



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR**  
**LICENCIATURA EN TURISMO**

**“Propuesta de readecuación de un centro de facilitación turística y deportes acuáticos, en la zona de playa de la cabecera parroquial Chanduy”**

**TESIS DE GRADO**

Previa la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN TURISMO**

Presentada por:

**Paul Jefferson Naranjo Paredes**

**Karla Lucía Ramírez Iñiguez**

**Azalia Idalia Villón Cruz**



**LICTUR - BIBLIOTECA**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2008**

*A.F. 135785*



**Δ F 135785**

## AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fortaleza necesaria para salir adelante.

A mi director de tesis Ms. Jerry Landivar por su tiempo y dedicación.

A mis profesores Carla, Paola, Peter y Alejandro por guiarme en estos 4 años de carrera y saber fomentar el deseo de superación.

A Christian por tolerar mis malos momentos y saber entenderme.

A Estrella y Beto quienes siempre pasaron junto a mí las malas noches

Karla Ramírez Iñiguez.

A Dios.

A mi director de tesis Ms. Jerry Landivar.

A todos mis profesores de la carrera.

Paul Naranjo Paredes.

Al MSc. Jerry Landívar, director de mi tesis, por su tiempo y excelente guía, a los profesores por compartir sus conocimientos y experiencias, A Karla Ramírez, amiga y compañera de tesis, quien supo guiarme durante todo este tiempo, finalmente a mi prestigiosa universidad por brindarnos la valiosa oportunidad de llevar a cabo mis estudios.

A todas las personas e instituciones, que contribuyeron de una u otra forma para la culminación de esta tesis.

Azalia Villón Cruz.

## DEDICATORIA

A mi abuelito Ricardo y mi tío Jorge por cuidarme y guiarme siempre.

A mi mami y mi papi quienes les debo todo lo que soy, lo que seré y que han sabido guiarme con dulzura, amor y fortaleza.

A la Lcda. Adda Quintero, quien con su amor e inmenso cariño supo colocar en mí la semilla del respeto, amor y conocimiento.

Karla Ramírez Iñiguez.

A mi abuelo Francisco por  
cuidarme y guiarme siempre  
después de su partida.

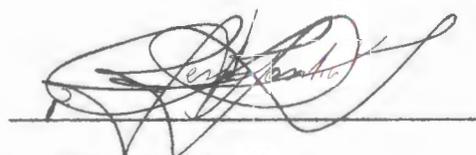
A mi madre y hermana quienes les  
debo todo.

Paul Naranjo Paredes.

Dedico esta tesis, primero a Dios, quien fue y será siempre mi guía en la vida y sobre todas las cosas por sus inmensurables bendiciones.

A mis queridos padres, José y Yusti, que con su amor, comprensión y confianza me brindaron todo su apoyo moral y económico en todo momento durante mis estudios y culminación exitosa de ésta investigación. A mis hermanos, José y Joicy, quienes contribuyeron con su apoyo para poder culminar esta meta.

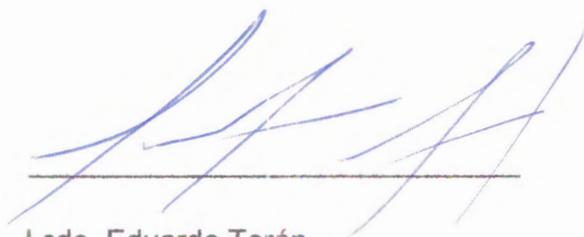
Azalia Villón Cruz.



**Ing. Ecuador Marcillo**  
**Presidente del Tribunal**



**M.Sc. Jerry Landívar**  
**Director de Tesis**



**Lcdo. Eduardo Terán**  
**Miembro Principal**

**DECLARACIÓN EXPRESA**

"La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL".



Karla Ramírez Iñiguez



Paul Naranjo Paredes



Azalia Villón Cruz

## RESUMEN

La presente investigación propone la readecuación de lugar que preste facilidades turísticas para el desarrollo de deportes acuáticos y actividades de sol y playa en la zona playera de la cabecera parroquial Chanduy. Estos servicios turísticos, se los ha propuesto basado en las encuestas y estudios realizados como: competencia actual y potencial. Estas facilidades o servicios desarrollarán la actividad turística del lugar, promoviendo así nuevas tendencias en los viajeros.

Chanduy es visitado año a año por miles de excursionistas provenientes principalmente de Guayaquil, quienes arriban al destino en los llamados tours. Aquí realizan las actividades tradicionales que los destinos playeros ofrecen, sin embargo el 85% de la demanda actual mostró interés en utilizar los servicios de un sitio que les ofrezca deportes acuáticos como: sky acuático, pesca artesanal, volley playero y parapente náutico; y la demanda potencial respondió que un 59% de los usuarios estaría dispuesto a usar los servicios. Siendo los deportes que les gustaría realizar: parapente náutico, fútbol playero y kayak.

El estudio económico se realizó para cinco años y los impactos ambientales con sus medidas de mitigación para las etapas de: investigación, construcción, ejecución y abandono, para la misma cantidad de tiempo.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1.- ASPECTOS GENERALES .....	2
1.1    Aspectos geográficos .....	2
1.2    Aspectos históricos.....	7
1.3    Aspectos socio-económicos .....	11
CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO.....	14
2.1    Análisis de la oferta turística.....	14
2.1.1    Análisis de atractivos turísticos.....	15
2.1.2    Análisis de la infraestructura .....	17
2.1.3    Análisis de la planta turística.....	19
2.2    Análisis de la demanda turística .....	21
2.3    Análisis FODA .....	23
2.4    Análisis estratégico del producto propuesto .....	25

2.4.1	Análisis del entorno competitivo .....	32
	GENERAL VILLAMIL PLAYAS .....	34
	PLAYA CHIPIPE.....	51
2.4.2	FODA .....	66
CAPITULO 3.- ESTUDIO TÉCNICO.....		68
3.1	Tamaño y localización .....	68
3.2	Determinación de los servicios y actividades a desarrollarse.....	74
3.3	Características de las instalaciones turísticas .....	85
3.4	Descripción del equipamiento turístico. ....	88
3.5	Evaluación de impactos ambientales.....	90
CAPÍTULO 4. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO ....		101
4.1	Estructura organizacional .....	101
4.2	Estrategias de comercialización.....	108
4.3	Plan de promoción .....	109
CAPITULO 5. ASPECTOS FINANCIEROS.....		120
5.1	Costos .....	120
5.2	Inversiones .....	121
5.3	Plan de financiamiento .....	122
5.4	Proyección de estados de pérdidas y ganancias.....	123

CONCLUSIONES.....	132
RECOMENDACIONES.....	135
ANEXOS.....	137
BIBLIOGRAFÍA.....	156

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Detalle de atractivos turísticos de Chanduy y las zonas aledañas.	15
Tabla 2.- Planta turística de Chanduy.....	20
Tabla 3: Análisis FODA de la Playa de la Zona de Estudio. ....	23
Tabla 4. Cálculo del tamaño de la muestra para diversos niveles de error... 26	
Tabla 5: Principales servicios requeridos por la demanda actual del destino	27
Tabla 6: Servicios recreativos en la playa.....	36
Tabla 7 Vendedores ambulantes de playa registrados.....	37
Tabla 8: Estacionalidad de la demanda.....	37
Tabla 9: Establecimientos de alojamiento registrado y no registrados de Playas.....	42
Tabla 10 Establecimientos registrados y no registrados.....	43
Tabla 11 Cálculo de capacidad física para la zona de uso turístico actual... 45	
Tabla 12 Capacidad de Carga Física de la Playa.....	48
Tabla 13 Servicios recreativos en la playa.....	53
Tabla 14 Vendedores ambulantes de playa registrados.....	54
Tabla 15 Estacionalidad y temporadas turísticas.....	55
Tabla 16 Establecimiento de alojamiento registrado y no registrado en el catastro de Salinas .....	59
Tabla 17 Establecimiento de restaurantes.....	60
Tabla 18 Cálculo de capacidad física para la zona de uso turístico actual... 61	
Tabla 19 Capacidad de Carga de la playa Chipipe.....	64

Tabla 20 Análisis FODA del producto propuesto.....	66
Tabla 21 Espacio utilizado por los bañistas.....	76
Tabla 22 Lista de Verificación de Impactos en las etapas del proyecto.....	92
Tabla 23 Matriz de Leopold modificada .....	94
Tabla 24 Matriz de Leopold .....	96
Tabla 25 Comportamiento función a su estilo de vida de la demanda actual de Chanduy .....	110
Tabla 26 Ciclo de vida familiar y productos adecuados de la demanda actual.....	110
Tabla 27 Segmentos de turistas según los beneficios buscados de la demanda actual.....	111
Tabla 28 El comportamiento turístico en función de su estilo de vida de la demanda potencial.....	111
Tabla 29 Ciclo de vida familiar y productos adecuados a cada etapa de vida demanda potencial.....	112
Tabla 30 Segmento de turistas según el beneficio buscado demanda potencial.....	112
Tabla 31 Desarrollo del plan de promoción del Centro de facilitación.....	114
Tabla 32 Detalle de los costos del proyecto .....	121
Tabla 33 Cuadro de inversiones.....	122
Tabla 34 Financiamiento del proyecto.....	123
Tabla 35 Cuadro anual de pagos al banco.....	123
Tabla 36 Estado de perdidas y ganancias, TIR y VAN .....	125

Tabla 37	Balances proyectados.....	126
Tabla 38	Punto de equilibrio Kayak .....	128
Tabla 39	Punto de equilibrio parasoles y sillas .....	129
Tabla 40	Punto de equilibrio duchas.....	130
Tabla 41	Punto de equilibrio camping.....	131

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de Chanduy en el mapa .....	4
Figura 2 Mapa del área de estudio cabecera parroquial Chanduy .....	4
Figura 3.- Pendiente de la playa de Chanduy.....	5
Figura 4: Desembocadura del río Zapotal.....	6
Figura 5: Foto de una <i>Tagelus affinis</i> (Michulla ) junto a una moneda de \$0.50.....	6
Figura 6 Entrada al Complejo cultural Real Alto, museo de sitio Loma del Mogote.....	9
Figura 7.- Láminas "Historia Regional" Museo de sitio el Mogote. Compas de tierras de la Antigua Comuna de Indígena se Chanduy.....	10
Figura 8 Sociedad Obrera Democrática De Chanduy.....	13
Figura 9 Cooperativa de Transportes San Agustín.....	18
Figura 10.- Bus de la cooperativa San Agustín.....	18
Figura 12 Intención de visitar el destino Chanduy, encuesta realizada en Salinas.....	28
Figura 11: Personas de la demanda potencial que han escuchado de Chanduy .....	28
Figura 13.- Disposición de los turistas a utilizar los servicios del centro de facilitación de la demanda actual.....	29
Figura 14.- Disposición de la demanda potencial para utilizar los servicios del centro de facilitación.....	30

Figura 15.- Las actividades que le gustaría realizar a la demanda actual en Chanduy .....	31
Figura 16.- Preferencia de actividades de la demanda potencial, Salinas....	32
Figura 17.- Procedencia de los visitantes de playas .....	39
Figura 18.- Tiempo de uso de la playa .....	40
Figura 19 Motivo de selección de sitio de playa .....	40
Figura 20.- Gasto promedio del turista .....	41
Figura 21.- Procedencia de los visitantes .....	57
Figura 22.- Tiempo de uso de playa .....	57
Figura 23 Consumo personal diario en establecimientos de alojamiento .....	58
Figura 24.- Localización del centro de facilitación turística y sus componentes. ....	69
Figura 25.- Localización de las instalaciones del centro. ....	70
Figura 26.- Distribución del Centro de atención al turista. ....	71
Figura 27.- Diagrama de los restaurantes que manejará la comunidad receptora.....	72
Figura 28.- Zona de Camping .....	73
Figura 29.- Organigrama del centro de Facilitación .....	102

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.- Cuestionario realizado a la demanda actual de Chanduy .....	137
Anexo 2.- Encuesta realizada a la demanda potencial de Chanduy.....	140
Anexo 3.- Resultado de las encuestas. ....	142
Anexo 4.- Poste publicitario para campaña de medios.....	150
Anexo 5.- Detalles de costos .....	151
Anexo 6.- Porcentajes de calculo para punto de equilibrio .....	153

## INTRODUCCIÓN

En el presente documento se pretende presentar la forma de desarrollar turísticamente la costa del país por medio del crecimiento de las actividades turísticas y deportivas (oferta turística), que ofrece actualmente a los visitantes que cada año acuden a estos sitios.

Al crear oferta turística se desarrollarán nuevos destinos turísticos para que sean aprovechados por las personas que acuden actualmente a estos lugares y atraer a los visitantes de los destinos tradicionales; permitiendo así descongestionar los balnearios tradicionales, mejorando la experiencia del visitante en los destinos y promoviendo el crecimiento de esta actividad.

Con esto se podría mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras que también deseen desarrollarse turísticamente pues generalmente las comunidades de la costa ecuatoriana que están en directo contacto con el mar, tienen como principal fuente de ingreso la pesca y el comercio; si se desarrolla la actividad turística tendrían a esta como una fuente de ingresos adicional, mejorando así sus ingresos económicos.



## **CAPÍTULO 1.- ASPECTOS GENERALES**

### **1.1 Aspectos geográficos**

La Costa del Ecuador está situada en una zona de transición entre el clima septentrional y muy húmedo de Colombia y el clima muy seco del Perú. (Pearsall, 1988:51). La cabecera parroquial Chanduy, está ubicada en la parroquia del mismo nombre perteneciente a la provincia de Santa Elena (PSE) (ver Figuras 1 y 2), podemos acceder a esta tomando la entrada que está en el kilómetro 109 de la autopista Guayaquil-Salinas. Sus coordenadas geográficas son: 2° 23' 33" latitud sur y 80° 40' y 00" longitud oeste

Según Álvarez, S. (1998: 71), la provincia de Santa Elena presenta muchas variaciones y anomalías originadas en los complejos cambios de las masas de agua del frente oceánico. Esta variabilidad climática explica por qué el Ecuador registra tan excepcionales condiciones para la diversidad de vida animal y vegetal. La región costera se divide en dos pisos altitudinales, tropical (23-26 grados °C) y sub tropical (18-22 grados °C). El clima general de la Península está definido como tropical mega térmico semi-árido, caracterizado como muy seco, con precipitaciones anuales inferiores a 500mm., que se producen en la estación lluviosa en general, de enero a abril y con temperaturas medias superiores a 23°C (Pourrut, 1983).

Existe una sola estación lluviosa, que empieza en diciembre y alcanza el máximo en el mes de marzo y culmina en abril o mayo. Ligeras garúas o bruma costera se presentan entre junio y noviembre, especialmente en la zona desde Manglaralto hasta el sur de Manabí (Macías y Olmedo). Cuando concluyen las precipitaciones, comienza la época seca (julio – diciembre), que durante unos meses está acompañada de garuas (mayo-agosto), que se presentan con mayor intensidad en los cerros de Chongón – Colonche o los de Chanduy (Hydrotechnics, 1974).

Las formaciones naturales secas con cactus y ceibos, no presenta condiciones favorables para el uso agrícola (Dalavaud, 1982), ya que viene soportando desde la década de 1950, interrumpidas por la presencia del fenómeno de El Niño hacia 1974 y posteriormente en el invierno 1982-83.

**Figura 1 Ubicación de Chanduy en el mapa**



- POSICIÓN DE CHANDUY RESPECTO DE ECUADOR PROVINCIA DE SANTA ELENA Y EN EL MAPA

**Fuente:** Google Earth, 2008.

**Figura 2 Mapa del área de estudio cabecera parroquial Chanduy**



**Fuente:** Google Earth, 2007

El poblado de Chanduy se encuentra rodeado de montañas pertenecientes a la cordillera Chongón Colonche, con un brazo del estuario Zapotal, cuya cuenca es permanente y desemboca en el Océano Pacífico, creando una fantástica vista desde las costas de este pintoresco pueblo, además en la punta Chanduy podemos observar los barcos, que realizan la faena de pesca desde Puerto de Chanduy, el cual queda a 3 km. del sitio de estudio. Muestra una playa con arena gruesa (ver figura 3), olas de 1,5 metros a 2,00; el oleaje durante la marea alta es muy fuerte y la playa se hace peligroso para los bañistas.

**Figura 3.- Pendiente de la playa de Chanduy**



Fuente: Autores, tomada el 6 de octubre del 2007

En la desembocadura del estuario Zapotal (ver Figura 4), se forma una hermosa playa para los visitantes o lugareños, en la que se puede realizar varias actividades acuáticas sin mayor peligro; en este sitio crecen algunos tipos de mangle. También se realiza la pesca artesanal de “michullas” *Tagelus affinis*, ver Figura 5.

**Figura 4: Desembocadura del río Zapotal**



Fuente: Autores, tomada el 6 de octubre del 2007

**Figura 5: Foto de una *Tagelus affinis* (Michulla ) junto a una moneda de \$0.50.**



Fuente: Autores. Tomada el 7 de noviembre 2007

En Chanduy las precipitaciones se dan solo durante la época de calor (es decir los meses de enero - abril), se encuentra rodeado por un bosque seco el cual se caracteriza por ser “en la mayor parte del año, durante el día seco,

cálido, soleado y por el atardecer, fresco y con vientos regulares. Presenta lluvias esporádicas durante los meses de diciembre – abril, con mayor incidencia cuando ocurre el evento "El Niño". La temperatura media es de 28 °C y en los meses de junio – agosto llega a descender hasta los 15 °C<sup>1</sup>". Su clima es templado, haciendo de este un lugar agradable para vivir.

## 1.2 Aspectos históricos

El largo proceso de desarrollo pre-colonial fue ordenado desde la arqueología en una serie de periodos distintos. Estos se inician con la temprana experimentación con cultígenos que comenzó en comunidades como las de la Fase Vegas (5.50 A.C.), hasta sociedades aldeanas plenas durante el formativo (3.600 a.C.), el nivel de eficiencias de la agricultura y las actividades productivas complementarias, posibilitó el desenvolvimiento de sociedades más complejas con un complicado ceremonial religioso, poblados extensos y desarrollo de las manufacturas. Finalmente, en el periodo de Integración (500-1500 a.C.), se dieron nuevos niveles de eficiencia productiva, que llevaron a la constitución de unidades político - culturales extensas, con agrupación de población de carácter urbano o semi-urbano. Una de estas sociedades fue la de los Manteño - Huancavilca. En estas sociedades aborígenes existentes durante el periodo de Integración en el actual territorio del Ecuador, a la llegada de los españoles, presentaba un

---

<sup>1</sup> Centro de Tesis, Documentos, Publicaciones y Recursos Educativos <http://www.monografias.com/trabajos42/bosque-de-pomac/bosque-de-pomac.shtml?monosearch>, visita realizada el 5 de octubre de 2007

tipo de organización en jefatura, denominado Señorío étnico o cacicazgo en la costa. (Álvarez, 1998 – 98).

Al igual que casi toda la Provincia de Santa Elena, Chanduy tiene un legado histórico que se remonta a la época de las culturas aborígenes de la costa ecuatoriana, así encontramos que Villón, (1998:13) cuenta que dentro del territorio de los Huancavilcas, se encontraba la zona de lo que actualmente es Chanduy. “y formó parte de la región Huancavilca, la misma que, por su ubicación geográfica y capacidad en dominar el mar, se convirtieron en la quinta provincia marítima del Reino de los Shyris”, según *Ibid* (1998:11).

El Museo de Real Alto, (ver Figura 6), es un vestigio histórico que se encuentra a seis kilómetros de Chanduy, en el se pueden observar: “un asiento en el que hubo aproximadamente 100 casas construidas sobre un lineamiento urbanístico ordenado hace 3400 años A.C., lo que prueba que en Real Alto existió ya una civilización”, según Villón (1998:11). Este vestigio es el más antiguo de Sur América de un asentamiento urbanístico como prueba de la formación social.

Al igual que todo el territorio ecuatoriano, este pequeño pueblo sufre también los impactos producidos por la llegada de los españoles a la PSE, hecho que se presume ocurrió el “18 de agosto de 1527 o en 1531” según cita Villón,

(1998:19) . Además nos cuenta que «[...] “con el arribo de los conquistadores a esta tierra, muchos pobladores se trasladaron hacia la montaña, levantando caseríos tales como Engullima, Guaguelsán (hoy San Rafael), Cangrejitos, donde ya habían pernoctado aborígenes Huancavilcas y habitado hasta el presente siglo”», según *Ibid* (1998:22). Por este motivo se sigue sosteniendo, por ejemplo, que la sociedad indígena como resultado de su forma de organización prehispánica, escasamente estructurada, vivió un proceso de rápida y profunda aculturación que la llevo a convertirse en población campesina. Este sería el caso de Manabí y Esmeraldas, ocupadas principalmente por una población dispersa, de carácter autosuficiente aunque poco organizada, sobre la que el modelo colonial impone, por primera vez, relaciones de mercado y formas mercantiles. (Anhaler, 1986)

**Figura 6 Entrada al Complejo cultural Real Alto, museo de sitio Loma del Mogote.**

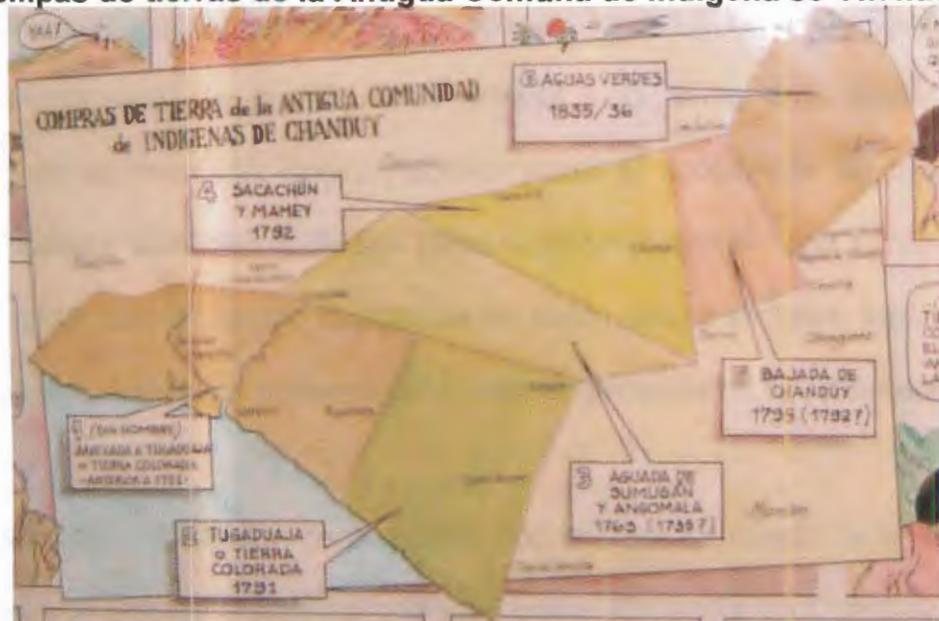


Fuente: Autores. Tomada el 6 de octubre del 2007

Durante el proceso de colonización, este poblado al igual que otros de la costa, tuvo sus propios caciques indígenas. En 1560 conforma la “Antigua Comunidad Indígena de Chanduy”, con la finalidad de conservar bajo su propiedad los territorios que por años pertenecieron a sus antepasados, así como en el año de 1750 amparados en la Ley de Indias, este pueblo comienza a recobrar sus tierras; (ver Figura 7) así tiempo después adquieren este territorio y para completar su valor dieron en pago a un esclavo de apellido Clavijo por la suma de 350 pesos que faltaban. Así cuenta Villón, (2005,98).

