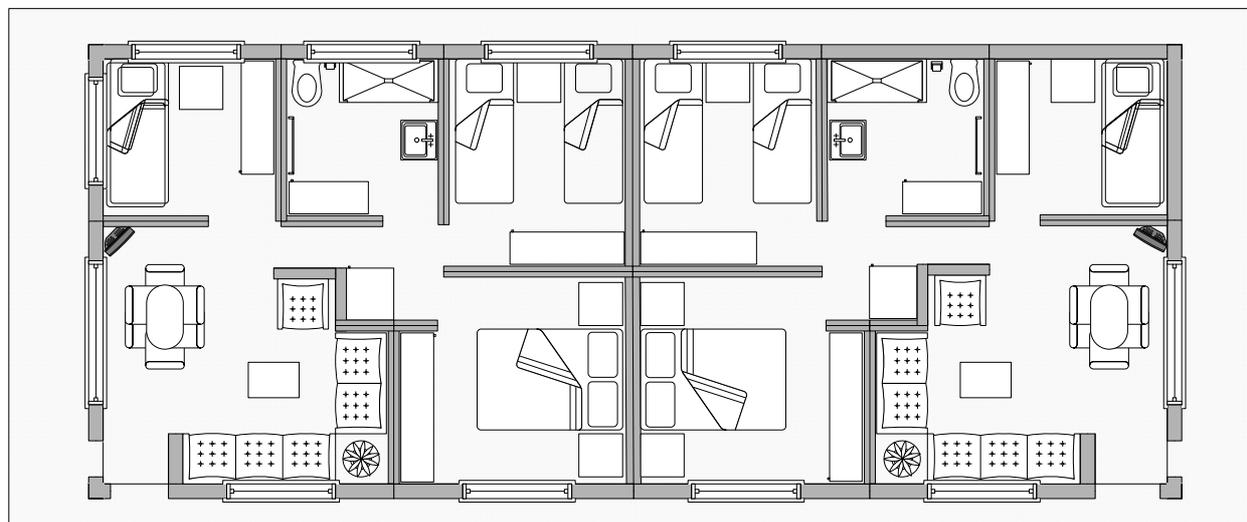
### 36. CABAÑA DE ADMINISTRACIÓN y MANTENIMIENTO

Diseño A-3.4. Administración

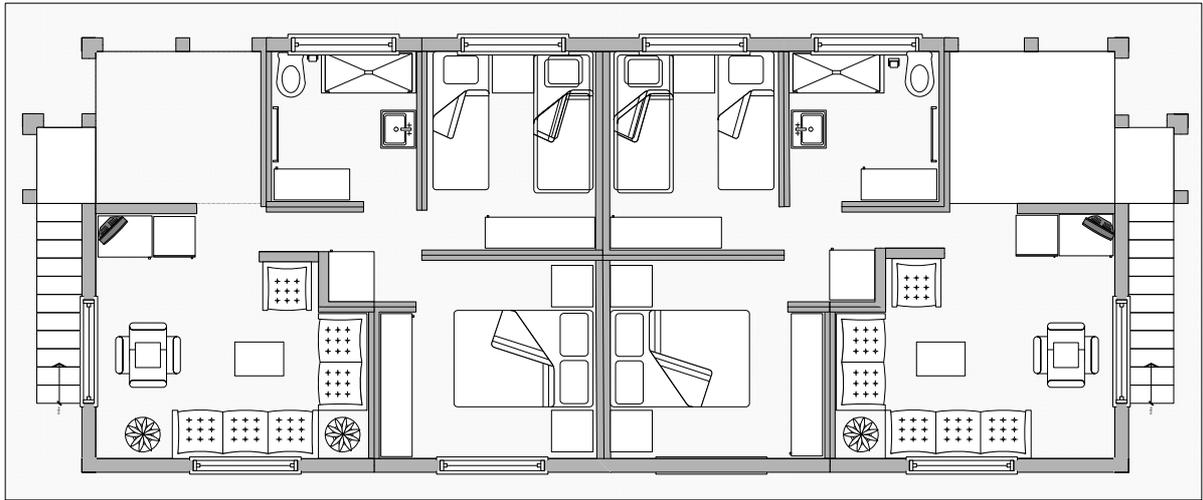


### 37. CABAÑA FAMILIAR

Diseño A-3.5. Cabaña Familiar – Planta Baja

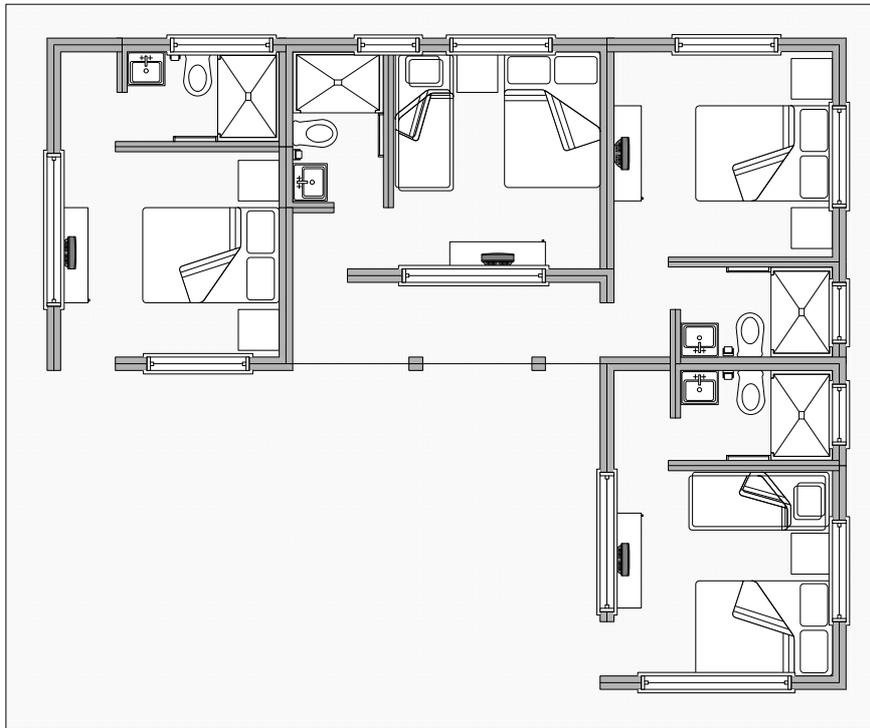


Diseño A-3.6. Cabaña Familiar – Planta Alta

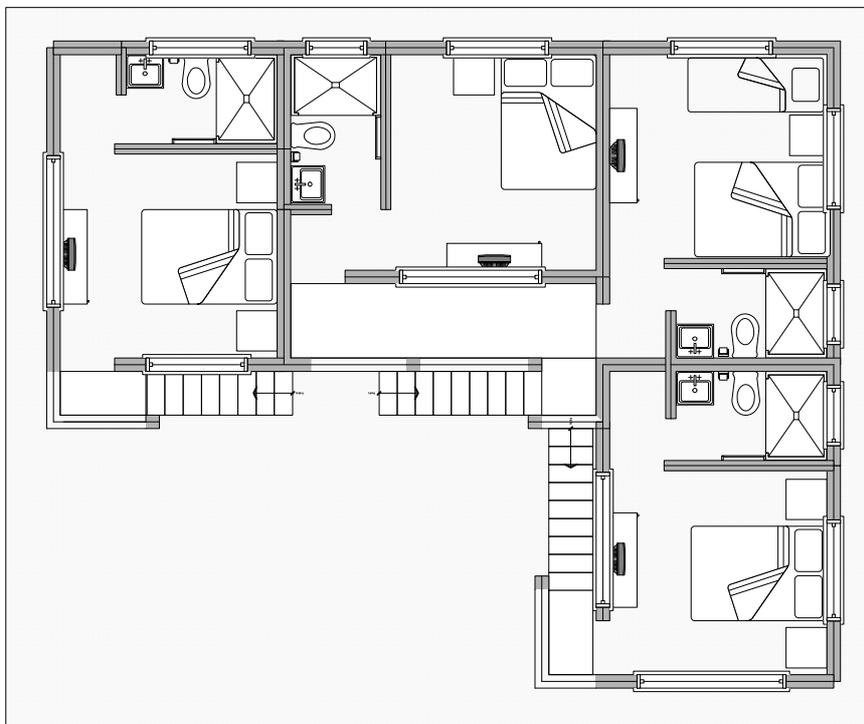