**Figura 7.- Láminas “Historia Regional” Museo de sitio el Mogote.**

**Compas de tierras de la Antigua Comuna de Indígena se Chanduy**



Fuente: Foto tomada por los Autores el 6 de octubre de 2007

### 1.3 Aspectos socio-económicos

Los asentamientos culturales prehispánicos que se encontraban en la PSE, tenían una organización basada en el cacicazgo el cual era una forma política de algunas regiones, este era heredado a uno de los miembros de la familia del cacique, consistían básicamente en interacciones de pequeñas unidades entre las que ninguna obtiene dominio decisivo de las restantes, hasta formar un sistema político y económico a escala supra-local (Moreno Yáñez, 1983).

Estas sociedades precolombinas tenían mecanismos de producción de alimentos, sitios para la coordinación de actividades económicas, sociales y religiosas. Aunque carecían de un aparato formal y legal de represión, el desconocimiento de la propiedad privada y la forma empresarial de un comercio de mercado, con un control sobre el acceso de los medios de producción y la evidencia de una diferenciación social (Moreno Yáñez, 1983), para estos autores en los cacicazgos no había clases sociales, fuerza militar ni comercio como mecanismos para obtener ganancia de tipo mercantil.

Actualmente, Chanduy se ha convertido en una parroquia rural de Santa Elena, que alberga a algunos poblados como: Manantial de Chanduy, Puerto de Chanduy, El Pechiche, Bajada de Chanduy, entre otros. Sin embargo mantiene algunos aspectos de las sociedades aborígenes prehispánicas,

como por ejemplo: la Junta Parroquial y la Sociedad Obrera Democrática se han convertidos en los sitios donde se coordina actividades económicas y sociales; las religiosas han sido movilizadas a la iglesia. Aunque ya tiene una clara idea de lo que es la propiedad privada, actualmente sus tierras ancestrales son protegidas y según lo instaurado por sus organismos vigentes, las tierras de Chanduy no se pueden vender ni comprar, sin embargo las personas nacidas en este sitio cuando contraigan matrimonio podrán acceder a un terreno en el poblado. La dirigencia de estos centros ya no es hereditaria, sino por elección popular.

Por historia y tradición los habitantes de este poblado se dedican desde la prehistoria a la pesca, la cual se ha convertido en la principal actividad económica de Chanduy. Entre los productos más capturados por esta comunidad encontramos a: langostas, cangrejos, jaibas, perros, hojitas, caritas, entre otros. (información brindada por la comuna).

Además de la pesca, se pueden observar algunos sitios de venta de comidas, tiendas y una discoteca, que constituyen una fuente de ingreso adicional a la comunidad. Se conoció también que en 1912 se forma la Sociedad Obrera Democrática de Chanduy quien un año después adquiere su personería jurídica, según Villón (2005,97), la cual en conjunto con la

junta parroquial, son las encargadas de regular las actividades de este lugar, así como la compra y venta de tierras. (Ver Figura 8)

**Figura 8 Sociedad Obrera Democrática De Chanduy**



Fuente: Elaboración propia. Tomada el 6 de octubre de 2007

Chanduy cuenta con dos escuelas; una escuela fiscal: José Martínez Cobo y una particular Genoveva Montenegro Alejandro, además el Colegio Fiscal Dr. Francisco Campos Rivadeneira y el Centro de Formación Artesanal Fiscal Margoth Santistevan de San Lucas.

## **CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO**

### **2.1 Análisis de la oferta turística**

Se entiende como oferta turística al conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición de usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo, (OMT 1998). Por lo que a continuación se analizará los atractivos, infraestructura y planta de la zona de estudio.

### 2.1.1 Análisis de atractivos turísticos.

Para realizar un correcto análisis de los atractivos turísticos de esta zona se deberá de empezar por definir cuáles son los más relevantes para ésta investigación.

Es por esto que para su debida clasificación y valoración se utilizó parte de la metodología propuesta por el Ministerio de Turismo. Pues para efectos de este estudio solo se tomo los datos más relevantes para el presente documento.

A continuación se detallan los atractivos turísticos de Chanduy para su análisis, mediante la tabla que se muestra (ver tabla 1) que permitirá clasificar y evaluar los atractivos de la zona de estudio

**Tabla 1.- Detalle de atractivos turísticos de Chanduy y las zonas aledañas.**

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN	ESTADO
Playa de la Cabecera Parroquial de Chanduy.	<b>CATEGORÍA:</b> Sitios Naturales. <b>TIPO:</b> Costas o Litorales. <b>SUBTIPO:</b> Playas	<b>Alterado con posibilidad de recuperación,</b> debido a presencia de basura en la zona de estudio, la cual se limpia con una minga que hace el poblado una vez al año.

Tabla 1 Continuación

<p><b>Observación de aves en el estuario del Río Zapotal.</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Sitios Naturales <b>TIPO:</b> Costas o Litorales <b>SUBTIPO:</b> Observación de aves.</p>	<p><b>Alterado con posibilidad de recuperación,</b> debido a que las aves están muy cerca de la zona de los bañistas y solo pueden ser apreciadas fuera de la temporada de playa, es decir entre los meses de mayo a diciembre, cuando la presencia de visitantes es escasa.</p>
<p><b>Estuario del Río Zapotal</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Sitios Naturales <b>TIPO:</b> Costas o Litorales <b>SUBTIPO:</b> Estuario.</p>	<p><b>Conservado.</b> Se observa escasa acumulación de basura en el estuario, las aguas son transparentes, durante los meses de abril a diciembre, porque debido a las lluvias de los meses de enero a abril, se observa presencia de tierra, palos, y rocas que vienen desde las montañas que rodean el pueblo.</p>
<p><b>Manglar del Estuario del Río Zapotal.</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Sitios Naturales <b>TIPO:</b> Bosques <b>SUBTIPO:</b> Manglar.</p>	<p><b>Deteriorado.</b> Debido a la actividad camaronera que se desarrolla cerca de la zona, depredado y talado casi todo el manglar, dejando, solo unas pequeñas manchas del mismo, que poco a poco están ganando terreno.</p>
<p><b>Fiestas de la Virgen de las Mercedes y de San Agustín</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Manifestaciones Culturales <b>TIPO:</b> Etnográficas <b>SUBTIPO:</b> Manifestación religiosa, tradiciones y creencias populares.</p>	<p><b>Conservado.</b> Aun en la actualidad se conserva la costumbre de las procesiones con la popular banda de pueblo, en la cual se lleva ofrendas al Santo Patrono de la Festividad. Las fiestas duran una semana con misas y terminan con la ya antes mencionada procesión que se realiza el último día.</p>
<p><b>Pesca artesanal de la Michulla</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Manifestaciones Culturales <b>TIPO:</b> Etnográficas <b>SUBTIPO:</b> Manifestación religiosa, tradiciones y creencias populares.</p>	<p><b>Conservado.</b> Debido a la aun costumbre de la pesca, la cual se ha mantenido por el paso del tiempo en Chanduy. Esta actividad se realiza con ganchos, en la zona de los manglares, y cuando se pasa por el puente se puede observar a los recolectores de Michullas en las orillas del río haciendo su faena.</p>

Tabla 1 Continuación

<p><b>Iglesia de San Agustín Campanas de la Iglesia de San Agustín</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Manifestaciones Culturales. <b>TIPO:</b> Etnografía. <b>SUBTIPO:</b> Construcciones religiosas.</p>	<p><b>Conservado:</b> la iglesia actual ha sido regenerada y tiene sus torres con una cobertura de madera que lo hace muy atractiva, en su interior tiene las campanas originales de la iglesia que tienen más de 300 años.</p>
<p><b>Cerro de Las Ánimas.</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Sitios Naturales. <b>TIPO:</b> Montañas. <b>SUBTIPO:</b> Cerros.</p>	<p><b>Alterado con posibilidad de recuperación,</b> el cerro presenta aun tierras que no han sido taladas y en donde no se ve a inserción del hombre en el medio natural, en algunos lados se observa tala de los árboles maderables endémicos del bosque seco costero. Se sabe además por relatos de los pobladores que en este sitio habitaban felinos de grandes tamaños y que en la actualidad aun se pueden encontrar venados.</p>
<p><b>Albarrada Quiquilay y Albarrada Enyamuco</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Manifestaciones Culturales <b>TIPO:</b> Históricas <b>SUBTIPO:</b> Albarradas.</p>	<p><b>Conservado:</b> las albarradas presentan sus características arqueológicas conservadas; sin embargo no tienen a su alrededor infraestructura turística ni vías de acceso para estos atractivos.</p>
<p><b>Centro Cultural Real Alto, Museo de Sitio el Mogote.</b></p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Manifestaciones Culturales <b>TIPO:</b> Históricas <b>SUBTIPO:</b> Centro Culturales – Museos Arqueológicos.</p>	<p><b>Conservado:</b> El museo se encuentra en buen estado, pues las piezas están protegidas por los vidrios impidiendo el contacto con el viento y polvo del lugar, sin embargo se debe de implementar la venta de recuerdos, artesanías, entre otras para que mejoren los ingresos al museo.</p>

Fuente: Autores, 2007

### 2.1.2 Análisis de la infraestructura

Para acceder al destino turístico, se lo debe de hacer desde la carretera Guayaquil - Salinas. En el kilómetro 109 se encuentra la

entrada a Chanduy, la cual no es muy visible desde la carretera, pues el cartel que marca su entrada es demasiado pequeño, más bien el referente que debe usarse es la entrada al Museo de Real Alto, pues se accede al mismo por la entrada que nos lleva a Chanduy. El camino es asfaltado pero se encuentra en malas condiciones en ciertos tramos. En este sitio podemos tomar los taxis que cobran \$0.50 por persona o tomar uno de los buses de la Cooperativa San Agustín que tiene su paradero en Chanduy (ver Figuras 9 y 10)

**Figura 9 Cooperativa de Transportes San Agustín**



Fuente: Autores, tomadas el 6 de octubre del 2007

**Figura 10.- Bus de la cooperativa San Agustín.**



Fuente: Autores. Tomada el 6 de octubre de 2007

El agua llega vía tuberías pero no tiene buena presión por lo que la mayoría de los pobladores, tienen bombas de presión o tanques elevados que aun llenan con tanqueros, estos vienen dos veces por semana.

Las aguas servidas son evacuadas con pozo séptico y no hay una red de alcantarillado para tratar las aguas lluvias o las aguas servidas.

En cuanto a la luz este servicio es repartido mediante red pública, a todas las casas y durante las 24 horas del día.

Finalmente para el tratamiento de desechos sólidos la Junta Parroquial tiene un empleado que todas las tardes se encarga de la recolección de la basura del pueblo, el camión de basura pasa dos o tres veces a la semana; sin embargo no recoge la basura de la playa.

### **2.1.3 Análisis de la planta turística**

Según la adaptación de Gogfrey y Clarke (2000) la infraestructura consta de: comunicaciones e infraestructura, alojamiento, recepción, restauración y servicios. Para detallar los mismos se ha realizado la tabla 2 que se muestra a continuación.

**Tabla 2.- Planta turística de Chanduy**

<p>Hotel Chanduy UBICACIÓN: Calle Santa Elena y Cesareo Carrera</p>	<p>CATEGORÍA: Alojamiento TIPO: Hotelero SUBTIPO: Hosterías y Posadas</p>	<p># DE HABITACIONES: 12 # DE PLAZAS: 47 # DE CAMAS: 28. Único lugar en Chanduy con servicio de alojamiento, el precio por persona es de \$5.00 la noche pero estos, varían de acuerdo a la temporada. PROPIEDAD: José García. EMAIL: josegarciajaime@hotmail.com TELÉFONO: 2909117</p>
<p>Restaurante Chanduy DIRECCIÓN: Calle Santa Elena y Cesareo Carrera</p>	<p>CATEGORÍA: Alojamiento CATEGORÍA: Alimentación TIPO: Restaurante</p>	<p># DE PLAZAS: 34 Uno de los mejores lugares que da servicio de restauración en Chanduy, abre de lunes a sábado, ofrece almuerzos, el precio de estos es de \$1.50. En época de temporada aumentan el # de mesas y sillas. PROPIEDAD: José García. EAIL:josegarciajaime@hotmail.com TELÉFONO: 2909117</p>
<p>Restaurante La Vinceñita DIRECCIÓN: Calle 12 de octubre y Santa Elena esquina</p>	<p>CATEGORÍA: Alimentación TIPO: Restaurante</p>	<p># DE: MESAS 10 # DE PLAZAS: 40 Ofrece almuerzos de \$1.25 y platos a la carta con precios que varían de \$2.00 a \$3.00, dependiendo del menú. Está abierto de lunes a domingo. PROPIEDAD: Lorena de Monar.</p>
<p>Restaurantes en casas de la comunidad</p>	<p>CATEGORÍA: Alimentación</p>	<p>Existen más de 2 lugares que también brindan servicio de alimentación solo que de una manera bastante informal, ya que simplemente preparan almuerzos en sus respectivas casas y ponen un letrero que esta a la vista del público que sin ningún problema acuden al sitio y degustan de lo ofrecido. Los precios son los mismos de \$1.25.</p>

Fuente: Autores, 2007.

## 2.2 Análisis de la demanda turística

La mayoría de la demanda actual de Chanduy son grupos familiares, principalmente provenientes de la ciudad de Guayaquil, llegan al destino por medio de los llamados tours, en este grupo hay dos miembros económicamente activos cada uno percibe un ingreso mensual de entre \$200 a \$400, viven principalmente en la sur de la ciudad de Guayaquil y su permanencia en el destino es de un día, sin embargo en la encuestas mostraron interés en pernoctar al menos una noche (ver anexos del 3 al 16), este dato se lo obtuvo mediante 100 encuestas realizadas en Chanduy.

Se pretende; atraer a una parte del mercado que visita los balnearios de: Salinas, General Villamil (Playas) y Libertad. El perfil de la misma ha sido desarrollado por el PMRC, 2007, el cual está detallado en el análisis del entorno competitivo.

Para satisfacer las necesidades de los grupos antes descritos se han desarrollado los productos y las actividades detalladas en el capítulo 3 numeral 2. Sin embargo para medir la intención de este mercado se realizaron 100 encuestas en las playas de Salinas, las cuales muestran la intención de los usuarios de: visitar la playa de Chanduy y de usar los servicios del centro de facilitación (ver anexos 17 y 18).

Como demanda potencial se pretende apuntar al mercado de jóvenes aventureros, para lo cual se ha desarrollado el servicio de camping, duchas, restaurantes, paseos en lancha, pesca artesanal, y otros. Son personas que viajan en su mayoría solos o en grupos que forman al visitar los destinos. Buscan hospedajes baratos o acampan en lugares vacíos, utilizan poco o nada los servicios hoteleros, y en su mayoría buscan sitios que les brinden servicios higiénicos. No buscan comodidad y confort sino escapar de la rutina, hacia lugares de belleza natural con comodidades básicas, que presenten también legados culturales, y lejos de sitios de gran concentración de personas.

**Tabla 3: Análisis FODA de la Playa de la Zona de Estudio.**

<p><b>ANÁLISIS FODA DE LA ZONA DE PLAYA DE LA CABECERA PARROQUIAL CHANDUY</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b>                  1.-Atractivos turísticos naturales: Playa, observación de aves, etc                  2.-. Mano de obra artesanal.                  3.- Planta turística con hoteles y restaurantes cerca de la zona de playa.                  4.- En la ruta al atractivo se encuentra el Centro Cultural de Real Alto.                  5. Servicios básicos adecuados para la atención a turistas.                  6.- Dos organismos de control pertenecientes a la zona: La Sociedad Obrera democrática de Chanduy y la Junta Parroquial.                  7.- Presencia de costumbres ancestrales como la captura de Michulla, y jaiba.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b>                  1.- Falta de promoción turística.                  2.-Falta de apoyo gubernamental.                  3.-Deficiencia en los servicios turísticos.                  4.- Deficiente planta turística.                  5.- Deficiencia en las vías de acceso.                  6.- No hay un cartel que indique la entrada a Chanduy en la carretera Guayaquil-Salinas.                  7.- Personal poco capacitado para desarrollar la actividad turística.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b>                  1.- Vínculos de cooperación de la ESPOL con la provincia de Santa Elena.                  2.-Programas que trabajan en la Parroquia: PMRC, MIDUVI,                  3.-Promoción turística del país en turismo receptivo e interno.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b>                  F4-O2 Coordinar con el PMRC para dar capacitación para la elaboración de artesanías.                  F1-O3.- Desarrollar actividades turísticas en conjunto con atractivos turísticos.                  F3-O2.- Incentivar las entidades con presencia en la parroquia que inviertan en Programas turísticos.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b>                  O3-D1 Hacer acuerdos con el MINTUR y el consejo provincial de la Península de Sata Elena para la promoción del destino                  O2-D3 Que los organismos como el PMRC, MIDUVI, ESPOL, etc. Les den capacitación a los dueños de hoteles y restaurantes para mejorar el servicio al cliente y optimizar sus</p>

Continuación tabla 3

<p>4.- Vías de acceso.</p>	<p>F1- O4.- Implementar señalética para destacar los principales atractivos de Chanduy.</p>	<p>negocios. D6-O4 Colocar una valla publicitaria que marque la entrada a Chanduy en la carretera Guayaquil, Salinas.</p>
<p><b>AMENAZAS</b> 1.-Fenómenos naturales. Como el Niño que en 1998 casi derrumba el puente que está sobre el río Zapotal. 2.-Competencia de otros destinos. 3.-Contaminación de la zona de playa con basura.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b> A2- F6 Que los organismos como la Sociedad Obrera Democrática y la Junta Parroquial soliciten a la gobernación de Santa Elena que los Incluya en la promoción del destino. A3- F6. Promover mingas todos los meses para la limpieza de la playa. F1-A2.- Crear Programas turísticos que se combinen destinos cercanos: Baños de San Vicente, Atahualpa, Museo de Real Alto, etc. F6-A3.- Crear planes de educación ambiental para evitar la contaminación de la playa.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b> D2-A1.- Solicitar al Gobierno que invierta en planes de contingencia contra inviernos fuertes y Fenómeno del Niño. D3-A2.- Mejorar los servicios básicos. D2-A3. Realizar junto con la comunidad planes de manejo para la recolección de la basura en la zona de playa y en conjunto con los organismos que trabajan en la zona, crear una planta que permita el tratamiento a los desechos sólidos.</p>

Fuente: Autores, 2007.

## 2.4 Análisis estratégico del producto propuesto

Para la zona de estudio se propone un centro de facilitación entendiendo a este como un lugar en donde se agrupan diferentes servicios que permitirá el desarrollo de las actividades turísticas propuestas mitigando los impactos negativos y maximizando los positivos.

En el cálculo de la muestra se utilizó la metodología propuesta por Miguel, Bigné, Levy, Cuenca y Miquel, (1997,302) y se trabajó con un error del 6%, (tabla 4), debido a que no existe un dato oficial de la cantidad de turistas que recibe el destino en un año; según las observaciones realizadas se puede concluir que visitan el destino cerca de 10.000 personal al año, por tal motivo se prefirió trabajar con un tamaño de la población infinito y un margen de error antes mencionado, lo cual da un tamaño de muestra de 100, en el caso de esta tesis de 100 encuestas.

En cuanto a los servicios y deportes acuáticos que propone implementar el centro de facilitación; se realizó un total de 100 encuestas durante el feriado del 2 y 3 de noviembre de (anexo 1) para que sea esta la que indique cuales son los servicios y deportes que le gustaría realizar al turista, cuando regrese de visita al destino. Durante los meses de enero y febrero del 2008 se realizaron 100 encuestas a la demanda potencial, en la zona de playa de

Salinas (anexo 2) (Chipipe y las Palmeras), para cuantificar el potencial mercado que el centro de facilitación contaría al momento de su apertura.

**Tabla 4. Cálculo del tamaño de la muestra para diversos niveles de error**

Tamaño de la población	Tamaño de la muestra para los márgenes de error indicados					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 6%
500	-	-	-	-	222	83
1.000	-	-	-	385	286	91
1.500	-	-	638	441	316	94
2.000	-	-	714	476	333	95
2.500	-	1.250	769	500	345	96
3.000	-	1.364	811	517	353	97
3.500	-	1.458	843	530	359	97
4.000	-	1.538	870	541	364	98
4.500	-	1.607	891	549	367	98
5.000	-	1.667	909	556	370	98
6.000	-	1.765	938	566	375	98
7.000	-	1.842	959	574	378	99
8.000	-	1.905	976	580	381	99
9.000	-	1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100
25.000	7.143	2.273	1.064	610	394	100
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100
∞	10.000	2.500	1.111	625	400	100

El intervalo de confianza es de 95% y se han calculado para proporciones, tomando la hipótesis de que  $p = q = 0,5$

Nota: Cuando no se indica valor, el tamaño de la muestra es superior a la mitad de la población.

Fuente: Miquel, Bigné, Lévy, Cuenca y Miquel (1997).

En total se realizaron 200 encuestas; 100 en la zona de estudio y 100 en Salinas, pues es este el único balneario que cuenta con el detalle del ingreso anual de turistas y visitantes del día.

Para determinar los servicios que se van a prestar en el centro de facilitación se hizo la siguiente pregunta a los encuestados en la zona de estudio: Si hubiera en Chanduy un lugar que prestara servicios varios, ¿qué facilidades turísticas le gustaría que tuviera? Los servicios más necesarios de acuerdo a los encuestados son los que se detallan a continuación tabla 5.

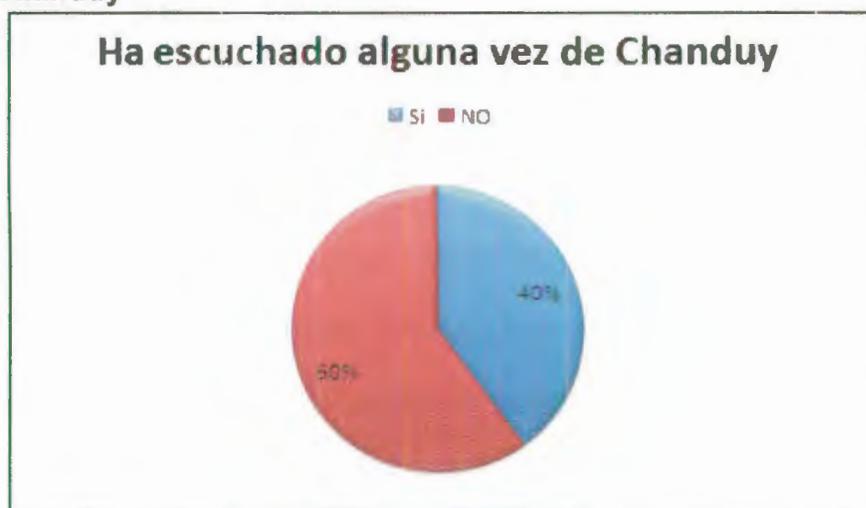
**Tabla 5: Principales servicios requeridos por la demanda actual del destino**

SERVICIOS	%
Servicios higiénicos	88
Alquiler de parasoles y sillas	86
Restaurante	84
Alquileres de casilleros	75
Bar	72
Alquiler de duchas	65

Fuente: Autores, 2007

En las encuestas realizadas en Salinas, se les preguntó a los visitantes "si había escuchado alguna vez de Chanduy" (figura 11). A lo que el 40% de los encuestados respondió que si conocía de Chanduy. Luego se les preguntó si les gustaría visitar este destino el 42% de los encuestados respondió afirmativamente (figura 12).

**Figura 11: Personas de la demanda potencial que han escuchado de Chanduy**



Fuente: Autores, 2007

**Figura 12 Intención de visitar el destino Chanduy, encuesta realizada en Salinas**

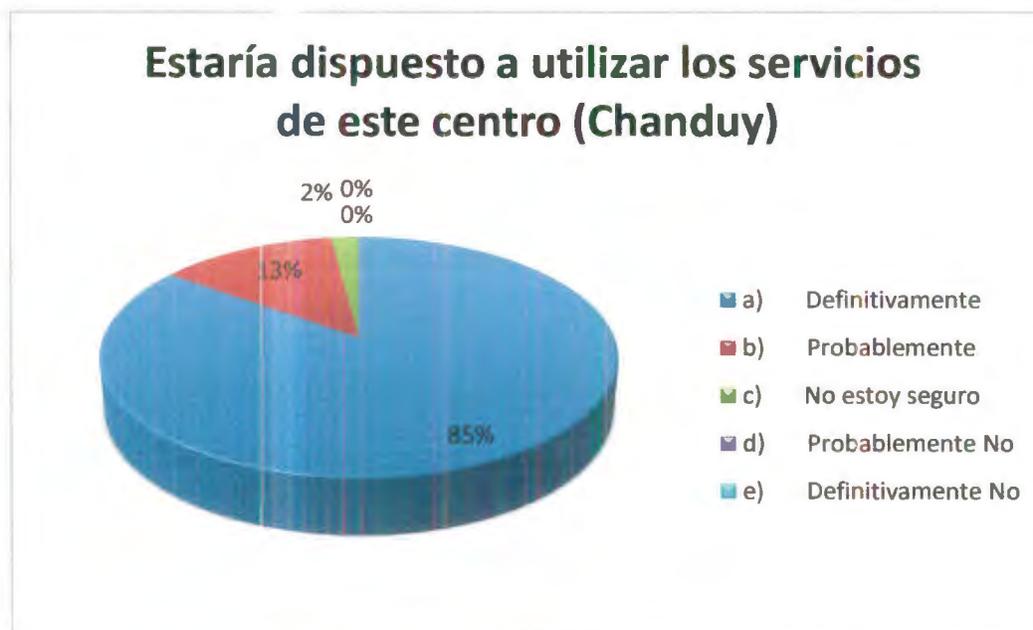


Fuente: Autores.

Para determinar la intención de uso de estos servicios se preguntó a los visitantes "si estarían dispuestos a utilizar los servicios del centro"; el 85% de

los encuestados en Chanduy contestó que definitivamente estarían dispuestos a utilizar los servicios del centro, el 13% que probablemente y que no están seguros un 2% (Figura 13). En las playas de Salinas, el 59% dijo que definitivamente usarían los servicios del centro de facilitación, 12% probablemente, 14% no estaban seguros y 15% no utilizarían los servicios del centro, estas respuestas se las obtuvo luego que realizar una breve explicación de lo que es un centro de facilitación y de los servicios que este albergaría (ver figura 14).

**Figura 13.- Disposición de los turistas a utilizar los servicios del centro de facilitación de la demanda actual.**



Fuente: Autores. 2007

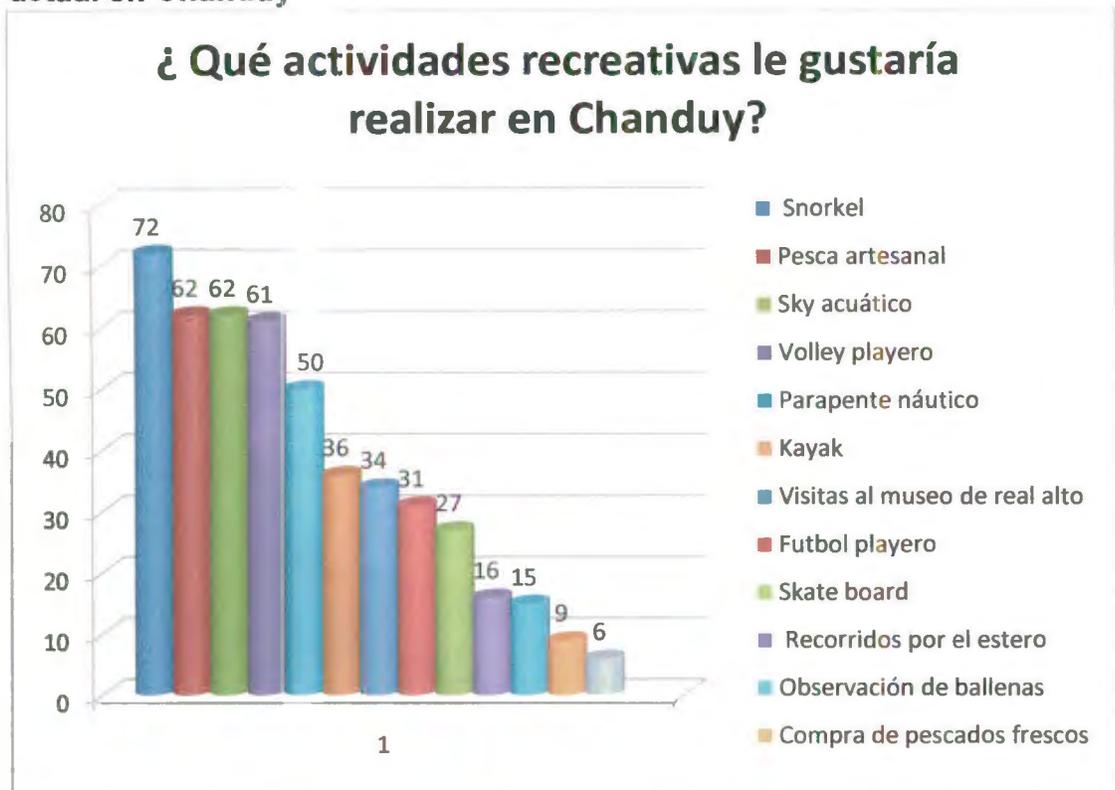
**Figura 14.- Disposición de la demanda potencial para utilizar los servicios del centro de facilitación.**



Fuente: Autores, 2007

De acuerdo a la Figura 15 las actividades que los turistas desearían realizar en el destino fueron: snorkel 72 %, sky acuático 62%, Pesca artesanal 62%, volley playero 61% y parapente náutico 50%, de acuerdo a los resultados mostrado por las encuestas realizadas en Chanduy.

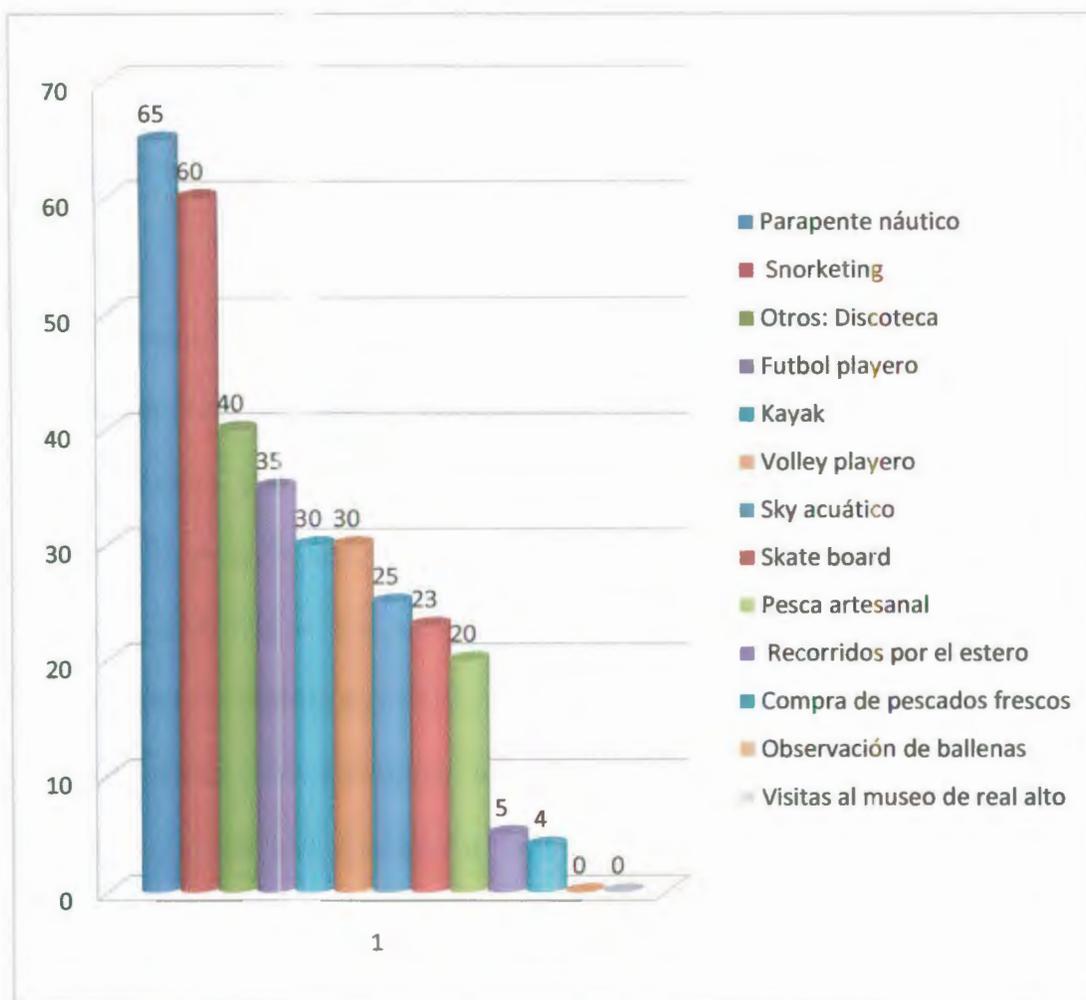
**Figura 15.- Las actividades que le gustaría realizar a la demanda actual en Chanduy**



Fuente: Autores, 2007

Las personas encuestadas en los balnearios de la competencia respondieron que las actividades que les gustaría realizar en la visita al destino son: parapente náutico 65%, snorkel 50%, discotecas 40%, futbol playero 35% kayak y volley playero ambas con 30%(ver figura 16).

**Figura 16.- Preferencia de actividades de la demanda potencial, Salinas**



Fuente: Autores, 2008

#### 2.4.1 Análisis del entorno competitivo

De acuerdo a Bigné, (2000,310) indica que:

«[...] el **análisis de la competencia** incluye tanto la identificación de los destinos competidores actuales... como la evaluación de los mismos. La **evaluación** de los competidores comprende el análisis de los objetivos

planeados, volumen de turistas, gasto de turistas... productos que ofrecen,... comunicación y otros para determinar la situación competitiva de la que puedan desprenderse las ventajas y debilidades competitivas».

En cuanto al análisis del entorno, Bigné, (2000,310-311) dice éste se refiere a los factores no controlables que limitan o impulsan al destino, los cuales suelen agruparse en las siguientes categorías: políticas-legales, económicas, sociológicas-culturales y tecnológicos.

Para determinar los competidores actuales y potenciales, se han tomado en cuenta los servicios que en la Figura 3 se muestran como necesarios para satisfacer a la demanda actual del destino. Es por esto que se han tomado a Salinas (provincia de Santa Elena) y a Playas (provincia del Guayas), como los competidores actuales de Chanduy, y a La Libertad como competencia potencial. Para este análisis se utilizó información proveniente de Reck, G: 2006, del PMRC (Programa de Manejo de Recursos Costeros), la cual se detalla a continuación:

## **GENERAL VILLAMIL PLAYAS**

### **Descripción del sitio**

### **Caracterización e imagen de destino**

Playas de Villamil ha sido tradicionalmente un destino de sol y playa para la ciudad de Guayaquil, que se ha constituido como su principal centro turístico emisor de turistas.

Aunque no está completamente posicionado, existe una importante oferta de establecimientos que otorgan servicios y facilidades para la realización de un turismo de negocios a través de las convenciones y acontecimientos programados. Igualmente existe un importante sector que promueve eventos deportivos acuáticos como (Sky, surf, windsurf, regatas, entre otras) y de playa como el fútbol playero, volley ball, entre otros (Dirección de turismo del Municipio del Cantón Playas, 2006).

No existe un motivo principal para el desplazamiento de los visitantes a Playas, sino más bien un encuentro de diversos factores y atractivos que le dan forma y soporte a toda la oferta. Entre estos se encuentran la atractividad de la Playa, el disfrute del mar y la calidad del clima. Entre la principal oferta complementaria están varias manifestaciones culturales cercanas como la arqueología de Puerto el Morro, tiendas

de artesanías y varias obras técnicas dispersas al interior de la parte urbana.

Según el Plan de Desarrollo de Playas, se pretende consolidar una imagen de "balneario más atractivo de la costa ecuatoriana". Posee una alta potencialidad para serlo, aunque se denota que para ello es importante reforzar las acciones sobre todo en la parte de planificación, servicios e imagen urbanística.

Actividades recreativas en la playa sobre todo en temporadas, la playa presenta indicadores altos de saturación, fomentados no sólo por el número de visitantes, sino la inadecuada planificación y disposición de los servicios de la playa.

Es así por ejemplo que "los prestadores de servicio de carpas y parasoles" suelen ubicarse en el borde entre la arena muerta y la arena viva, dejando un espacio libre muy grande entre el malecón y las carpas que prácticamente no es utilizado, y que ocasionan indirectamente una saturación de personas en la zona intermareal. De manera particular, no sólo la disposición de las carpas, sino también su estructura y funcionalidad, constituyen también una limitante para la elevación de los índices de calidad, principalmente porque se trata de

carpas cerradas que obstaculizan la visibilidad del entorno y el normal tránsito de las personas.

En la zona norte se disponen también (en temporadas) espacios para la instalación de escenarios donde se realizan espectáculos artísticos, además de zonas previstas para aeróbicos guiados.

La tabla 6 muestra los servicios recreativos se ofertan en esta playa.

**Tabla 6: Servicios recreativos en la playa**

Servicio	No. de prestadores	No. de items
Renta de carpas y parasoles	190	4750 carpas
Renta de bananas	7	7
Renta de boyas	36	indeterminado

Fuente: PMRC, 2006

a) Comercio ambulante

Las ventas ambulantes no cuentan con un adecuado sistema de control y planificación, por lo que su presencia y su ocupación de espacio en la playa contribuyen a la percepción de saturación y a la incomodidad de los bañistas. Tanto autoridades como turistas mencionan justamente a este como uno de los principales problemas en la playa, sobre todo refiriéndose a que existe una sobresaturación de vendedores debido a la gran cantidad de informales que acuden a esta playa. (Tabla 7).

**Tabla 7 Vendedores ambulantes de playa registrados**

Actividad	No. de personas
Venta de bebidas	136
Venta de comidas preparadas	29
Venta de frutas	0
Venta de helados y bolos	50
Venta de pescados y mariscos	0
Venta de artesanías	112
Ventas varias	79
<b>Total</b>	<b>406</b>

Fuente: PMRC, 2006

### Estacionalidad y temporadas turísticas

Al igual que en todas las playas del Ecuador General Villamil (Playas) registra una temporada alta y baja como se muestra en la tabla a continuación: (tabla 8)

**Tabla 8: Estacionalidad de la demanda**

Temporada alta	Temporada baja	Temporada de la sierra	Feridos importantes
Enero - Abril Predominan visitantes excursionistas de la costa, sobre todo de Guayaquil.	Resto del año	Julio - Septiembre Predominan turistas nacionales, sobre todo de la provincia del Azuay.	Carnaval y Semana Santa

Fuente: ECOLAP & Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Playas

### Perfil de la demanda

Playas es posiblemente el balneario de mayor visitación del país, fenómeno generado principalmente por la cercanía a su principal centro emisor (Guayaquil).

Según el Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Playas, Playas fue inicialmente “el sitio de descanso y recreación de un turismo familiar y de clase media de Guayaquil”, sin embargo, en las últimas décadas ha existido un movimiento de diversificación de la demanda y la oferta turísticas, lo cual ha implicado que el destino Playas vaya adaptando su planta turística y diversificando su oferta de servicios. Es así que en la actualidad Playas está en capacidad de recibir una demanda de visitantes que pueden segmentarse y adquirir hospedaje desde hosterías y hoteles de primera categoría hasta acomodaciones más económicas. Actualmente la demanda presenta un nivel más bajo de consumo que en épocas anteriores. De la misma forma, el turismo propiamente dicho (visitantes que pernoctan en el sitio) ha disminuido, dando paso a una gran demanda de excursionistas (visitantes) que utilizan la playa por el día y no pernoctan en el sitio.

Los datos presentados a continuación son el resultado del levantamiento directo de información de campo realizado en el mes de marzo del 2006 (PMRC; 2006). Se entrevistó un total de 110 personas que se encontraban en un cuadrante ubicado en una zona concurrida de la playa. El 24% de estos visitantes pertenecían a los “tours diarios”, mientras que el 76% restante acudió en autos particulares o en transporte público.

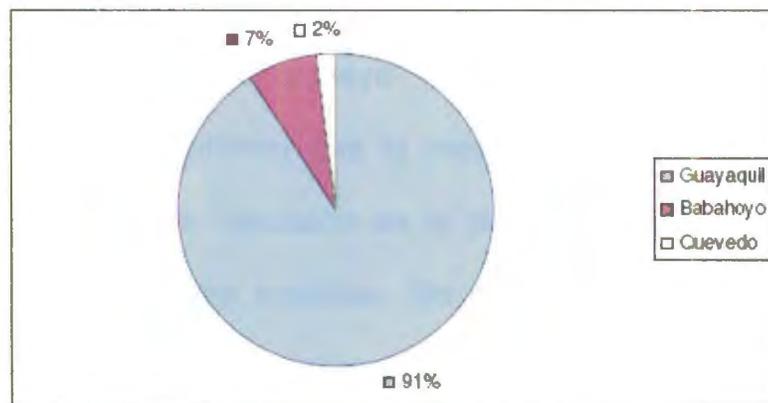
### a) Tipo de visitante

El 97% de los entrevistados eran excursionistas que solamente visitaban la playa por el día. Sólo el 3% fueron turistas, es decir, que permanecen al menos una noche en la ciudad. No hubo ningún residente en la muestra.

### b) Procedencia

La gran mayoría de personas provenían de Guayaquil (Figura 17).

**Figura 17.- Procedencia de los visitantes de playas**

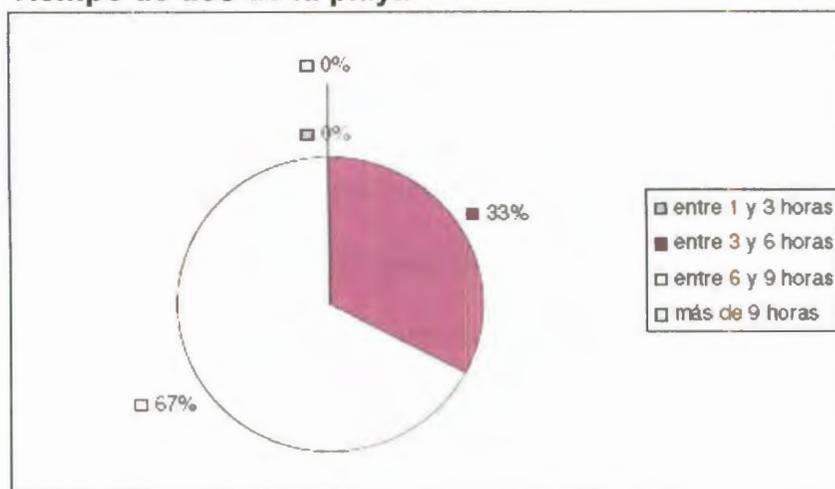


Fuente: PMRC, 2006

### c) Tiempo de uso de playa

La mayoría de gente utiliza la playa entre 6 y 9 horas, seguidos por visitantes que la utilizan por un tiempo más corto (Figura 18).

**Figura 18.- Tiempo de uso de la playa**

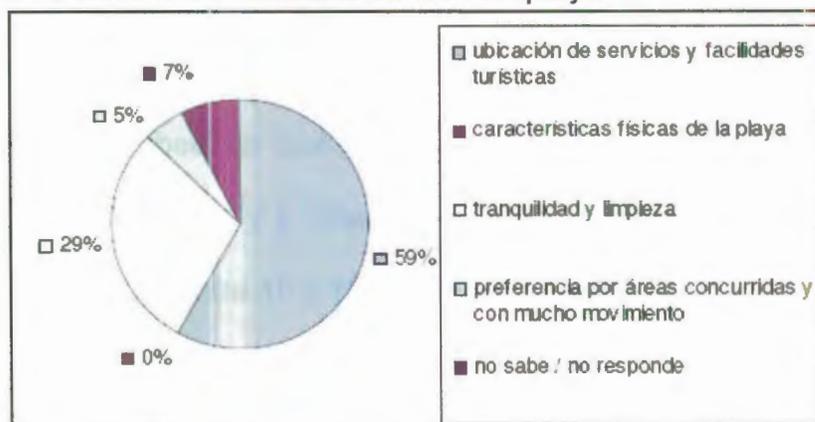


Fuente: PMRC, 2006

**d) Selección de sitio en la playa**

Las encuestas mostraron que la mayor parte de la gente (59%), eligieron el sitio de ubicación en la playa buscando la cercanía a servicios y facilidades turísticas. Un porcentaje significativo lo hizo buscando zonas tranquilas y limpias (Figura 19).