### 38. CABAÑA DE GRUPOS

Diseño A-3.7. Cabaña de Grupos – Planta Baja

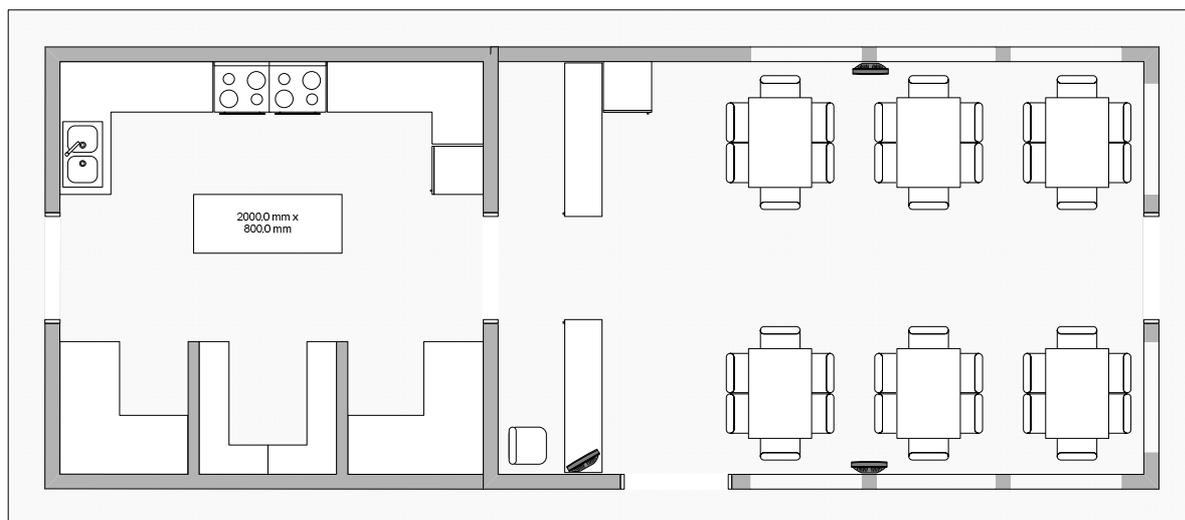


Diseño A-3.8. Cabaña de Grupos – Planta Alta



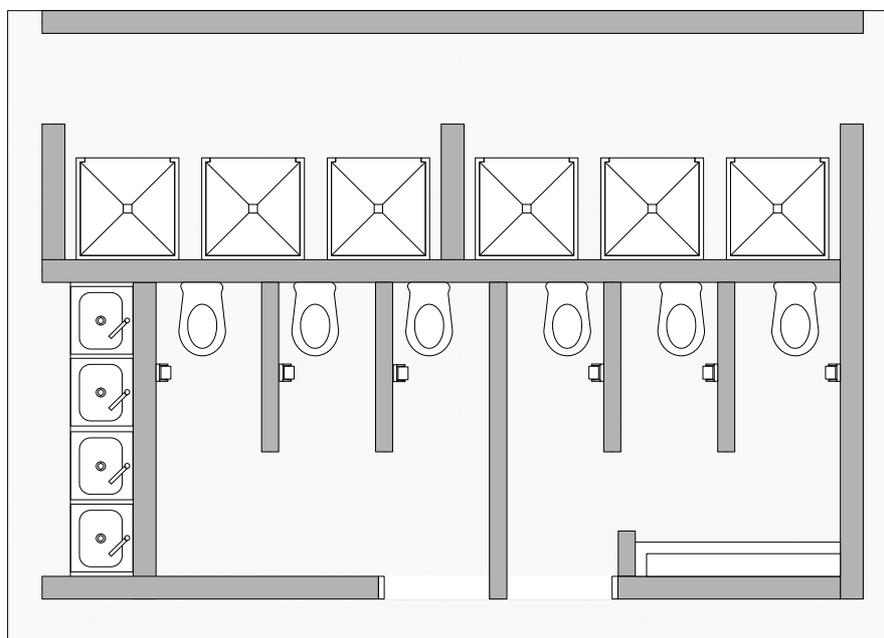
### 39. COCINA Y RESTAURANTE-BAR-KARAOKE