**Figura 19 Motivo de selección de sitio de playa**

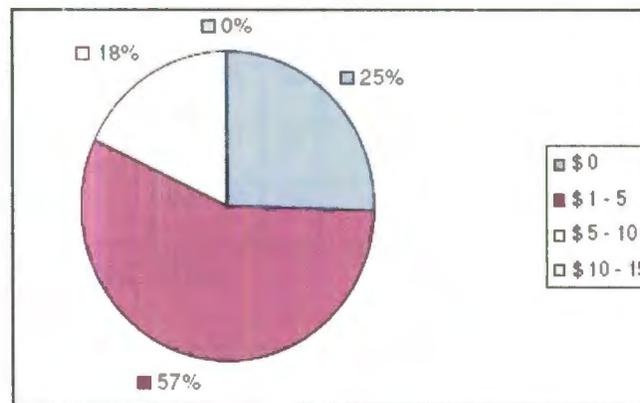


Fuente: PMRC, 2006

### e) Consumo en alimentación

De las personas encuestadas, un 25% no tuvo ningún consumo en alimentación, pues traían su propia comida a la playa. El 57% tuvo un gasto de entre 1 y 5 dólares por persona (Figura 20). En general se ve que la mayoría de personas sí realizan gastos en establecimientos de restauración, o a través de las ventas ambulantes de comida en la playa, a pesar de que este gasto no sea particularmente alto.

**Figura 20.- Gasto promedio del turista**



Fuente: PMRC, 2006

### f) Consumo en transporte

Se pudo observar que la mayoría de personas (80%), realizaron un gasto de entre 1 y 5 dólares para acudir a esta playa. Un 19% realizó un gasto de entre 10 y 15 dólares por persona.

### Capacidades de la oferta

Capacidad de servicios de alojamiento

El catastro de la provincia de Guayas muestra una capacidad de 1.607 plazas. En Playas existe una predominancia de establecimientos de segunda y tercera categorías. Hoteles de primera categoría son pocos (tabla 9). Esto indica que la oferta hotelera se perfila prioritariamente hacia la captación de visitantes con un gasto turístico medio.

**Tabla 9: Establecimientos de alojamiento registrado y no registrados de Playas**

Categoría	Establecimientos registrados en catastro oficial				Sub total	Establecimientos no registrados en catastro oficial			Total
	1ra	2da	3ra	4ta		Camping	Casas particulares	Otros	
No. de establecimientos	3	11	18		32				32
No. de Plazas	161	707	739		1607				1607

Fuente: PMRC, 2006

### **Capacidad de servicios de alimentación**

Existen 5.462 plazas repartidas en 243 establecimientos (Tabla 10). Las 5.462 plazas podrían acoger un total máximo de 21.848 usuarios al día considerando una permanencia media personal de 1 hora durante las 4 horas pico de demanda

**Tabla 10: Establecimientos registrados y no registrados**

Categoría	Establecimientos registrados en catastro oficial					Establecimientos no registrados en catastro oficial		
	1ra	2da	3ra	4ta	Sub total	Restaurantes	Comedores	Total
No. de establecimientos	3	8	24	8	43		200	243
No. de Plazas	623	696	747	196	2262		3200	5462

Fuente: PMRC, 2006

La cantidad de plazas en restaurantes es bastante mayor que el número de plazas de alojamiento. Esto indica una gran afluencia de excursionistas. Sin embargo, aparentemente existe una sobre oferta de comedores. Esto se evidencia sobre todo en la baja calidad de los servicios ofertados por estos establecimientos. Se reportó que éstos en general no reciben mantenimiento, no poseen sistemas adecuados de provisión, ni de evacuación de aguas y desechos sólidos. Debido a esto sería importante evaluar la calidad del servicio de estos locales y sus niveles de salubridad para lograr estándares mínimos de calidad.

### **Capacidad de recepción de usuarios en playa**

#### **Capacidad física de la playa en su zona de uso turístico actual**

Playas posee una playa de aproximadamente 14 kilómetros de largo. Sin embargo, no toda esta área es utilizada turísticamente. En Playas los servicios y facilidades turísticas se han ubicado lógicamente en el

sector de acceso público a la playa, por lo que los visitantes limitan su ocupación a la zona norte de la misma, en la cual se encuentran también los parqueaderos. De esta forma, se utilizan aproximadamente 3 kilómetros longitudinales, quedando una gran área de playa hacia el sur con una baja ocupación. De la misma forma, en esta playa los visitantes no se distribuyen homogéneamente en el ancho total de la playa. La ubicación de las carpas a muy pocos metros de distancia desde la línea de mar ha ocasionado que los visitantes se aglomeren en la zona de carpas y en los pocos metros que quedan libres entre éstas y la línea de mar, dejando sin ocupación toda la zona trasera, que corresponde a la mayor parte de ancho de playa. Esta zona es utilizada solamente como tránsito para acceder a la zona delantera. El hecho de que las carpas formen una barrera visual hacia el mar influye también en este comportamiento. Por esta razón es importante tomar en cuenta esta realidad de ocupación, y definir una carga aceptable para la zona que efectivamente está siendo utilizada para propósitos recreativos.

La tabla 11 muestra los diferentes cálculos realizados. Del largo total de la playa se utiliza solamente el 20%. Del ancho mínimo de playa dado por la línea de marea alta de sisigia, se utiliza el 30%. En la superficie resultante, 34.971m<sup>2</sup> se encuentran ocupados por

infraestructuras fijas, o canchas deportivas, o barreras naturales y artificiales. Esta superficie es restada y se obtiene finalmente un área de 56.709m<sup>2</sup>, que corresponden a la zona de uso turístico actual.

La superficie de ocupación sugerida por persona en el caso de Playas es de 5m<sup>2</sup>, debido a que es una playa urbana. Esto implica una capacidad física de aproximadamente 11.300 usuarios, en la zona efectiva de uso turístico actual.

**Tabla 11 Cálculo de capacidad física para la zona de uso turístico actual**

Largo total de la playa (m)	Largo efectivo de uso turístico (% del largo total)	Ancho mínimo (m)	Ancho efectivo de uso turístico (% del ancho mínimo)	Área aproximada de ocupación en zona efectiva de uso (m <sup>2</sup> )*	Área efectiva de uso turístico actual (m <sup>2</sup> )	Ocupación sugerida por persona (m <sup>2</sup> )	Capacidad física de la zona de uso turístico actual
14000	20%	80	30%	34971	56709	5	11342 personas

\* por infraestructuras fijas, canchas deportivas y barreras naturales o artificiales

Fuente: PMRC, 2006

### Capacidad de acceso

### Capacidad de sitios de parqueo

La única zona de parqueo delimitada y permanente en Playas se encuentra en la zona del malecón, con una capacidad de aproximadamente 800 autos. El Municipio también ha dispuesto una zona de la playa en la parte norte como parqueadero de autos, la cual tiene una capacidad aproximada de 150 autos, sin embargo esta zona

no posee límites claros, y presenta riesgos de impacto por erosión, ruido, entre otros.

### **Capacidad sanitaria y de agua**

#### **Capacidad de servicios higiénicos**

Playas posee 60 servicios higiénicos ubicados a lo largo de la playa. Tanto el diseño de las baterías sanitarias como su distribución en la playa no son uniformes. Esta contabilización no incluye, sin embargo, los servicios higiénicos que poseen algunos de los comedores localizados en la parte trasera de la playa, que de brindar un servicio de calidad, podrían ser incluidos. Existe una capacidad de recepción de 6.000 usuarios al día, asumiendo la utilización aproximada de 100 personas por servicio higiénico al día, durante 8 horas de disponibilidad.

En Playas no es necesario el incremento del número de sanitarios, pero sí urge darles mantenimiento regular o reemplazar los que se encuentren en mal estado. La ubicación actual de los sanitarios debería ser evaluada de acuerdo a su funcionalidad en una playa que presenta secciones bastante anchas y donde el recorrido para llegar a un sanitario puede resultar demasiado largo.

### **Capacidad y sistemas de provisión de agua**

Playas cuenta con servicio de agua potable. Según autoridades del Municipio, no existen problemas de escasez del servicio en ninguna época del año, y la calidad del agua es buena.

De acuerdo a esta información, el tema del agua no se muestra como un limitante para la llegada de visitantes a esta playa.

### **Capacidad de seguridad**

#### **Capacidad por número de salvavidas**

En el retén naval de Playas se reportó la presencia de 10 salvavidas durante los días feriados de carnaval, pero no se reportó la presencia constante de salvavidas durante todos los fines de semana de la temporada alta. Por otro lado, la Cruz Roja coordina también el trabajo de varias personas encargadas de labores de seguridad en la playa, pero tampoco se reportó un número constante y específico de personal encargado del salvamento de personas. Durante las visitas de campo realizadas en fines de semana de temporada, no se vio la presencia de ningún salvavidas en la playa. Si bien es cierto que seguramente existen salvavidas en esta playa durante la temporada, aparentemente no existen asignaciones específicas definidas, lo que incide en el reporte de información difusa sobre este tema. Debido a

esta situación no se ha podido definir el número de salvavidas disponibles en la playa, lo que refleja problemas en la planificación de asignación de personal. La capacidad de recepción de usuarios es por lo tanto es cero.

### Capacidad por número de vigilantes de Marina

Se reportó la presencia de 20 oficiales de Marina durante los fines de semana de temporada alta. Esto se traduce en una capacidad de recepción de 6.000 usuarios de playa, asumiendo una capacidad de vigilancia de 300 personas por cada vigilante, ver tabla 12.

### Análisis conjunto de capacidades

Tabla 12: Capacidad de Carga Física de la Playa

	Número de unidades	Capacidad de usuarios individual	Capacidad de recepción de usuarios expresada en la mínima de todas las capacidades
capacidad física de la playa		11300	
capacidad de parqueaderos		1600	
servicios higiénicos	60	6000	
salvavidas	0	0	
vigilantes de Marina	20	6000	0

Fuente: PMRC, 2006

### Recepción de usuarios en playa

La capacidad física de la playa en su zona de uso turístico actual es de 11300 personas. Sin embargo, el resto de factores limitan el número de visitantes en diferentes niveles (ver tabla 12). La capacidad de los servicios higiénicos, así como la dada por la presencia de

vigilantes de Marina, permite una visitación relativamente alta, aunque harían falta más elementos para poder incrementar el número de visitas. Las zonas disponibles de parqueo ordenado tampoco son suficientes para albergar a la cantidad de visitantes que podrían acudir a la playa.

### **Recepción de usuarios en playa vs. oferta de alojamiento y alimentación**

La oferta de establecimientos de alimentación en Playas es altísima, comparada con la capacidad de alojamiento, e incluso con la capacidad de recepción de visitantes en la zona de uso turístico de la playa. Esto puede indicar dos cosas: primero una posible sobreoferta de establecimientos de alimentación, y segundo: tal vez la mayoría de estos establecimientos se mantienen con una ocupación media. Las observaciones realizadas en el sitio y la información proporcionada por las autoridades en Playas evidencian una falta de calidad en los servicios ofertados por estos establecimientos, sobre todo en el caso de los comedores ubicados junto a la playa. Por esta razón, no se debe promover la creación de más plazas en comedores y restaurantes, más bien se deben enfocar esfuerzos a lograr una mejor calidad en los servicios ofertados, a través de la definición de

estándares de salubridad, disposición de desechos y abastecimiento de agua, de modo que de ser necesario el número de plazas disminuya, a cambio de un incremento en la calidad del servicio ofertado.



LICTUR BIBLIOTECA

## **PLAYA CHIPIPE**

### ***Descripción del sitio***

#### **Caracterización e imagen de destino**

El funcionamiento turístico de Salinas tiene particularidades propias que no existen en otros destinos del litoral, como es el hecho de mantener una estructura urbana que cuenta con todos los servicios básicos para otorgar el soporte a la actividad turística. De igual manera, la presencia del Yatch Club, con su estructura de soporte a los yates, veleros y demás embarcaciones navieras, posicionan a Salinas como un destino de características internacionales. Otro elemento es su capacidad para albergar a los visitantes que alcanzan un número de 200000 para una sola temporada (Dato proporcionado por el Departamento de Turismo de Salinas),

Existen varias modalidades de turismo que se generan en Salinas, como el turismo de sol y playa, turismo de negocios y convenciones entrelazados con actividades deportivas acuáticas que existen en pocos sitios del Ecuador y que presentan más bien una similitud de funcionamiento con bahías y playas Mediterráneas, Caribe y Litorales de países con alto nivel de movimiento turístico. Salinas ofrece las condiciones suficientes para actividades como el velerismo, wind surf, sky acuático, uso de motos acuáticas, competencias de regatas y

pesca, e inclusive como un puerto dinámico para un turismo de rutas marítimas en yates y barcos de bajo y medio calado.

Hacia la parte urbana, los servicios y facilidades ofrecen una amplia gama de una oferta hotelera y de restauración que van desde hoteles de lujo y primera categoría hasta acomodaciones y restaurantes más sencillos.

### **Caracterización del área turística recreativa**

#### **a) Actividades recreativas en la playa**

Chipe cuenta con una estructuración del espacio definida y dispuesta para ofertar servicios de calidad altamente aceptables, como la disposición e imagen de las carpas, la variedad de servicios para la recreación que posibilitan realizar deportes de playa, caminatas, baños de sol y mar y, un adecuado ordenamiento para aeróbicos guiados. Cuenta con ciertos implementos de apoyo muy funcionales como las duchas para enjuague, sistemas de hidromasaje e inclusive “esterillas” ubicadas en la zona de “arena muerta”, que proporcionan mayor confort en el acceso para los paseantes.

El pequeño oleaje, permite contar con un factor adicional de seguridad y a la vez facilita el acceso hacia el mar para el uso de las motos acuáticas, bananas, boyas de arrastre e inclusive los ciclonautas.

La tabla 13 muestra los prestadores de servicios recreativos que fueron reportados por la Capitanía de Puerto de Salinas. Pero esta información aplica a las dos playas de Salinas (Chipipe y San Lorenzo), pues no fue posible obtener información específica para cada playa sobre el número de prestadores de servicios recreativos, con excepción del caso de renta de parasoles.

**Tabla 13 Servicios recreativos en la playa**

Servicio	No. de prestadores	No. de ítems
Renta de parasoles	70	350 parasoles y 140 carpas*
Renta de botes	42	42
Renta de kayaks	1	Indeterminado
Renta de motos náuticas	1	23
Renta de ciclonautas	Indeterminado	23

\* Este dato es el único que aplica a la playa de Chipipe de forma exclusiva. Los demás son de las dos playas en conjunto

Fuente: PMRC, 2006

#### b) Comercio ambulante

Las ventas ambulantes en Chipipe cuentan con adecuados niveles de organización, los vendedores ambulantes poseen sus acreditaciones de trabajo y mantienen una presentación personal apropiada (Tabla 4). Existe la disposición de que los vendedores ambulantes contribuyan en las labores de limpieza de la playa. Sin embargo las autoridades reportaron que existe una sobresaturación de comerciantes ambulantes en las playas de Salinas, y existe una gran cantidad de vendedores informales que no pueden ser regulados. Este es uno de

los problemas que con urgencia deben atenderse, pues la sobresaturación de ventas ambulantes está provocando muchos conflictos entre diferentes actores involucrados a las actividades en la playa.

**Tabla 14 Vendedores ambulantes de playa registrados**

Actividad	No. de personas
Venta de bebidas	152
Venta de comidas preparadas	9
Venta de frutas	32
Venta de helados y bolos	73
Venta de pescados y mariscos	0
Venta de artesanías	74
Ventas varias	36
Total	376

Fuente: PMRC, 2006

#### **Estacionalidad y temporadas turísticas**

En Salinas se presentan tres tipos de temporadas, la alta que corresponde al periodo vacacional de la región litoral del Ecuador, de la Sierra que corresponde al periodo vacacional de la región sierra y al temporada baja donde la llegada de turistas disminuye notoriamente, (tabla 15)

**Tabla 15 Estacionalidad y temporadas turísticas**

Temporada alta	Temporada baja	Temporada de la sierra	Ferriados importantes	Temporada Internacional
Diciembre - Marzo	Mayo-Junio	Julio - Septiembre	Carnaval, Semana Santa, Navidad y Año Nuevo	Agosto y Octubre

Fuente: PMRC, 2006

### **Perfil de la demanda**

La demanda que presenta Salinas es muy diversa. Dentro del turismo interno cuenta con un mercado emisor cautivo como es Guayaquil durante la temporada de vacaciones de la Costa.

Aparece también una demanda pequeña proveniente de la provincia del Oro, seguido (en menor escala) por Cuenca en la temporada de la Sierra, que aunque el número de visitantes es menor, sus días promedio de estadía son mayores debido a que este tipo de demanda no cuenta con establecimientos propios para su alojamiento. Por esta razón consumen más en establecimientos hoteleros. Dentro del turismo receptor, Salinas presenta una afluencia de visitantes internacionales, provenientes principalmente de Norteamérica, Europa y el Brasil.

Según datos extraídos del Plan Estratégico Participativo Cantón Salinas Ecuador 2004, Salinas recibe anualmente 150.000 turistas. Otra fuente de información (Comisión de Tránsito del Guayas) señala que sólo en Carnaval llegan entre 150.000 y 200.000 turistas, por lo que en temporada alta, la población de Salinas se estaría triplicando con la presencia de los visitantes.

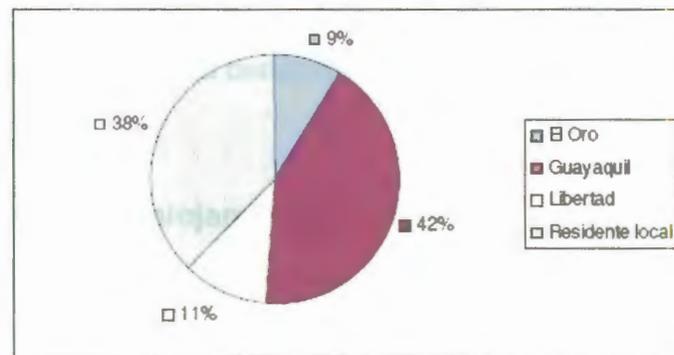
Un considerable segmento de la demanda no utiliza establecimientos hoteleros ni de restauración dado que responden a un movimiento de residentes temporales, en el que su gasto y consumo es más bien de aprovisionamiento. Otra corriente cuenta con la posibilidad de rentar “aparthotels” dado que su desplazamiento es en grupos sociales y familiares. Otro segmento de la demanda busca el destino Salinas como un espacio ideal para la realización de un turismo de negocios, a través de congresos, convenciones y demás encuentros empresariales.

Pero Salinas, aparte de los turistas propiamente dichos, tiene también una alta afluencia de visitantes (personas que acuden a la playa sólo por el día, y no utilizan servicios de alojamiento).

### a) Tipo de visitante

El 35% de los entrevistados eran excursionistas, 31% eran turistas, y 34 % eran residentes. Los turistas permanecían entre 2 y 4 días en Salinas. Proceden, la gran mayoría de Guayaquil (Figura 21).

**Figura 21.- Procedencia de los visitantes**

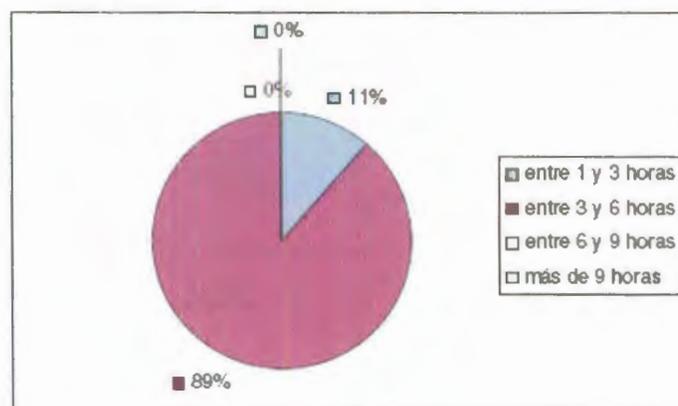


Fuente: PMRC, 2006

### b) Tiempo de uso de playa

La mayoría de las personas utilizan la playa entre 3 y 6 horas, seguidos por visitantes que la utilizan por un tiempo más corto (Figura 22).

**Figura 22.- Tiempo de uso de playa**



Fuente: PMRC, 2006

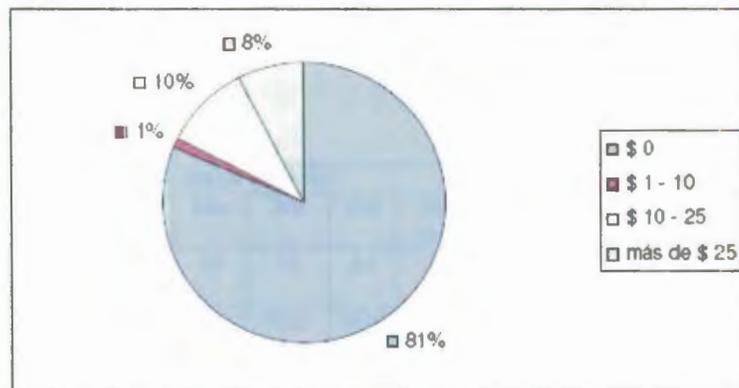
**c) Selección de sitio en la playa.**

La mayoría de los entrevistados (49%) seleccionaron el sitio en la playa buscando tranquilidad y limpieza, seguido por un grupo de gente que lo hizo en base a características físicas de la playa. Sólo un 8% de las personas buscó la cercanía a facilidades y servicios turísticos

**d) Consumo en alojamiento.**

De las 15 personas entrevistadas eran turistas que utilizaban servicios de alojamiento. De estos, la mayoría realizó un gasto diario de entre 10 y 25 dólares diarios por persona, seguido de un grupo que realizó un gasto de más de 25 dólares diarios por persona (Figura 23).

**Figura 23 Consumo personal diario en establecimientos de alojamiento**



Fuente: PMRC, 2006

### e) Consumo en alimentación

De las personas encuestadas, un 33% no tuvo ningún consumo en alimentación. Estas personas correspondían a excursionistas de ciudades cercanas como Libertad que permanecían pocas horas en la playa, además de los residentes de Salinas. El 40% realizó un gasto de entre 1 y 5 dólares diarios, seguidos por los grupos que realizaron un consumo mayor.

### Capacidades de la oferta

#### Capacidad de hospedaje y alimentación

##### a) Capacidad de servicios de hospedaje

El catastro de la provincia de Guayas muestra una capacidad de 2.907 plazas en Salinas. Existe una predominancia de establecimientos de tercera y cuarta categoría (Figura 16).

**Tabla 16.- Establecimiento de alojamiento registrado y no registrado en el catastro de Salinas**

Categoría	catastro oficial					oficial			Total
	1ra	2da	3ra	4ta	Sub total	Camping	Casas particulares	Otros	
No. de establecimientos	1	10	18	13	42				42
No. de plazas	206	866	1227	608	2907				2907

Fuente: PMRC, 2006

### b) Capacidad de servicios de alimentación

Existen 2.602 plazas repartidas en 75 establecimientos (tabla 17). Las 2.602 plazas podrían acoger un total máximo de 10.408 usuarios al día considerando una permanencia media personal de 1 hora durante las 4 horas pico de demanda (12:00 – 16:00 horas).

**Tabla 17: Establecimiento de restaurantes**

Categoria	Establecimientos registrados					Establecimientos no registrados en catastro oficial		Total
	1ra	2da	3ra	4ta	Sub total	Restaurantes	Comedores	
No. de establecimientos	1	15	35	24	75			75
No. de Plazas	36	700	1304	562	2602			2602

Fuente: PMRC, 2006

La cantidad de plazas en restaurantes es muy similar al número de plazas de alojamiento. Esta relación no es tan común en las playas de este estudio, donde normalmente existen muchas más plazas de restaurantes en comparación al número de plazas en hoteles/hostales.

### Capacidad de recepción de usuarios en playa

#### a) Capacidad física de la playa en su zona de uso turístico actual

Chipipe es una playa de aproximadamente 1 kilómetro de largo. Todo el largo de la playa es utilizado por los visitantes, pues es una playa corta, ubicada directamente en la ciudad de Salinas, los servicios y facilidades turísticas que se ofertan aquí se encuentran distribuidas uniformemente a lo largo de toda la playa. Sin embargo, no todo el ancho es utilizado por los visitantes. La línea de carpas que se forma

en esta playa induce a que la gente se ubique solamente en la parte posterior a las carpas, dejando la zona trasera para tránsito. Es importante tomar en cuenta esta realidad de ocupación, y definir una carga aceptable para la zona que efectivamente está siendo utilizada para propósitos recreativos. La tabla 18 muestra los diferentes cálculos realizados. Se utiliza el 100% del largo total de la playa. Del ancho mínimo de playa dado por la línea de marea alta de sisigia, se utiliza el 80%. En la superficie resultante, 303m<sup>2</sup> se encuentran ocupados por infraestructuras fijas, o canchas deportivas, o barreras naturales y artificiales. Esta superficie es restada y se obtiene finalmente un área de 22.977m<sup>2</sup>, que corresponden a la zona de uso turístico actual. La superficie de ocupación sugerida por persona en el caso de Chipipe es de 5m<sup>2</sup>, debido a que es una playa urbana. Esto implica una capacidad física de aproximadamente 4.500 usuarios, en la zona efectiva de uso turístico actual.

**Tabla 18 Cálculo de capacidad física para la zona de uso turístico actual**

Largo total de la playa (m)	Largo efectivo de uso turístico (% del largo total)	Ancho mínimo (m)	Ancho efectivo de uso turístico (% del ancho mínimo)	Área aproximada de ocupación en zona efectiva de uso (m <sup>2</sup> )*	Área efectiva de uso turístico actual (m <sup>2</sup> )	Ocupación sugerida por persona (m <sup>2</sup> )	Capacidad física de la zona de uso turístico actual
967	100%	30	80%	303	22977	5	4595 personas

\* por infraestructuras fijas, canchas deportivas y barreras naturales o artificiales

Fuente: PMRC, 2006

## **Capacidad de acceso**

### **a) Capacidad de sitios de parqueo**

Salinas no posee áreas públicas de parqueo. La capacidad de recepción de usuarios por esta razón es de 0. Sin embargo, en el caso de Salinas esto no ha significado la existencia de desorden vehicular importante debido a que la mayoría de automóviles tienen opciones privadas de parqueo, ya sea dadas por los hoteles, o en las propias viviendas de los residentes temporales que constituyen gran parte de la afluencia turística a esta playa. Tampoco los denominados "tours diarios" acuden a estas playas por decisión de las autoridades de limitar la afluencia de esta modalidad de visita.

## **Capacidad sanitaria y de agua**

### **a) Capacidad de servicios higiénicos**

Chipipe posee 10 servicios higiénicos temporales ubicados a lo largo de la playa. Existe una capacidad de recepción de 1.000 usuarios al día, asumiendo la utilización aproximada de 100 personas por servicio higiénico al día, durante 8 horas de disponibilidad. Un incremento en el número de servicios higiénicos sería necesario para abastecer el número de visitantes que puede acudir a esta playa de acuerdo a su capacidad física (4.500). También es importante considerar que los

sanitarios existentes son temporales, por lo que la capacidad mencionada estará dada solamente para la época en que este servicio esté a disposición de los visitantes.

#### **b) Capacidad y sistemas de provisión de agua**

Salinas posee agua potable del Trasvase de Atahualpa, y abastece a la mayor parte de la población con un sistema de agua entubada. Hay sin embargo todavía ciertas zonas que deben ser abastecidas por tanqueros. Se reportó que no existe escasez de agua en ninguna época del año. Según las autoridades del Municipio, la calidad del agua es buena.

De acuerdo a esta información, el tema del agua no se muestra como un limitante para la llegada de visitantes a esta playa.

#### **Capacidad de seguridad**

##### **a) Capacidad por número de salvavidas**

La planificación realizada para la temporada de playa 2006 asignó 6 salvavidas a la playa de Chipipe. Este número fue considerado en el presente estudio, y resulta en una capacidad de recepción de 900 usuarios, asumiendo una capacidad de control de 150 personas por salvavidas. Sin embargo, se debe tomar en consideración que la asignación de salvavidas fue parte de una planificación, que no en

todas las playas se cumplió en su totalidad, por lo que los manejadores deben finalmente constatar el número real de salvavidas que, de forma constante, se encargan de la seguridad en Chipipe.

#### **b) Capacidad por número de vigilantes de Marina**

El plan de temporada “Costa 2006” asignó 3 vigilantes de Marina a la playa de Chipipe, resultando en una capacidad de recepción de 900 usuarios, asumiendo una capacidad de control de 300 personas por vigilante. Del mismo modo que con los salvavidas, se debe evaluar la presencia real de marinos durante la temporada.

### **Análisis conjunto de capacidades**

#### **a) Recepción de visitantes en playa (ver tabla 19)**

Tabla 19: Capacidad de Carga de la playa Chipipe

	Número de unidades	Capacidad de usuarios individual	Capacidad de recepción de usuarios expresada en la mínima de todas las capacidades
capacidad física de la playa		4500	
capacidad de parqueaderos		no aplica	
servicios higienicos	10	1000	
salvavidas	6	900	
vigilantes de Marina	3	900	<b>900</b>

PMRC, 2007

La capacidad física de la playa en su zona de uso turístico actual es de 4500 personas. Este número representa el tope máximo de

visitantes que potencialmente podrían acudir, si el resto de factores analizados permitiesen también la llegada de este número de personas. Con excepción del tema de parqueaderos, que como se vio no es considerado como un limitante directo de visitación en Salinas (tabla 20).

## 2.4.2 FODA

Tabla 20: Análisis FODA del producto propuesto.

<p><b>Análisis del Centro de Facilitación Turística y Deportes Acuáticos</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b>  F1.-Actividades de recreación: Pesca, recolección michullas.  F2.- Los servicios que se van a prestar fueron determinados de acuerdo a la demanda actual del destino.  F3.- Ofrecer como parte de los servicios del centro, los atractivos culturales como los pregones y bandas de pueblo en las Fiestas de la Virgen de las Mercedes y San Agustín.  F4.- Posibilidad de crear otras actividades impulsadas por la comunidad receptora como venta artesanías, recuerdos, venta de comidas, etc.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b>  D1.- La falta de interés en la actividad turística por parte de la comunidad receptora.  D2.- Existen pocos restaurantes y estos no prestan servicios turísticos de calidad.  D3.- Solo un hotel que de segunda categoría que presta servicios de alojamiento.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b>  O1.- Los destinos aledaños no tienen</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b>  O2 F3.- Ofrecer turismo cultural en</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b>  O1 D2.- Ofrecer en el centro lugares</p>

Continuación tabla 20

<p>un lugar que ofrezca todos los servicios que ofrecerá el centro de facilitación. O2.- Los otros destinos no ofrecen como atractivo la pesca artesanal.</p>	<p>la zona. O1. F4.- Comercializar todo el producto Chanduy con las actividades del centro de facilitación y los servicios que pueda prestar la comunidad receptora.</p>	<p>que brinden servicios de alimentos y bebidas; exigiendo normas de calidad, aseo e higiene para el manejo de los víveres.</p> <p>O1 D1.- Fomentar el interés turístico de la comunidad receptora capacitándolo para la correcta atención a los visitantes y con posibilidad de poner su micro empresa.</p>
<p><b>AMENAZAS</b>                  A1.- El desarrollo de nuevos sitios que presten estos servicios turísticos.                  A2.- La regeneración del malecón de La Libertad, y los locales de comida y deportes que hay en ese sector.                  A3.- Que los impactos sociales negativos alteren las costumbres de los habitantes de Chanduy.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b>                  A3 F3 Concientizar a la población de la importancia en mantener intactas sus costumbres ancestrales para ampliar la oferta turística.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b>                  A1-D2 Incentivar y asesorar a la comunidad receptora para que solicite los nuevos créditos que está otorgando el gobierno nacional.                  A2-D1.- Promover la promoción turística en balnearios cercanos y en Guayaquil.</p>

Fuente: Autores, 2007.

## **CAPITULO 3.- ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1 Tamaño y localización**

Este estudio consiste en detallar los servicios que se van a brindar en el centro de facilitación turística y deportes acuáticos en la zona de playa de la parroquia de Chanduy perteneciente a la Provincia de Santa Elena. Los servicios a prestarse son aquellos que la demanda real y potencial determino como los necesarios al momento de su visita a la zona de estudio; y con esto realizar el estudio de impacto ambiental acorde a las actividades a

desarrollarse. Se entiende como centro de facilitación al conglomerado de varios servicios relacionados a la actividad turística, con el fin de crear o fortalecer este tipo de actividades en lugar determinado<sup>2</sup>.

Además permitirá conocer las dimensiones físicas de cada construcción y el espacio necesario para realizar las diferentes actividades propuestas. El centro de facilitación y los demás servicios complementarios se hallaran localizados en la parte nor-oeste de la playa de la cabecera parroquial Chanduy a una distancia de 50 m del inicio de la zona de playa y unos 40 m del Estero Zapotal (ver figuras 24 y 25).

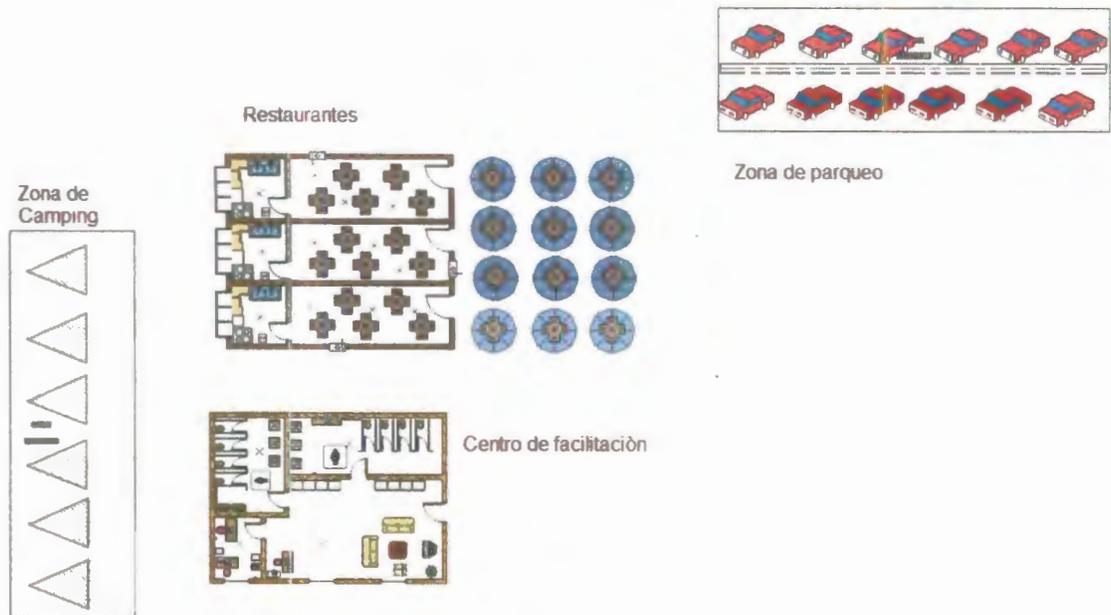
**Figura 24.- Localización del centro de facilitación turística y sus componentes.**



**Fuente:** Google, 2007

<sup>2</sup> Durante el proceso de elaboración de este documento fue imposible encontrar un concepto de centro de facilitación; así que la definición que se muestra fue elaborada por el grupo de tesis.

**Figura 25.- Localización de las instalaciones del centro.**



**Fuente: Autores, 2008**

**Centro de atención al turista:**

Este sitio tendrá una medida de 7m de ancho x 6m de largo dando un espacio de 42m<sup>2</sup> el cual servirá para brindar servicios que necesitan los futuros visitantes (ver figura 26).

Figura 26.- Distribución del Centro de atención al turista.

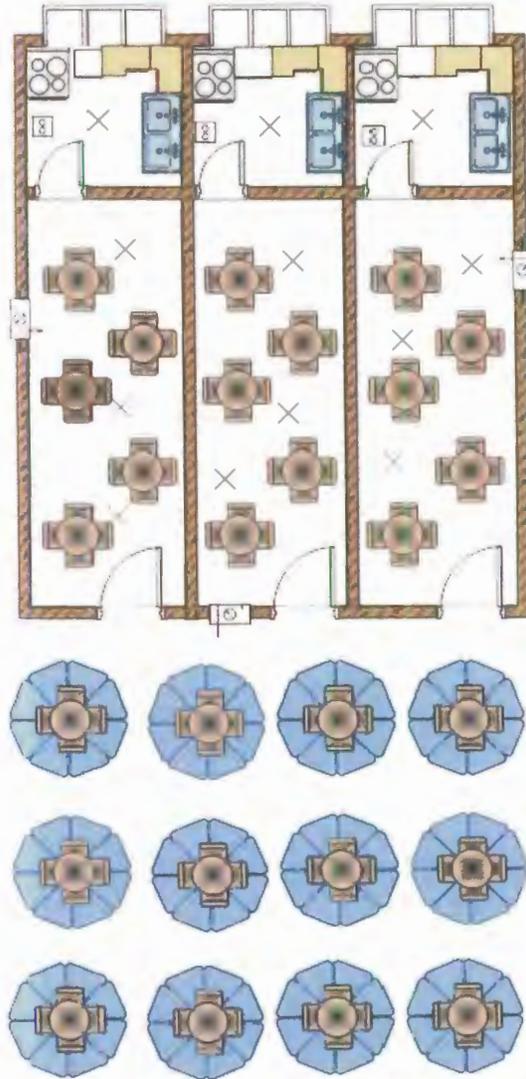


Fuente: Autores, 2008

### Restaurante

El restaurante se encontrará localizado junto al centro de atención al turista (ver figura 27). Cada uno de los restaurantes tendrá una dimensión de 2m x 7m; en total el área física es de 6m de largo x 7m de ancho, es decir 42 m<sup>2</sup>. Más el área de parasoles, con mesas y sillas.

Figura 27.- Diagrama de los restaurantes que manejará la comunidad receptora

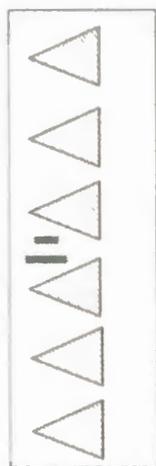


Fuente: Autores, 2008

**Zona de camping:**

Este es un espacio de 50m<sup>2</sup> en el cual se colocarán carpas de dos y cuatro personas, las mismas estarán ubicadas cerca del área de los baños y puede soportar hasta unas 8 carpas.

La zona designada para realizar esta actividad se encontrará a 5m de distancia del centro de facilitación (ver figura 28) lo que quiere decir que se encontrará ubicado en el nor-oeste de la playa y a una distancia de 50m de la zona de playa y 10m del Estero Zapotal.

**Zona de camping:****Figura 28.- Zona de Camping**

Fuente: Autores, 2008

**Zona de parqueo:**

El espacio asignado para la zona de parqueo será de 120 m<sup>2</sup> en forma rectangular el mismo tendrá una capacidad para 8 autos. Esta zona encontrara localizada en el nor-oeste de la zona playera a unos 20m de distancia del centro de facilitación.

**Torre de salvavidas:**

Las torres salvavidas tendrán una altura de 3m la cual permitirá amplia visibilidad de toda la zona playera y poder así socorrer de manera efectiva y rápida a los bañistas con problemas en el mar.

La primera torre de salvavidas estará ubicada a 10m de distancia del centro de facilitación en la parte nor-oeste de la playa a una distancia de 60m de la zona de playa y las demás se las encontraran ubicadas respectivamente en las áreas donde halla mas concentración de bañistas.

**3.2 Determinación de los servicios y actividades a desarrollarse.**

Por medio del resultado que mostraron las encuestas se pudo determinar y conocer los gustos de la demanda actual, lo cual permitirá desarrollar las siguientes actividades y servicios los mismos que vayan acorde con el recurso playa y a la capacidad de carga que se desarrolló, de acuerdo a la metodología de Boullón, E . (1986 35)

## Capacidad de carga de Chanduy

<b>CCF= V/A . S . CR</b>	
V/A =	Cuanto espacio necesita una persona para realizar su actividad
S=	Área total de estudio
CR=	Coeficiente de Rotación= $\frac{\text{Tiempo de apertura}}{\text{Tiempo promedio de vista}}$
<b>CCR= CCF . FC<sub>1</sub>.FC<sub>2</sub>. FC<sub>3</sub>.FC<sub>N</sub></b>	
FC <sub>N</sub> =	1-RA;    RA = $\frac{\text{Magnitud limitante}}{\text{Magnitud total}}$
<b>CCE= CCR * <math>\left(\frac{CM}{100}\right)</math></b>	
CM=	$\frac{CCE}{CCR} \times 100$

La playa zona de estudio en Chanduy tiene una extensión de 2 Km de largo por 15 metros de ancho, el tiempo de apertura del centro de facilitación es de 13 horas en temporada alta y de 7 horas en temporada baja, lo que da un promedio de 10 horas por día, el tiempo de uso de la playa es de 5 horas por bañista de acuerdo a las observaciones hechas en el sitio de estudio. El espacio utilizado por persona es de 15m<sup>2</sup> por visitante de acuerdo a la información adaptada de Roig (2002), en Reck, G, 2006. Cuya tabla 21 se puede observar a continuación.

**Tabla 21: Espacio utilizado por los bañistas.**

<i>Tipo de playa</i>	<i>Características<sup>1</sup></i>	<i>Área mínima de ocupación por persona</i>
<b>Playa urbana</b>	Playas localizadas dentro de los perímetros urbanos. Presentan un entorno urbano altamente transformado, con fácil accesibilidad y que soportan un intenso uso	5m <sup>2</sup>
<b>Playa semlurbana</b>	Son aquellas cuyo entorno se encuentra parcialmente edificado, en general con construcciones aisladas ó pequeñas poblaciones circundantes. Cuentan con una limitada accesibilidad y moderada afluencia. Incluyen Playas con presencia de ecosistemas naturales en sus alrededores.	15m <sup>2</sup>

Fuente: Roig, 2002

El atractivo no tiene cierres temporales, y como factores de corrección se ha tomado en cuenta: una cancha de vóley de 9x18 mtrs; los restaurantes que en total miden 42 m<sup>2</sup> mas un área de sillas al exterior de 40.6 m<sup>2</sup> por los tres restaurantes. El centro de atención al turista con 42 m<sup>2</sup>, el área de camping cuenta con 50 m<sup>2</sup> y la de parqueo con 120 m<sup>2</sup>, para cada carpa de dos personas se ha calculado un espacio de 2.20x3.00 metros, para el área de parqueadero se calculó un largo de 5 mtrs y 2.86 mtrs de ancho por auto; además la hay partes en la playa que tienen una gran presencia de rocas lo cual ocupa un área de 5\*500 metros a lo largo de toda la playa y un área de 10 parasoles con 6 sillas y 15 parasoles con dos sillas. Para los parasoles con dos sillas se ha considerado un espacio de dos por tres metros; y para los parasoles de seis sillas cuatro por cuatro metros.

$$\underline{CCF = V/A \cdot S \cdot CR}$$

$$CCF = \frac{1 \text{ Vte}}{15 \text{ m}^2} \cdot 30,000 \text{ m}^2 \cdot \frac{1.8 \text{ vtas}}{\text{vte.ds}} = 3,600$$

$$\underline{CCR = CCF \cdot FC_1 \cdot FC_2 \cdot FC_3 \cdot FC_N}$$

FC<sub>1</sub> Cancha de Vóley.

$$FC_1 = 1 - \frac{162 \text{ m}^2}{30000 \text{ m}^2} = 0.9946$$

FC<sub>2</sub> Restaurante.

$$FC_2 = 1 - \frac{82.6 \text{ m}^2}{30000 \text{ m}^2} = 0.9972$$

FC<sub>3</sub> Centro de atención al turista.

$$FC_3 = 1 - \frac{42 \text{ m}^2}{30000 \text{ m}^2} = 0.9986$$

FC<sub>4</sub> Área de Camping.

$$FC_4 = 1 - \frac{50 \text{ m}^2}{30000 \text{ m}^2} = 0.9933$$

FC<sub>5</sub> Parqueaderos.

$$FC_5 = 1 - \frac{120 \text{ m}^2}{30000 \text{ m}^2} = 0.996$$

FC<sub>6</sub> Zonas rocosas.

$$FC_6 = 1 - \frac{2.500 \text{ m}^2}{30000 \text{ m}^2} = 0.9166$$

FC<sub>7</sub> Sillas y parasoles.

$$FC_7 = 1 - \frac{240 \text{ m}^2}{30000 \text{ m}^2} = 0.992$$

$$CCR = 3.600 \cdot 0.9946 \cdot 0.9972 \cdot 0.9986 \cdot 0.996 \cdot 0.9933 \cdot 0.9166 \cdot 0.992 = 3,207$$

$$CCE = CCR \cdot \left( \frac{CM}{100} \right)$$

**CCE PARQUEADEROS**

8 autos x 4 personas por auto= 32 pax por auto.

$$32 \times 2 = 64$$

$$CM = \frac{64}{3207} \times 100 = 1.99\%$$

$$CCE = 3,207 * \left(\frac{1.99}{100}\right) = 64$$

Se puede atender al 1.99%; es decir a 64 personas por día, en cuanto al parqueo.