Diseño A-3.9. Cocina y Restaurante-Bar-Karaoke



### 40. APOYO AL SERVICIO DE RESTAURANTE Y PISCINA

Diseño A-3.10. Servicio de Aseo y Duchas



## RECURSOS

- Un Investigador : quien realizará el estudio de campo y análisis de información, con el apoyo de la elaboración de tabulaciones de datos sobre la información obtenida de encuestas.
- Un Encuestador : quien recabará, en base a un cuestionario, la información que requiere el investigador para las tabulaciones de datos y análisis de información.
- Un Computador Personal : para la elaboración del plan de tesis, del cuestionario para recopilación de información, de la tabulación y del análisis estadístico-financiero de información, de los informes de avances y final del proyecto de tesis, y para la investigación de información en sitios web de la Red Internet.
- Software de Apoyo : para la elaboración de tabulaciones y análisis de información y los informes del plan, avances y final del proyecto de tesis.
- Conexión Banda Ancha (128x64 kbps): que se incorpora al computador personal para la consulta de información en sitios web.
- Accesorios de Oficina : para la recopilación de información y presentación los informes del plan, avances y final del proyecto de tesis. Entre los principales se tiene hojas tamaño A4, folder, esfero, lápiz, regla, borrador, perforadora, engrapadora, etc.
- Fuentes de Consulta: constituido por el material (original, copias y electrónico) que se adquiere en organismos de turismo, de estadísticas, bibliotecas y sitios web.
- Presupuesto Aproximado : \$500, incluye principalmente los costos de conexión a la Red Internet, accesorios de oficina, material de investigación y costo de movilización-estadía-alimentación en la zona del proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

### FUENTES DE CONSULTA E INVESTIGACION

- BRICEÑO, Pedro; Administración y Dirección de Proyectos; Editorial McGraw-Hill; Chile; 2da. Edición; 1996.
  
- ROMERO, Juan F. Gestión de Servicios Turísticos. Conferencias de cátedra. Curso de Master en Gestión Turística. Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito-Ecuador, 2004.
  
- RAMIREZ C., César ; "La Modernización y Administración de EMPRESAS TURÍSTICAS' – Primera Edición – Editorial Trillas – México – Octubre de 1994.
  
- CÁRDENAS T., Fabio; Proyectos Turísticos; Localización e inversión; Editorial Trillas; México; Mx.; 1994.
  
- MINISTERIO DE TURISMO, Reglamentos y Normas Técnicas de Actividades y Operación de Turismo.
  
- MINISTERIO DE TURISMO, Inventario de Atractivos Turísticos, Estévez Germanía.
  
- INEFAN – CEANM; Reserva Ecológica Manglares Cayapas–Mataje .
  
- OMT, Introducción al Turismo.
  
- OMT, Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal.
  
- FUNDACIÓN NATURA, Introducción a los Métodos de Evaluación de Impactos Ambientales.
  
- REGISTRO, Oficial; Ley Especial de Desarrollo Turístico.

- Instituto de Estadísticas y Censos, sitio web, información del Censo Poblacional y Vivienda del 2001.
- Tramitología de Actividades Turísticas, Corporación Metropolitana de Turismo, sitio web.