### **CCE BAÑOS**

3" promedio de uso de baño por persona. 600 minutos promedio de atención por día.  $600/3 = 200$  veces ds. X 8 baños= 1600

$$CM = \frac{1600}{3207} \times 100 = 49.89\%$$

$$CCE = 3,207 * \left(\frac{49.89}{100}\right) = 1600$$

Se puede atender al 49.89% es decir a 1600 personas por día, en cuanto a los baños.

### **CCE DUCHAS**

3" promedio de uso de ducha por persona. 600 minutos promedio de atención por día.  $600/3 = 200$  veces ds. X 6 baños= 1200

$$CM = \frac{1200}{3207} \times 100 = 37.11\%$$

$$CCE = 3,207 * \left(\frac{37.11}{100}\right) = 1200$$

Se puede atender al 37.11% es decir a 1200 personas por día, en cuanto a las duchas.

Aunque estos porcentajes de atención a los turistas podrían ser alarmantes pues en algunos casos los servicios ofrecidos no cubren ni el 2% de la capacidad efectiva de la playa; se debe de recordar que Chanduy es un destino con tan solo 10.000 visitantes al año; sin embargo el 42% (84.000) de los encuestados en Salinas mostraron la visitar el destino y el 59% la intención de utilizar los servicios del centro en sus posibles visitas a Chanduy. Es decir que en promedio se podría contar con una demanda de 250 visitantes por día. Y con esta cantidad de personas los servicios descritos y ofrecidos en este proyecto, son más que suficiente para satisfacer a esta demanda.

Se tomará en cuenta a como capacidad de carga real a los 250 visitantes por día para realizar el cálculo de las capacidades de carga efectivas.

$$CCE = CCR * \left(\frac{CM}{100}\right)$$

#### **CCE PARQUEADEROS**

8 autos x 4 personas por auto = 32 pax por auto.

$$32 \times 2 = 64$$

$$CM = \frac{64}{250} \times 100 = 25,6\%$$

$$CCE = 250 * \left(\frac{25,6}{100}\right) = 64$$

Podemos atender al 25.6%; es decir a 64 personas por día, en cuanto al parqueo.

#### **CCE BAÑOS**

3" promedio de uso de baño por persona. 600 minutos promedio de atención por día.  $600/3= 200$  veces ds. X 8 baños= 1600

$$CM= \frac{1600}{250} \times 100= 640\%$$

$$CCE= 250 * \left(\frac{49.89}{100}\right)= 1600$$

Se puede atender al 640% es decir a 1600 personas por día, en cuanto a los baños.

### **CCE DUCHAS**

3" promedio de uso de ducha por persona. 600 minutos promedio de atención por día.  $600/3= 200$  veces ds. X 6 baños= 1200

$$CM= \frac{1200}{250} \times 100= 480\%$$

$$CCE= 205 * \left(\frac{37.11}{100}\right)= 1200$$

## **DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES.**

Las actividades abajo detalladas han sido propuestas de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a la demanda real y potencial. La descripciones de cada una de las actividades ha sido basado en el libro enciclopedia de los deportes de Martínez, 1990

### **Esquí acuático o náutico:**

Esta actividad interesó en gran medida a los encuestados. Y el equipo básico para esta actividad es:

1. Wet suit
2. Una snowboard o esquíes acuáticos
3. Arnesees o cuerdas de nylon
4. Una lancha a motor que pueda alcanzar una velocidad de hasta 100km/hora.
5. Un casco de seguridad y un chaleco salvavidas.

### **Kayak en el mar:**

Es una de las modalidades del piragüismo moderno ya que incluso es uno de los métodos más usados para el rescate en mar abierto y ahora es una de las actividades que nos permite llegar a paisajes insólitos e imposibles de llegar.

El equipo a utilizar consta:

1. Kayak el cual puede ser de modelo canadiense o de cualquier tipo, dependiendo los gustos del remero o kayakero
2. Casco de seguridad
3. Wet suit
4. Chaleco salvavidas
5. Gafas para el sol.

### **Voley ball**

Es un deporte practicado por jóvenes el cual se realiza con 2 equipos con 4 jugadores el balón es de un material suave pero con cierto peso, para lo cual se necesita el siguiente equipo:

1. Una red o maya.
2. Un cancha señalada.
3. Una pelota

**Camping:**

Es una actividad que esta enfocada a todos los viajeros de paso como los jóvenes mochileros o grupos de universitarios.

El equipo para el camping se basa en:

1. Tienda de acampar
2. Sleeping back
3. Colchones hinchables
4. Faro de gas para iluminación interna
5. Impermeable para las lluvias
6. Utensilios de cocina.
7. Vivac que son bolsas de calor que no permitan el ingreso de la humedad.

**Pesca artesanal:**

La idea de pescar artesanalmente se debe a que en el estuario que se forma en el río Zapotal se puede recolectar michullas, puesto las encuestas señalaron que el 20% de la demanda potencial y el 62% de la actual estarían interesados en realizar esta actividad.



**Snorkel:**

El 72 % de la demanda actual y el 60% de la potencial mostraron interés en realizar esta actividad. Este deporte se ejecutará en un sector conocido como “Piedra de Chile” lugar donde hay una pequeña entrada de agua formando una hermosa playa.

El equipo para la realización de esta actividad esta basada en:

1. Snorkel o tubo de respiración
2. Visores o lentes acuáticos
3. Aletas para nadar
4. Gorros de natación (opcional).

Todas estas actividades se desarrollaran y se implementarán en el centro de facilitación para brindar estos servicios a los futuros turistas.

**DETERMINACIÓN DE LOS SERVICIOS.**

Las encuestas desarrolladas en la playa de Chanduy mostraron cuales eran los servicios más idóneos para desarrollo turístico de la playa. Los cuales se detalla a continuación:

**Restauración:**

Este es uno de los servicios más importantes debido a la demanda de turistas que concurren al lugar en periodo de vacaciones, feriados y como último punto de parada para los campistas o mochileros jóvenes. El cual será dirigido por las personas de la comunidad bajo la supervisión del grupo de trabajo o

administradores del centro. El personal encargado del servicio deberá tomar los cursos adecuados para el manejo de alimentos que son dictados por el Municipio de la ciudad de Guayaquil junto a la Fundación Ecuador quien es la encargada de realizar el curso de Higiene y Manipulación de Alimentos.

**Renta de casilleros:**

Es un servicio que se prestará por seguridad para los bañistas y visitantes, que necesitan y esperan contar con este servicio para sentir seguras sus pertenencias y disfrutar de la playa.

**Renta de baños:**

Es un servicio que deberá implementarse, ya que va acorde con la higiene de los visitantes.

**Alquiler de carpas para camping:**

Con este servicio se podrá facilitar la estadía a los turistas que acudan a la playa y proporcionar todos los implementos necesarios para que su camping sea lo mas agradable y satisfactoria posible.

**Prestación de duchas y vestidores:**

Prestar este servicio a los visitantes es facilitarles el aseo y así no utilizarán el agua del mar para asearse antes de retirarse a sus respectivos lugares de procedencia.

**Servicios de transporte:**

Crear una pequeña flota de transportes privados, tales como taxis o algo similar para facilitar la transportación y salida de los visitantes del lugar

**3.3 Características de las instalaciones turísticas**

En la caracterización de las instalaciones turísticas según Boullón (1986: 42) dentro del sistema de clasificación de las instalaciones turísticas en la categoría de sol y playa las siguientes son las que se deben tomar en cuenta: muelles, carpas o tiendas, sombrillas, observación submarina, duchas, baños portátiles y basureros y por ultimo torres salvavidas.

**Características de carpas**

Las carpas son tomadas en cuenta como parte de la instalación turística pues son parte del servicio que se prestara en el centro de facilitación turística. Son de un material muy sencillo y fácil de usar ya que son carpas de playa de plástico y metal con medidas de 2x2 para protegerse del sol.

**Características de las sombrillas**

Este tipo de instalación turística son las más comunes en los destinos de sol y playa de todo el mundo, pues permiten disfrutar de la vista del mar y la disminuye la contaminación del paisaje.

**Características de la observación submarina**

La implementación de este tipo de instalación turística es una de las más fuertes que tendrá el Centro de Facilitación, según las encuestas se deberá contar con ella para desarrollar la actividad en la zona conocida como "Piedra de Chile".

**Características de las duchas**

Estas deberán ser de uso público para ayudar a los turistas que regresan a sus lugares de origen o los que deciden quedarse alojados o acampando en el sitio.

**Basureros**

Este tipo de instalación es para proteger la estética del lugar y la higiene de la playa. Serán ubicados cerca de lugares donde se detecte el mayor grado de contaminación o desechos sólidos fabricados de madera y equipado con fundas de basura de diferentes colores para contribuir con el reciclaje en la playa monitoreado por los administradores del centro. Se ha determinado que los

tachos de basura de la playa se limpiarán 3 veces por día durante temporada alta y 2 veces al día en temporada baja de acuerdo al PMRC, 2008

### **Características de las torres de salvavidas**

La implementación de este tipo de instalación turística se debe a la seguridad de los bañistas serán 3 los puestos de salvavidas: uno cerca de los bañistas en una construcción de cemento que se aprovechará con su readecuación, la segundo de igual importancia se encontrará situado en la mitad de la playa para observar a los visitantes y el último que se encontrará situado en el sector de "Piedra de Chile" serán construidos con madera y cede a una altura de 3m del suelo para que cada salvavidas tenga una buena visibilidad de la playa.

Una vez determinadas las instalaciones turísticas que se utilizaran en la playa hay que recordar que según Boullón (1986:44) debido al crecimiento de las actividades turísticas, las instalaciones serán afectadas directamente por dicho crecimiento llegando al punto que estas formen parte del equipamiento turístico que pueden brindar hoteles, restaurants y casas hospederas de turistas. Por ejemplo un muelle, carpas o tiendas y hasta las mismas torres de salvavidas pueden formar parte de un conjunto deportivo, lo cual es así por el crecimiento

de los negocios ya mencionados. Transformándose así en clubes deportivos llevándolos así a clasificarlos como parte del equipamiento turístico del lugar.

### **3.4 Descripción del equipamiento turístico.**

Para la descripción del equipamiento turístico se tomará en cuenta la clasificación que según Boullón (1986: 41) incluye todos los establecimientos administrativos por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos.

Para la descripción se tomarán las categorías de cada uno de los diferentes equipamientos que existen el lugar de estudio.

1. Alojamiento.
2. Alimentación
3. Esparcimiento
4. Otros servicios.

**Alojamiento.-** El alojamiento en Chanduy es limitado, ya que solo cuenta con un hotel que dispone de 12 habitaciones, 47 plazas y con 28 camas. Lo cual no es suficiente para soportar el número de visitantes que decidan pernoctar en Chanduy. Cuenta con los servicios de: baño privado, restauración, Tv y de limpieza, se encuentra en las calles Sta. Elena y Cesareo Carrera y es de propiedad del Sr. José García.

La zona de camping forma parte del equipamiento, tiene un área de 50m<sup>2</sup> la cual tiene una capacidad para 8 carpas. Al estar cerca del centro de atención los usuarios podrán utilizar las instalaciones de esta área el cual consiste en: tachos de basura, baños, duchas, servicio de guardianía y alquiler de carpas. Esta área tendrá iluminación para las actividades nocturnas que decidan realizar los visitantes.

**Alimentación.-** En la actualidad el destino cuenta con dos lugares donde se brinda este servicio:

1. Restaurante "La Vinceñita" el cual cuenta con 20 plazas, baño para los clientes tanto hombres como mujeres posee un área de 3,20m de ancho por 6,50m de largo y manejan las normas básicas de salubridad.
2. Restaurante del hotel Chanduy, cuenta con 34 plazas, atiende de lunes a viernes y maneja normas elementales de aseo.
3. Como parte de este proyecto se implementarán tres restaurantes con 108 plazas, servicios higiénicos, cuatro meseros un cocinero y sus respectivos ayudantes.

**Esparcimiento.-** El destino solo dispone de un centro de recreación nocturna, Marcelito Discoteca con una capacidad para 40 personas, con servicio de bar, guardias de seguridad, un barman, disc jockey y dos baños para los clientes. Funciona solamente durante los meses de enero a abril, los fines de semana.

**Otros servicios.-** Actualmente Chanduy no cuenta con instalaciones que brinden estos servicios, pero con la implementación del centro de facilitación se brindará información turística como:

- ☞ Alojamiento hotelero y no hotelero.
- ☞ Alimentación fuera o dentro de las instalaciones.
- ☞ Mapas de la playa.
- ☞ Servicio de casilleros
- ☞ Alquiler de duchas.
- ☞ Servicio de guías para recorridos en el sector.
- ☞ Asesoramiento y alquiler de equipos para realizar los deportes propuestos en este documento.

### **3.5 Evaluación de impactos ambientales**

Para la evaluación de impactos se utilizará el método de la Matriz de Leopold y la combinación de algunos medios de análisis para determinar los impactos negativos más altos y así crear las medidas de corrección, mitigación y prevención durante el desarrollo del proyecto, las etapas de diseño, construcción, operación y abandono están incluidas en el estudio a fin de determinar en qué punto existirán impactos y poder controlarlos. Se usarán diferentes tipos de matrices ya que se necesitará saber de una forma cuali - cuantitativa los impactos que se generarán con la readecuación del centro de facilitación y los deportes acuáticos en la playa de CHANDUY.

La primera matriz que se utilizará (ver tabla 22), servirá para medir y reconocer los impactos que se causarán en las 4 etapas del proyecto. Con estos datos se realizará un análisis comparativo con los impactos de todas las etapas subsiguientes del proyecto, que serán mostrados en las siguientes matrices.

Con este análisis se reconocerán los primeros impactos que se producirán en las cuatro etapas del proyecto para diferenciar las tendencias de impactos a controlar por las medidas correctoras y preventivas del proyecto

**Tabla 22: Lista de Verificación de Impactos en las etapas del proyecto**

Impactos generados	Etapas del proyecto			
	Diseño	Construcción	Operación	Abandono
<b>Sobre el agua</b>				
contaminación		X	X	X
<b>Sobre el suelo</b>				
Erosión		X	X	
sedimentación		X	X	X
distribución del suelo		X	X	
<b>Sobre la fauna</b>				
Efectos sobre las especies		X	X	
Invasión de hábitats			X	
<b>Sobre el paisaje</b>				
Ruido y vibraciones extrañas		X	X	
Alteración del paisaje		X	X	X
<b>Sobre la salubridad</b>				
Desechos sólidos		X	X	X
Aguas residuales			X	
Presencia de malos olores		X	X	X
<b>Sobre la población</b>				
Perdida de costumbres			X	
Empleo			X	X
Recreación			X	

Fuente: Autores, 2007

### MATRIZ DE LEOPOLD

Las matrices según Miller Jr (2000:198) son de causa-efecto, ya que estas son un método de identificación y valoración, realizando un análisis de las relaciones de causalidad entre una acción dada y sus posibles efectos en el medio.

A continuación (ver tabla 23) se presentará la matriz de Leopold Modificada que junto con el modelo tradicional de esta matriz permitirán realizar un análisis de los impactos positivos y negativos en sus diferentes niveles. Así se crearán las respectivas medidas de corrección, mitigación y prevención. El cual muestra un resultado puntual de las características de los mismos.

**Tabla 23: Matriz de Leopold modificada**

Tipos del impactos	Impactos del proyecto Actividades de desarrollo	Carácter	Tipo	Extensión	Duración	Reversibilidad	Recuperabilidad	Magnitud
Sobre el suelo	Erosión.	Negativo	Directo	Puntual	ND	Irreversible	ND	-4
	Sedimentación.	Negativo	ND	ND	ND	Reversible	Recuperable	1
	Camping.	Negativo	Directo	Puntual	ND	Reversible	ND	-3
	Caminatas por la playa.	ND	ND	Localizada	ND	Reversible	ND	2
	Distribución del suelo.	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	Reversible	Recuperable	36
Sobre los recursos hídricos	Kayak en el estuario.	ND	ND	Localizada	Temporal	Reversible	Recuperable	4
	Pesca artesanal en el río Zapotal con fines turísticos	Negativo	Directo	Localizada	Temporal	Irreversible	Recuperable	-72
	Paseos en bote.	ND	ND	Localizada	Temporal	Reversible	ND	4
Impactos sobre la fauna silvestre	Perturbación de las aves	Negativo	Directo	Puntual	Permanente	Irreversible	ND	-54
	Invasión de su hábitat.	Negativo	Directo	Puntual	Permanente	Reversible	Recuperable	-27
Impactos estéticos sobre el paisaje	Readecuación del centro de facilitación	Positivo	Directo	Puntual	Permanente	ND	ND	27
	Ruido e introducción de vibraciones extrañas.	ND	Directo	Localizada	Temporal	Reversible	ND	-24
	Alteración del paisaje.	Positivo	Directo	Puntual	Permanente	Irreversible	ND	54
Impactos sanitarios.	Recolección de desechos sólidos	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	54

	Eliminación de desechos sólidos	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	54
	Reciclaje.	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	54
	Tratamientos de las aguas residuales	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	36
	Instalación de tachos de basura en la zona de playa.	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	Irreversible	ND	72
<b>Aspectos culturales</b>	Aculturación / pérdidas de costumbres.	ND	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	-54
	Capacitación en atención turística.	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	54
	Participación pública.	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	36
	Empleo.	Positivo	Directo	Localizada	Temporal	ND	ND	24
	Recreación	Positivo	Directo	Localizada	Permanente	ND	ND	36

No definido: ND

No

significativo: NS

Puntual: en la zona del centro

Localizado en Chanduy

Regional en la Península de Santa Elena

Fuente: Autores, 2008

IMPACTOS POSITIVOS	
1	BAJO
2	MEDIO
3	ALTO

IMPACTOS NEGATIVOS	
-1	BAJO
-2	MEDIO
-3	ALTO

Total impactos negativos:	13
Total impactos positivos	17
Valoración impactos positivos	548
Valoración impactos negativos	-238

En la tabla 24 se muestra el sistema de calificación y cuantificación. Esta matriz representa numéricamente y se encontrarán resultados cuantitativos los cuales con relacionados con los resultados cualitativos de la tabla anterior, con los que se puede realizar comparaciones y determinar los impactos que deben ser controlados.

**Tabla 24: Matriz de Leopold**

FACTORES AMBIENTALES \ ACCIONES	ACCIONES									
	PESCA ARTESANAL	SKY ACUATICO	VOLLEY PLAYERO	PARAPENTE NAUTICO	CAMPING	KAYAK	AFECTACIONES POSITIVAS	AFECTACIONES NEGATIVAS	AGREGACION DE IMPACTOS	
<b>SOBRE EL SUELO</b>										
1 EROSION			-1 / 1		-1 / 1				2	-2
2 SEDIMENTACION										
3 DISTRIBUCION DEL SUELO			1 / 2		2 / 2			2		6
<b>SOBRE EL RECURSO HIDRICO</b>										
4 CONTAMINACION	-1 / 2	-1 / 2			-1 / 1				3	-5
5 INVASION Y EFECTO SOBRE ESPECIES	-1 / 2								1	-2
6 MAL USO DEL RECURSO	-2 / 3	-1 / 2			-1 / 1	-1 / 2			4	-11
<b>SOBRE LA FLORA Y FAUNA</b>										
7 INVASION DE HABITATS		2							1	-2
8 PERTURBACION DE AVES	-1 / 2	-1 / 2		-1 / 2					3	-6
9 EFECTOS SOBRE LAS ESPECIES										
10 INTRODUCCION DE ESPECIES	-1 / 1								1	-1
<b>SOBRE EL PAISAJE</b>										
11 RUIDO E INTRODUCCION DE VIBRACIONES EXTRANAS		-2 / 4							1	-4
12 ALTERACION DEL PAISAJE										
13 CONTAMINACION VISUAL	1 / 1	2 / 3	-1 / 2	-1 / 1	1 / 2	1 / 2		4	2	8
<b>IMPACTOS SANITARIOS</b>										
14 RECICLAJE					2 / 3			1		6
15 ELIMINACION DE DESECHOS					2 / 3			1		6
16 AGUAS RESIDUALES					1 / 2			1		2
<b>IMPACTOS CULTURALES</b>										
17 EMPLEO	3 / 3	3 / 3		3 / 3	2 / 3	3 / 3		5		42
18 PARTICIPACION PUBLICA	2 / 3			1 / 2		3 / 2		3		14
19 RECREACION	2 / 2	2 / 3	1 / 1	2 / 3	1 / 2	2 / 3		6		25
20 ACULTURACION	-2 / 2			-1 / 1					2	-5
21 PERDIDA DE COSTUMBRES	-1 / 2								1	-2
AFECTACIONES POSITIVAS	4	3	2	4	6	4				
AFECTACIONES NEGATIVAS	8	4	2	1	5	1				
AGREGACIONES AMBIENTALES	-1	11	1	16	21	21				69

Valoración de impactos			
	Magnitud		Importancia
1	Bajo	1	Bajo
2	Medio	2	Medio
3	Alto	3	Alto

Fuente: Autores, 2007

## RESULTADO Y COMPARACIÓN DE IMPACTOS

Por medio de la matriz de Leopold y el análisis previo de impactos en las fases del proyecto se determinaron los siguientes impactos:

- ☞ Erosión
- ☞ Contaminación
- ☞ Invasión y Efectos Sobre Especies
- ☞ Invasión de Hábitats
- ☞ Perturbación de Aves
- ☞ Introducción de Especies
- ☞ Ruido y Vibraciones Extrañas
- ☞ Pérdidas de Costumbres
- ☞ Aculturación
- ☞ Readecuación del Centro de Facilitación
- ☞ Camping
- ☞ Alteración del Paisaje.

Una vez determinadas los impactos se procede a determinar los factores ambientales a utilizarse que son los siguientes:

- ☞ Contaminación
- ☞ Erosión
- ☞ Invasión De Hábitats Sobre Especies
- ☞ Aculturación

☞ Alteración del Paisaje

☞ Mal Uso del Recurso.

### **Medidas De Corrección**

Las medidas de corrección según Miller Jr (2000: 200) no son más que las posibles soluciones para lograr la eliminación de los impactos causados por el proyecto mediante, lo cual influirá en la parte económica del proyecto como tal ya que sus aplicaciones quedarían desfinanciadas y no sería posible garantizarlas.

### **Medidas De Mitigación.**

Este tipo de medidas tiende a minimizar los impactos negativos mediante la ejecución de una serie de acciones.

Una de las medidas será formular un documento para el correcto uso de la playa, así se reducirán los impactos negativos producidos por la mala distribución del espacio, a fin de respetar la capacidad de carga de los visitantes de la playa.

Para evitar la invasión de hábitats de todas las especies que viven en el destino y la reducción de las mismas, se diseñará un cronograma de actividades de avistamiento de vida silvestre, para cada uno de los sitios donde se concentren el mayor número de especies o a su vez se deberán hacer muestreos periódicos para la observación de especies claves:

1. Identificar las especies más comunes, cantidad y hábitos de vida con el fin de realizar un calendario de observación. Además, esta información, ayudará a determinar los niveles estables y críticos de las especies y así tomar medidas de prevención y mitigación dentro de un plan de manejo.
2. Disminuir el tiempo de avistamiento de especies y en casos más críticos reducir el número de visitantes por grupo.
3. Y en casos extremos reducir las actividades deportivas y turísticas que afecten a las animales de la zona.

Para evitar el impacto social de la Aculturación se deberá observar el comportamiento de la comunidad receptora tanto en sus actividades diarias como durante las manifestaciones culturales autóctonas, tales como: fiestas patronales, fiestas de los todos los santos, mesas de muerto<sup>3</sup> a fin de determinar si ha habido algún tipo de cambio el comportamiento de los mismos. En caso de detectarse algún proceso de Aculturación, se dictarán talleres y/o seminarios para fortalecer en la comunidad receptora, su identidad cultural y su legado histórico; a fin de que entiendan la importancia de mantener intactas sus costumbres.

---

<sup>3</sup> Las mesas de los muertos es una tradición que se realiza cada año en el día de los difuntos que consiste en colocar una mesa con todos los alimentos favoritos que gustaban a los fallecidos, de acuerdo a la tradición en este día ellos visitan a las familias y comen de lo preparado

Para disminuir el impacto causado por la acumulación de desechos sólidos se colocarán tachos de basura en ciertos lugares de la playa, los cuales serán recogidos de dos a tres veces al día de acuerdo a la temporada, como lo indica el manual de normas técnicas de certificación de playas de la faja costera.

**a) Medidas De Prevención.**

En la matriz de Leopold se pudieron identificar los posibles impactos negativos para lo cual se tomarán las siguientes medidas de prevención:

1. Elaborar un Plan de Ordenamiento Territorial para zonificar y ordenar las actividades propuestas en el proyecto.
2. Implementar señalética para identificar los servicios del centro de facilitación y los atractivos turísticos con los que cuenta en destino.
3. Respetar los resultados obtenidos en la capacidad de carga real, efectiva y de manejo a fin de no sobre explotar los recursos del lugar.
4. Crear un reglamento para cada una de las diferentes actividades, para evitar accidentes durante la realización de las actividades.

## **CAPÍTULO 4. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

### **4.1 Estructura organizacional**

Según Mintzberg, H (1991); La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos. Para lo cual se utilizará el tipo de estructura organizacional<sup>4</sup> de Agrupamientos Funcionales por funciones o procesos, los cuales reúne los cargos de acuerdo con la similitud de tareas

---

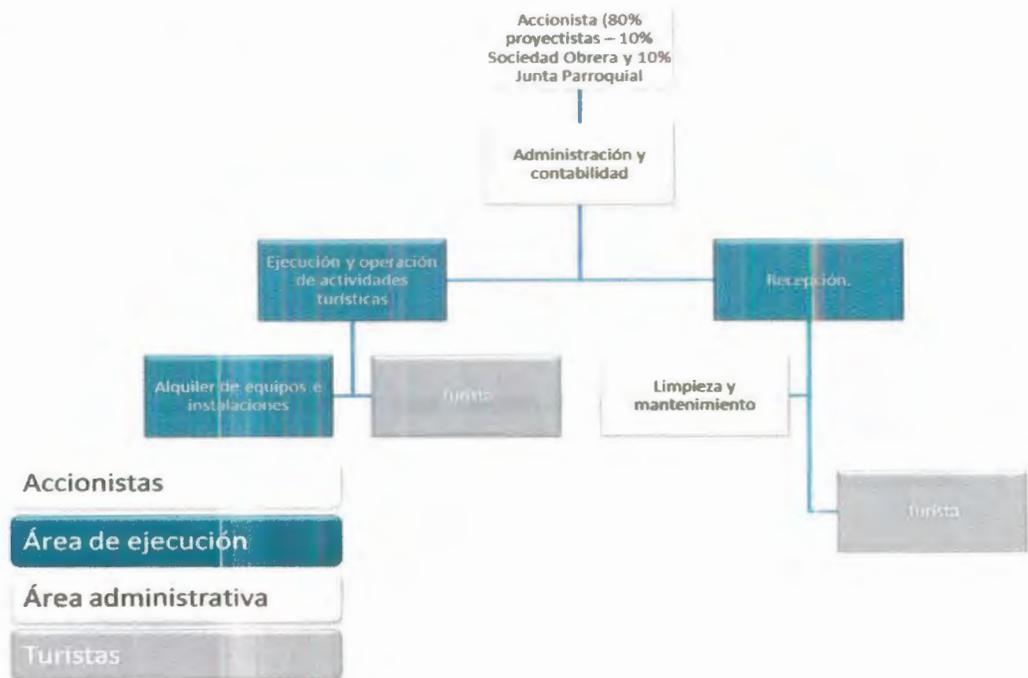
<sup>4</sup> Tomado de la web: [www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf](http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf). Visita realizada el 11 de enero de 2008

que se desarrollarán en los mismos, tomando de referencia la dimensión del proyecto que se considera de tamaño mediano. *Ibid.*

A continuación se podrá observar el organigrama ( figura 29) que presenta a los accionistas quienes tendrán las acciones divididas en un 20% a la comunidad receptora (10% a la Sociedad Obrera Ecuatoriana y un 10% a la Junta Parroquial) el 80% restante se dividirá en 3 partes iguales entre los autores del estudio. La finalidad de entregar un porcentaje de las acciones a la comunidad receptora es para que sus entes reguladores antes mencionados reviertan estas ganancias en mejoras para los residentes.

**ORGANIGRAMA**

**Figura 29.- Organigrama del centro de Facilitación**



**Fuente:** Autores

El centro de facilitación turística funcionará: los meses de enero a mayo y de julio a septiembre de jueves a domingo, en el horario de 6h00 a 19h00 y el resto del año de 10h00 a 17h00. A continuación se explicarán las funciones que desempeñará cada área:

Administrador: Tiene las siguientes funciones:

1. Planificar y coordinar las estrategias para el buen desarrollo del mismo.
2. Ser el responsable directo del logro de los objetivos que se plantearán.
3. Elaborar políticas, planes y manuales de funcionamiento.
4. Ser responsable de los permisos y trámites legales.
5. Contratar al personal y supervisará su funcionamiento.
6. Ser el responsable de la promoción y publicidad del centro.
7. Elaborar y controlar el presupuesto de gastos para el ejercicio económico.
8. Elaborar un plan y presupuesto de inversiones.
9. Autorizar la compra de activos y servicios
10. Debe de representar las veces que sean necesarias al Centro de Facilitación cuando se trate de hablar con la comunidad u otra personería jurídica y personal.
11. Coordinar el mantenimiento general de muebles, equipos e instalaciones.

12. Autorizar por escrito la salida de los equipos para su debido mantenimiento.
13. Se debe de encargar de que exista un buen ambiente organizacional.
14. Controlar las cuentas por cobrar clientes (se elaborará una lista de deudores).
15. Llevar un control de las cuentas por pagar.
16. Controlar las cuentas por pagar (relacionadas y proveedores).
17. Hacer las conciliaciones bancarias cada mes.
18. Llenar formularios y coordinar pagos de impuesto a la renta en el Servicio de Rentar Internas
19. Elaborar los estados financieros (Balances, Estados de Resultados, Flujos de Caja, Mayores, etc.).
20. Elaborar roles de pago.
21. Elaborar tablas de amortización de préstamos de empleados.
22. Llevar un control de anticipos de sueldo de empleados.
23. Llenar formularios y coordinará pago de impuestos del SRI.
24. Coordinar pagos a IESS.

Área de ejecución y operación de actividades turísticas: De ésta área se encargará una sola persona, la que tendrá la responsabilidad del correcto desarrollo de las actividades a realizarse en la playa. A continuación se detallarán las funciones del mismo:

1. Revisión del estado de los equipos para cada actividad a desarrollar.
2. Mantenimiento constante de los equipos deportivos del centro de facilitación.
3. Realizar un análisis diario del recurso para el desarrollo de cada actividad (kayak, snorkel l y camping)
4. Preparar a los turistas brindándoles las respectivas indicaciones para la actividad que ellos decidan realizar.
5. Facilitar el equipo respectivo a los turistas para la actividad elegida.
6. Capacitar a la persona que va a ayudar directamente al jefe de operaciones como asistente de guía.
7. Dar información turística del lugar durante el desarrollo de la actividad.
8. Hacer un inventario de los equipos antes y después de cada actividad.
9. Determinar el tiempo de vida de cada implemento deportivo.
10. Presentar las actividades mediante imágenes y videos para promocionar a los turistas los diferentes deportes.
11. Crear un reglamento de medidas de seguridad para el desarrollo de las actividades.
12. Determinar el tiempo de desarrollo de cada actividad.

Área de Recepción, Contabilidad e Información: En esta área se encargará a una sola persona para que cumpla con las diferentes actividades asignadas por el administrador. Las que deberá cumplir a cabalidad. A continuación se detallan las funciones a cumplir:

1. Hacer un control de abastecimientos de formularios contables (control numérico y caducidad) como Facturas, Recibos de Caja, Comprobantes de Egresos, Retenciones en la Fuente, Autorizaciones de Salida de Caja, etc.
2. Registrar los ingresos en el sistema contable (facturas, nota de venta, recibos de caja, etc).
3. Realizar reservaciones y confirmar 24 horas antes.
4. Recibir a los turistas.
5. Registrar los egresos en el sistema contable (cheques, comprobantes de egresos, Autorizaciones de salida de caja, vales, etc.
6. Elaborar y entregará cheques.
7. Elaborar registros de Contratos de Trabajo del Personal.
8. Archivar documentos.
9. Todas las demás funciones que por la característica del puesto y necesidad del Centro Facilitación, le asignen sus jefes inmediatos.
10. Dar información sobre precios y servicios (vía telefónica, fax, mail, etc), a los interesados que se comuniquen con la administración del centro para la contratación de servicios.
11. Hacer cotizaciones.
12. Llevar un control estadístico de clientes según formulario "Registro de Clientes" y "Tarjeta de Reservación"
13. Entregar una "Hoja de Evaluación" a los clientes para que califiquen los servicios.

14. Asesorar a los clientes sobre las diferentes actividades que podrán realizar en el centro y también darán información sobre las ofertas turísticas que brinda el país.
15. Elaborar facturas, recibos de caja, y notas de venta de clientes.
16. Cobrar y Hacer seguimiento de cuentas por cobrar clientes (mediante efectivo, transferencias bancarias)
17. Estar pendiente de los anticipos que Hacen los clientes en el Banco para confirmar su reservación.
18. Supervisar que todo esté en perfecto orden.

Alquiler de Instalaciones: Esta área de encargará directamente de entregar los locales que han sido alquilados y previamente pagado en el área correspondiente, los cuales podrán tener el uso que requieran los futuros compradores, ya sean para bares, restaurantes, ventas de artesanías, etc.

Limpieza y Mantenimiento: La persona encargada de esta área tendrá la obligación de que todas las instalaciones del centro de facilitación estén limpias y ordenadas. Se detallará las funciones más importantes que deberá cumplir:

1. Se encarga de la limpieza general de muebles, equipos e instalaciones.
2. Limpiar las áreas de camping y desbroce de hierbas.
3. Limpiar las afueras de la zona de comidas.
4. Todas las demás funciones que por la característica del puesto y necesidad del Centro Facilitación, le asignen sus jefes inmediatos.

## 4.2 Estrategias de comercialización

Para que el producto turístico planteado en este documento llegue a los consumidores, se desarrollaron las estrategias que se detallan a continuación, las mismas que pretenden ser bases para el desarrollo del plan de promoción.

1. Realizar alianzas con las operadoras de turismo para que utilicen las instalaciones del centro de facilitación, y con los organizadores de los tours que llegan a Chanduy todos los años.
2. Entregar folletos y posters en hoteles de Salinas, Playas y La Libertad para que los entreguen en recepción luego de realizar alianzas con ellos.
3. Desarrollar una campaña de medios.
4. Solicitar un espacio en la página web del municipio de La Libertad.
5. Alianza con el Centro Cultural Real Alto, para que en ellos se entregue los folletos del centro.
6. Solicitar al Ministerio de turismo que se incluya al centro de facilitación y a Chanduy como un destino de sol y playa, además de pesca artesanal y cultural.
7. Realizar alianzas estratégicas con otros destinos cercanos como Real Alto, Atahualpa, Ancón, etc. Para promocionar a los destinos juntos como un circuito de turismo alternativo.

8. Desarrollar material publicitario para publicarlo en un diario de cobertura nacional.
9. Invitar a la revista Terra Incógnita a Chanduy para que realicen un reportaje del centro y de la parroquia.
10. Solicitar al PMRC que lo incluya en sus planes de desarrollo y promoción turística.
11. Contratar a una empresa para que se mande e-mail masivos a los usuarios con el perfil de nuestra demanda.

### **4.3 Plan de promoción**

Las acciones que se desarrollarán en el plan de promoción han sido pensadas basados en los lineamientos que Bigné, E. (2000); hace en su libro las cuales se detallan a continuación en las tablas 25, 26, 27, 28, 29 y 30. Las mismas que se han tomado en base a la demanda real y potencial de Chanduy, cuyo perfil fue descrito en capítulo 2 numeral 2.

**Tabla 25: Comportamiento función a su estilo de vida de la demanda actual de Chanduy**

Segmento de la población	Estilos de vida	Viajes cortos, menos de 4 noches
Familiars (6,25%)	Enfocados hacia la familia; personas de índole conservador, rígido y religioso; segmento exigente... aficiones: actividades culturales, disfrutar de lugares de especial belleza, diversos tipos de lectura. Medios de comunicación: presa provincial, programas informativos, debates y documentales en TV; programación informativa en radio; aversión total hacia el deporte en los medios.	Segmento que menos número de viajes cortos por individuo realiza; selecciona principalmente ciudades de interior, próximas a su lugar de residencia; se alojan en infraestructura hotelera, especialmente de categoría baja o media.

Fuente: Bigné, E; 2000

**Tabla 26 Ciclo de vida familiar y productos adecuados de la demanda actual.**

Etapa y composición.	Características del consumidor.	Bienes y servicios usuales.
Nido lleno I: parejas jóvenes con niños menores de seis años.	Cambio en el estilo de vida por los hijos. Reparto nuevo de los ingresos debido a nuevas necesidades. Expansión de nuevas influencias familiares en las compras.	Productos para el hogar. Productos familiares. Servicios médicos. Educación para los niños.
Nido lleno II: parejas con hijos mayores de seis años.	Cambio de patrones familiares. Compra de más unidades de producto. Mayor necesidad de ingresos.	Colegios. Nuevas vivienda más grande. Vacaciones. Material deportivo. Créditos. Alimentación, vestidos y calzado.

Fuente: Bigné, E; 2000

**Tabla 27: Segmentos de turistas según los beneficios buscados, de la demanda actual.**

Segmentos	% de muestra. (n=1.015)	Características en cuanto a beneficios buscados	Perfil de los segmentos.
Familiares relax	14.13%	Lo más valorado es escapar de la rutina, relax, vacaciones tranquilas, escapar de la masificación y tomar el sol en la playa	Ligeramente más mujeres que hombres, de mediana edad y mayores; estudios intermedios.

Fuente: Bigné, E; 2000

**Tabla 28: El comportamiento turístico en función de su estilo de vida de la demanda potencial.**

Segmento de la población	Estilos de vida	Viajes cortos, menos de 4 noches
Idealistas (13%)	Consideran que el éxito personal radica en su implicación por conseguir un mundo mejor, comprometido en ello; otorgan relevancia ámbito laboral; flexible, responsables y tolerantes en política, religión y orden público; además de considerar la calidad como importante, son los más innovadores. Aficiones; deporte, música clásica, conciertos teatro y danza. Medios de comunicación: prensa provincial y nacional, revistas sobre aspectos políticos, programas deportivos.	Las zonas de interiores son las principalmente seleccionadas, siendo los segundos mayores demandantes de las zonas rurales. Alojamiento primordialmente elegido: casas de familiares o amigos o residentes.

Fuente: Bigné, E; 2000

**Tabla 29 Ciclo de vida familiar y productos adecuados a cada etapa de vida demanda potencial.**

<b>Etapas y composición.</b>	<b>Características del consumidor.</b>	<b>Bienes y servicios usuales.</b>
Soltería: jóvenes solteros que no viven con sus padres.	Renta limitada pero con gran variedad de utilización. Gran movilidad Valores y prioridades poco claras. Algunos compromisos financieros.	Productos de entretenimiento (discos, libros, etc.). Primer vehículo. Equipos informáticos. Viajes. Ocio y deportes. Educación.

Fuente: Bigné, E; 2000

**Tabla 30: Segmento de turistas según el beneficio buscado demanda potencial.**

<b>Segmentos</b>	<b>% de muestra. (n=1.015)</b>	<b>Características en cuanto a beneficios buscados</b>	<b>Perfil de los segmentos.</b>
Escapistas activos puros	12.96%	Valoran más que la media aspectos como escapas de la masificación, disfrutar de la naturaleza, practicar deportes, visitar pueblos y mercados típicos, monumentos y lugares históricos, entretenimiento nocturno y realizar cosas diferentes.	No existe diferencia entre hombres y mujeres; jóvenes menores de 30 y entre 31-45 años; estudios intermedios y superiores; sin diferencia en relación a la media sobre con quien viaja excepto ligeramente que viajan más en pareja.

Fuente: Bigné, E; 2000



Tomando en consideración las tablas antes mencionadas en este capítulo, se desarrollará el plan de promoción alineado a cada una de las estrategias de comercialización descritas en el literal anterior.

**Tabla 31: Desarrollo del plan de promoción del Centro de facilitación.**

ESTRATEGIA: Realizar alianzas con las operadoras de turismo para que utilicen las instalaciones del centro de facilitación.				
ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	RETROALIMENTACIÓN
Contactarse con las operadoras y sus representantes. Invitar a los representantes de la operadoras a un viaje de familiarización para que promocionen el centro de facilitación.	Esta campaña se la realizará durante los dos primeros meses de apertura.	Administrador del centro. Y el área de ejecución y operación de actividades turísticas.	\$500,00	La eficacia de esta estrategia se la evaluará en los meses posteriores cuando se empiecen a recibir los grupos de las agencias.
ESTRATEGIA: Alianzas con los operadores de los tours que llegan todos los años a Chanduy.				
ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	RETROALIMENTACIÓN
Ofrecer a los operadores de los tours los servicios del centro de facilitación para que lo utilicen	El convenio debe de realizarse por un lapso mínimo de 3	Administrador del centro.	\$50.00	Se deberá de evaluar el volumen de turistas y el gasto de estos luego del primer año de funcionamiento para determinar estrategias futuras.

Continuación de tabla 31

las instalaciones. Ofrecerle un precio especial previo la firma de un convenio en donde se establezcan claramente que el precio depende del volumen de personas que traigan.	años. Y ser revisado año a año a fin de que se cumplan los volúmenes de personas estipuladas en el mismo.			
ESTRATEGIA: Entregar folletos y posters en hoteles de Salinas, Playas y Libertar para que los entreguen en recepción luego de realizar alianzas con ellos.				
<b>ACCIÓN</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RETROALIMENTACIÓN</b>
Contactarse con los funcionarios para firmar el convenio de mutua cooperación.	Ésta actividad tomará máximo un mes y el convenio debe de firmarse mínimo por un año.	Administrador del centro.	\$50.00	Se deberá de evaluar el volumen de turistas y el gasto de estos luego del primer año de funcionamiento para determinar estrategias futuras. Y determinar si esta estrategia está generando beneficios al centro o solo representa un costo publicitario innecesario para captar a la demanda que tenemos en nuestro estudio
ESTRATEGIA: Desarrollar una campaña de medios.				
<b>ACCIÓN</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RETROALIMENTACIÓN</b>
Realizar las cotizaciones en el universo, súper y	Esta campaña se realizará de enero a marzo	Administrador en coordinación	\$14400	En el afiche se incluirá un ticket de descuento para medir cuanto de nuestra demanda ha conocido el

Continuación de tabla 31

<p>extra para publicar un afiche publicitario del centro.          Pasar los archivos al formato que necesiten cada uno de estos medios para publicar.          *Ver afiche de publicación en el anexo 3          Cotizar en las radios el precio de los sponsor y en los horarios.</p>	<p>en la costa, y las publicaciones saldrán los jueves y viernes en los mencionados diarios.          La frecuencia se realizará se realizará de cada dos horas los jueves, viernes y sábados en los horarios de más frecuencia.</p>	<p>con el diseñador grafico o publicista</p>		<p>centro atreves de los medio utilizados</p>
<p><b>ESTRATEGIA:</b> Solicitar un espacio en la página web de La Libertad.</p>				
<p><b>ACCIÓN</b></p>	<p><b>TIEMPO</b></p>	<p><b>RESPONSA BLE</b></p>	<p><b>PRESU- PUESTO</b></p>	<p><b>RETROALIMENTACIÓN</b></p>
<p>Contactarse con los funcionarios para firmar el convenio de mutua cooperación.</p>	<p>Ésta actividad tomará máximo dos semanas y el convenio debe de firmarse mínimo por un</p>	<p>Administrador del centro.</p>	<p>\$50.00</p>	<p>Se deberá de evaluar cuantos turistas nos han conocido por la página web y determinar si en el futuro se diseña nuestro propio web.</p>

	año.			
ESTRATEGIA: Alianza con el Centro Cultural Real Alto, para que en ellos se entregue los folletos del centro.				
ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	RETROALIMENTACIÓN
Contactarse con los funcionarios para firmar el convenio de mutua cooperación.	Ésta actividad tomará máximo dos semanas y el convenio debe de firmarse mínimo por un año.	Administrador del centro.	\$50.00	Se deberá de evaluar el volumen de turistas y el gasto de estos luego del primer año de funcionamiento para determinar estrategias futuras. Y determinar si esta estrategia está generando beneficios al centro o solo representa un costo publicitario innecesario para captar a la demanda que tenemos en nuestro estudio
ESTRATEGIA: Invitar a la revista Terra Incógnita a Chanduy para que realicen un reportaje del centro y de la parroquia.				
ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	RETROALIMENTACIÓN
Contactarse con directores de la revista y sus representantes. E invitarlos a un viaje de familiarización para que promocionen el centro de facilitación,	Esta campaña se la realizará durante los meses de enero a marzo solo durante un fin de semana.	Administrador del centro. Y el área de ejecución y operación de actividades turísticas.	\$100,00	La eficacia de esta estrategia se la evaluará en los meses posteriores cuando se empiecen a recibir los grupos de las agencias.

Continuación de tabla 3.1

en la revista				
ESTRATEGIA: Solicitar al PMRC que incluya al centro en sus planes de desarrollo y promoción turística.				
ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	RETROALIMENTACIÓN
Escribir una carta al director ejecutivo del PMRC solicitando su colaboración para el desarrollo de los planes y para solicitar el crédito que estos ofrecen.	N/D	Administrador	\$100,00	La eficacia en el proceso del préstamo e implementación de servicios dependerá de los lineamientos que tenga el PMRC.
ESTRATEGIA: Realizar alianzas estratégicas con otros destinos cercanos como Real Alto, Atahualpa, Ancón, etc. Para promocionar a los destinos juntos como un circuito de turismo alternativo.				
ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	RETROALIMENTACIÓN
Contactarse con los jefes comunales para ponerse de acuerdo en los términos del acuerdo y luego firmar el convenio de cooperación.	Esta actividad tomará máximo un mes y el convenio debe de firmarse mínimo dos años.	Administrador del centro.	\$50.00	La alianza deberá de evaluarse en conjunto con todos los destinos además de realizar un FODA de los resultados obtenidos.
ESTRATEGIA: Contratar a una empresa para que se mande e-mail masivos a los usuarios con el perfil de nuestra demanda.				

ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	RETROALIMENTACIÓN
Contactarse con la empresa que realiza este servicio para el envío de los correos	Un día	Administrador del centro	\$20.00	La eficacia de esta estrategia se la evaluará en los meses posteriores cuando se empiecen a recibir los grupos provenientes de este medio de difusión.

Fuente: Autores, 2007

## **CAPITULO 5. ASPECTOS FINANCIEROS**

Para el entendimiento de este proceso primero se deberá de definir los conceptos de cada uno de los términos usados en este capítulo, así como de los criterios para realizar los cálculos. En varias partes del texto se usarán anexos para justificar los cálculos y proyecciones.

### **5.1 Costos**

De acuerdo a Alatraste, (1938) los costos se generan dentro de la empresa privada y está considerado como una unidad productora. El término "costo" tiene las acepciones básicas: La suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir una cosa. Lo que es sacrificado o desplazado en el lugar de la cosa elegida.

El primer concepto expresa los factores técnicos de la producción y se le llama costo de inversión, y el segundo manifiesta las posibles consecuencias económicas y se le conoce por costo de sustitución. Por lo anterior expuesto su puede identificar los siguientes costos en el proyecto (ver tabla 32): Técnica de los costos

**Tabla 32: Detalle de los costos del proyecto**

Reposición carpas
Jefe de operación
Ayudante de operaciones
Seguro
Mantenimiento de Kayak
Reposición de kayak
Reposición de sillas y parasoles
Luz
Agua
Teléfono
Sueldo de recepcionista

Fuente: Autores, 2007

## 5.2 Inversiones

Para realizar el cuadro de inversiones se hizo varias cotizaciones referentes a precios de: insumos, equipos, mano de obra, muebles, etc. Y se realizó los cálculos respectivos los cuales se los puede apreciar en los anexo 5 Y cuyo conglomerado y cálculo final se lo puede observar en la tabla 33 a continuación detallada.

Tabla 33.- Cuadro de inversiones.

<b>CUADRO DE INVERSIONES DEL PROYECTO</b>			
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR US \$</b>	<b>TOTAL US \$</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		19.401,66	63,20
<i>Obra Civil</i>	8.265,26		
<i>Equipos</i>	6.903,20		
<i>Amueblamiento y Decoración</i>	3.727,00		
<i>Materiales Indirectos</i>	386,20		
<i>Otros Activos</i>	120,00		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		0	11.144,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		30.545,66	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		155,26	0,51
<b>TOTAL INVERSIONES</b>		30.700,92	100,00

Fuente: Autores, 2007.

### 5.3 Plan de financiamiento

Para realizar el plan de financiamiento se sumó el total de la inversión y se calculó su porcentaje de incidencia en el total de la inversión, para luego proceder a tomar la decisión del financiamiento (ver tabla 34).

En este estudio, el financiamiento se lo hará con una entidad bancaria por el 70% del total de la inversión, y el 30% será pagado por los accionistas mayoritarios. Aunque cabe destacar que del 100% de las acciones se cederá el 20% a la comunidad receptora, a nombre de la Sociedad Obrera Democrática de Chanduy y de la Junta Parroquial; pero éstas no invertirán nada en el centro.

**Tabla 34.- Financiamiento del proyecto**

<b>Financiamiento</b>	<b>%</b>	<b>Valor US \$</b>
<b>Préstamo Bancario</b>	70%	21.491
<b>Aporte Accionistas</b>	30%	9.210
	100%	30.701

Fuente: Autores, 2007.

El préstamo será a 5 años plazo y el cálculo de intereses anual se calcularon con los intereses dictados por la Superintendencia de Bancos, con las tasas nominales activas y pasivas publicadas, ver tabla 35.

**Tabla 35.- Cuadro anual de pagos al banco.**

<b>Tabla de Financiamiento del préstamo</b>				
<b>Pagos</b>	<b>Pago anual</b>	<b>Intereses pagados anual</b>	<b>Amortización de Capital</b>	<b>Saldo del capital</b>
				<b>21,491</b>
<b>1</b>	5,814.73	2,363.97	3,450.76	18,039.88
<b>2</b>	5,814.73	1,984.39	3,830.34	14,209.54
<b>3</b>	5,814.73	1,563.05	4,251.68	9,957.86
<b>4</b>	5,814.73	1,095.36	4,719.37	5,238.50
<b>5</b>	5,814.73	576.23	5,238.50	0.00
<b>Total</b>	<b>29,073.65</b>	<b>7,583.01</b>	<b>21,490.64</b>	

Fuente: Autores, 2007.

#### **5.4 Proyección de estados de pérdidas y ganancias.**

Los estados de pérdidas y ganancias son aquellos que muestran si el ejercicio económico ha tenido utilidad o pérdida durante el año en estudio, y se proyecta en el caso de que se desee saber los probables ingresos en los años siguientes.

En este proyecto se puede apreciar que es económicamente sostenible en el tiempo además nos muestra la TIR (tasa interna de retorno) y la VAN (valor actual neto).

El Valor Actual Neto. (V.A.N.) tomado de Garrido L., 2006

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable.

Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) tomado de *Idib*.

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0).

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor. (ver tablas 36 y 37)

Tabla 36.- Estado de pérdidas y ganancias, TIR y VAN

<b>FLUJO DE CAJA ANUAL: Rentabilidad de la Inversión</b>						
<b>Rubros</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ingresos (Cuadro 1)		94,977	104,000	113,880	124,698	136,545
<b>A. Total Ingresos Operacionales</b>	<b>0</b>	<b>94,977</b>	<b>104,000</b>	<b>113,880</b>	<b>124,698</b>	<b>136,545</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costo de Producción (Cuadro 2)		16,140	17,771	44,960	50,159	56,875
Reposición de equipos		0	1,685	4,898	5,364	5,873
Mantenimiento de Equipos		2,368	1,672	1,831	2,005	2,195
Gastos Administrativos (Cuadro 3)		21,561	22,532	23,546	24,605	25,712
Gastos de Ventas (Cuadro 4)	17,178	29,680	31,016	32,411	33,870	35,394
Imprevistos (0,5% de los ingresos)		475	520	569	623	683
<b>B. Total Egresos Operacionales</b>	<b>17,178</b>	<b>70,224</b>	<b>75,195</b>	<b>108,215</b>	<b>116,626</b>	<b>126,732</b>
- Depreciación		3,777	3,777	3,777	3,777	3,777
<b>C. Flujo Neto Operacional (A-B)</b>	<b>-</b>	<b>20,976</b>	<b>25,028</b>	<b>1,888</b>	<b>4,295</b>	<b>6,036</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Aportes de Accionistas	8,795					
Préstamo Bancario	20,522					
Arriendo de locales de comida		3,600	3,762	3,931	4,108	4,293
<b>D. Total Ingresos No Operacionales</b>	<b>29,317</b>	<b>3,600</b>	<b>3,762</b>	<b>3,931</b>	<b>4,108</b>	<b>4,293</b>
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Inversión Inicial	25,018					
Gastos Pre operacionales	4,144					
Gastos Financieros						
Intereses Préstamo Bancario		2,364	1,984	1,563	1,095	576
Capital Préstamo Bancario		3,451	3,830	4,252	4,719	5,238
<b>E. Total Egresos No Operacionales</b>	<b>29,162</b>	<b>5,815</b>	<b>1,984</b>	<b>5,815</b>	<b>5,815</b>	<b>5,815</b>
<b>F. Flujo No Operacional Neto (D-E)</b>	<b>155</b>	<b>-2,215</b>	<b>1,778</b>	<b>-1,883</b>	<b>-1,707</b>	<b>-1,522</b>
<b>G. Flujo Neto Generado (C+F)</b>	<b>17,023</b>	<b>18,761</b>	<b>26,805</b>	<b>4</b>	<b>2,589</b>	<b>4,514</b>
H. Saldo Inicial en Caja	0	-17,023	1,738	28,544	28,548	31,137
<b>SALDO FINAL EN CAJA (G+H)</b>	<b>-17,023</b>	<b>\$ 1,738.14</b>	<b>\$ 28,543.55</b>	<b>\$ 28,548.01</b>	<b>\$ 31,136.76</b>	<b>\$ 35,650.89</b>
VAN-ANO 0						
VAN	42,330	25,307				
TIR	1					

Fuente: Autores, 2007.

Tabla 37.- Balances proyectados.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ventas</i>	94,977.00	103,999.82	113,879.80	124,698.38	136,544.72
<i>Costo de Ventas</i>	16,139.90	17,770.70	44,959.61	50,159.39	56,874.64
<b><i>Utilidad Bruta en Ventas</i></b>	<b>78,837.10</b>	<b>86,229.11</b>	<b>68,920.19</b>	<b>74,538.99</b>	<b>79,670.09</b>
<i>Gastos Administrativos</i>	21,561.45	22,531.71	23,545.64	24,605.19	25,712.42
<i>Gastos de Ventas</i>	29,680.00	31,015.60	32,411.30	33,869.81	35,393.95
<b><i>Utilidad Neta en Operaciones</i></b>	<b>27,595.65</b>	<b>32,681.80</b>	<b>12,963.25</b>	<b>16,063.99</b>	<b>18,563.71</b>
<i>Gastos Financieros</i>	5,814.73	5,814.73	5,814.73	5,814.73	5,814.73
<b><i>Utilidad Antes de Impuestos y participaciones</i></b>	<b>21,780.92</b>	<b>26,867.07</b>	<b>7,148.52</b>	<b>10,249.26</b>	<b>12,748.98</b>
<i>Repartición de Utilidades</i>	3,267.14	4,030.06	1,072.28	1,537.39	1,912.35
<b><i>Utilidad Antes de Impuestos</i></b>	<b>18,513.78</b>	<b>22,837.01</b>	<b>6,076.24</b>	<b>8,711.87</b>	<b>10,836.63</b>
<i>Impuesto a la Renta</i>	4,628.45	5,709.25	1,519.06	2,177.97	2,709.16
<b><i>Utilidad Neta del Periodo</i></b>	<b>13,885.34</b>	<b>17,127.76</b>	<b>4,557.18</b>	<b>6,533.90</b>	<b>8,127.48</b>

Fuente: Autores, 2007.

El punto de equilibrio es nivel de ventas en el cual la empresa ni gana ni pierde, si sus ventas son por debajo del punto de equilibrio tendrá pérdidas y por encima de este tendrá ganancias.

Para este estudio se debieron de realizar 4 puntos de equilibrio (ver tablas 38, 39, 40 y 41) debido a la diversidad de precios y de productos ofrecidos por lo que en alguno de los costos debieron ser prorrateados entre los 4 puntos a determinar, tales cuentas son:

Sueldo del jefe de Operación.

Ayudante de Operación.

Seguro.

Capacitación al Personal,

Servicios Básicos

Papelería

Promoción en la feria de Cuenca

Publicidad,

Gastos Financieros.

El prorrateo de los costos para cada una de las actividades principales de acuerdo a las encuestas realizadas a la demanda actual de Chanduy, puede ser observado en los anexos 6 y fueron determinados mediante el criterio de los realizadores del proyecto.

Existen algunas partidas como Reparación de Kayak, reposición de sillas, etc. Que no han sido prorrateadas pues el 100% de esta está cargado a la actividad que las usa como equipos, para brindar los servicios turísticos.

Tabla 38.- Punto de equilibrio Kayak

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO KAYAK							
COSTOS TOTALES	AÑO US \$	1	PARAMETROS DE CALCULO		DISTRIBUCION DEL COSTO		
			FIJO	VARI ABLE	FIJO (GF)	VARIABLE (GV)	
COSTOS DE PRODUCCION			1		0,00	0	
Reparación de kayak	1600,00		0,2	0,8	320,00	1280	
Jefe de operación	3698,05		0,2	0,8	739,61	2958,4424	
Ayudante de operaciones	1792,74		0,2	0,8	358,55	1434,19	
Seguro	320,00			1		320	
GASTOS DE ADMINISTRACION							
Mantenimiento de Equipos	56,10		0,2	0,8	11,22	44,88	
Capacitación al personal	30		0,2	0,8	6	24	
Servicios Básicos	16,09		0,2	0,8	3,22	12,87	
Papelería	12		0,2	0,8	2,4	9,6	
GASTOS DE VENTAS							
Promoción Feria de Cuenca	125		1		125	0	
Publicidad	7.295		1		7295	0	
GASTOS FINANCIEROS							
Cuota anual	1453,68		1		1453,68	0	
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 16.398,67</b>				<b>10314,68</b>	<b>6083,99</b>	
Precio Unitario (Promedio) \$ (p)	22,5		Proyección del Precio de Ventas del Proyecto				
Volumen de Ventas Año 1 (Q)	895		personas por año		Personas por:		
					Año	Mes	Día
Volumen de Ventas en el P.E. = $\frac{GF}{(p - (GV/Q))}$					656,8		
Nivel de Ingresos en el P.E. = $\frac{GF}{(1 - (GV/(Q \cdot Y))}$					9	55	3
					US \$		
					14780,07 / año		

Fuente: Autores, 2007.

Tabla 39.- Punto de equilibrio parasoles y sillas

CALCULO DEL PUNTO PARASOLES Y SILLAS						
COSTOS TOTALES	AÑO US \$	1	PARAMETROS DE CALCULO		DISTRIBUCION DEL COSTO	
			FIJO	VARIABLE	FIJO (GF)	VARIABLE (GV)
COSTOS DE PRODUCCION			1		0	0
Reposición sillas		468	0,2	0,8	93,6	374,4
Jefe de operación		83,6	0,2	0,8	16,72	66,88
Ayudante de operaciones		2390,3184	0,2	0,8	478,06368	1912,25472
Seguro		20		1		20
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Mantenimiento de Equipos		56,104669	0,2	0,8	11,2209338	44,8837352
Capacitación al personal		30	0,2	0,8	6	24
Servicios Básicos		8	0,2	0,8	1,608668	6,434672
Papelería		0	0,2	0,8	0	0
GASTOS DE VENTAS						
Promoción Feria de Cuenca		125	1		125	0
Publicidad		7 295	1		7295	0
GASTOS FINANCIEROS						
Cuota anual		1.454	1		1453,682502	0
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$</b>	<b>11.929,75</b>			<b>9480,895784</b>	<b>2448,853127</b>
Precio Unitario (Promedio) \$ (p)		7	Proyección del Precio de Ventas del Proyecto			
Volumen de Ventas Año 1 (Q)		1622	personas por año		Personas por:	
				<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Día</b>
Volumen de Ventas en el P.E. (QE) = $\frac{GF}{(GV/Q)}$ (p -)				207,67	17,31	1
Nivel de Ingresos en el P.E. (YE) = $\frac{GF}{(GV/(Q/Y))}$			1453,68 US \$ / año			

Fuente: Autores, 2007.

Tabla 40.- Punto de equilibrio duchas

CALCULO DEL PUNTO DUCHAS						
COSTOS TOTALES	AÑO US \$	1	PARAMETROS DE CALCULO		DISTRIBUCION DEL COSTO	
			FIJO	VARIABLE	FIJO (GF)	VARIABLE (GV)
COSTOS DE PRODUCCION				1	0	0
Jefe de operación	369,8053		0,2	0,8	73,96106	295,84424
Ayudante de operaciones	597,5796		0,2	0,8	119,51592	478,06368
Seguro		20		1		20
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Mantenimiento de Equipos		56	0,2	0,8	11,2209338	44,8837352
Capacitación al personal		20	0,2	0,8	4	16
Servicios Básicos		129	0,2	0,8	25,738688	102,954752
Papelería		12	0,2	0,8	2,4	9,6
GASTOS DE VENTAS						
Promoción Feria de Cuenca		125	1		125	0
Publicidad		8.095	1		8095	0
GASTOS FINANCIEROS						
Cuota anual		1.387	1		1386,808121	0
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 10.810,99</b>				<b>9843,644723</b>	<b>967,3464072</b>
Precio Unitario (Promedio) \$ (p)		0,5	Proyección del Precio de Ventas del Proyecto			
Volumen de Ventas Año 1 (Q)		38717	personas por año		Personas por:	
					<b>Año</b>	<b>mes</b>
						<b>día</b>
Volumen de Ventas en el P.E. (QE)	=	GF/ (GV/Q)	(p -		<b>2773,62</b>	<b>231,13</b>
Nivel de Ingresos en el P.E. (YE)	=	GF/(1-(GV/(Q*Y))				<b>14</b>
				1386,81 US \$ / año		

Fuente: Autores, 2007.

Tabla 41.- Punto de equilibrio camping

CALCULO DEL PUNTO CAMPING						
COSTOS TOTALES	AÑO US \$	1	PARAMETROS DE CALCULO		DISTRIBUCION DEL COSTO	
			FIJO	VARIABLE	FIJO (GF)	VARIABLE (GV)
COSTOS DE PRODUCCION				1		0
MANTENIMIENTO CARPAS		300				0
Jefe de operación		2958		0,2	0,8	591,68848
Ayudante de operaciones		1195,1592		0,2	0,8	239,03184
Seguro		40			1	40
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Mantenimiento de Equipos		56		0,2	0,8	11,2209338
Capacitación al personal		20		0,2	0,8	4
Servicios Básicos		8		0,2	0,8	1,608668
Papelería		12		0,2	0,8	2,4
GASTOS DE VENTAS						
Promoción Feria de Cuenca		125		1		125
Publicidad		8.095		1		8095
GASTOS FINANCIEROS						
Cuota anual		1.387		1		1386,80812
TOTAL COSTOS	\$	13.896,56				10456,7580
						4
						3439,799687
Precio Unitario (Promedio) \$ (p)		6	Proyección del Precio de Ventas del Proyecto			
Volumen de Ventas Año 1 (Q)		3656	personas por año		Personas por:	
			año	mes	día	
Volumen de Ventas en el P.E. = $\frac{GF}{(p - (GV/Q))}$ (QE)			2066,87	172,24	11	
Nivel de Ingresos en el P.E. = $\frac{GF}{(GV/(Q/Y))}$ (YE)			1386,81	US \$ / año		

Fuente: Autores, 2007.

## CONCLUSIONES

1. La hipótesis, *"Si se implementa un centro de facilitación turística y deportes acuáticos en la zona de playa de la parroquia Chanduy. Se podría contribuir con el desarrollo de las actividades turísticas"*, se ha comprobado.
2. Los cinco objetivos específicos se han cumplido en el desarrollo de la tesis.
3. Los servicios requeridos por la demanda fueron: servicios higiénicos, alquiler de parasoles y sillas, restaurante, bar, alquileres de casilleros, y alquiler de duchas
4. Se ha determinado que al implementar actividades deportivas e incrementar servicios turísticos se contribuye con el desarrollo turístico de Chanduy.
5. Las actividades que deben de implementarse de acuerdo a la demanda actual del destino son: snorkel 72 %, sky acuático 62%, pesca artesanal 62%, volley playero 61% y parapente náutico 50%. Y para la demanda potencial son: parapente náutico 65%, snorkel 50%, discotecas 40%, futbol playero 35% kayak y volley playero ambas con 30%.
6. El 65% de los entrevistados en el destino provienen de Guayaquil, el 17% de la libertad y el 8% de Quito.
7. El 41% de los visitantes acuden al destino con su familia y 30% en tour organizados.

8. La mayoría de los visitantes que acuden al destino son excursionistas, sin embargo el 98% mostró interés en visitar el destino. De estos el 43% demostró interés en pernoctar una noche y el 46% dos noches.
9. Se cree que para que la actividad turística no decaiga y no sea vista como un problema en la comunidad receptora, se debe de mejorar la relación entre los mismo a fin de crear mejores condiciones de desarrollo. Para lo cual se entregará a los dos organismos regentes (Sociedad obrera Democrática de Chanduy y Junta Parroquial), el 20% de las acciones de la empresa (10% a la SOD y 10% a la JP), pues estos se negaron a participar de cualquier otra forma en el proyecto.
10. El proyecto es económicamente sostenible y ambientalmente sustentable.
11. De acuerdo a lo descubierto en las encuestas el centro de facilitación se convertiría en una gran atracción para nuevos mercados turísticos.
12. El estudio de impactos ambientales demostró que la playa de Chanduy tiene los suficientes recursos para la realización de deportes acuáticos y playeros.
13. Durante las sesiones de trabajo y conversaciones con la comunidad receptora se percibió el apoyo por parte de la misma para la ejecución de este proyecto.
14. La infraestructura deberá ser readecuada para un mayor número de visitantes tanto en temporada alta como fuera de ella.
15. Por el estudio comparativo con las diversas matrices se identificó los mayores impactos que se podrán generar con las nuevas actividades y como resolverlos sin usar una gran inversión económica.

16. La capacidad de carga real de Chanduy es de 3207 visitantes al día y esta es suficiente para atender a la demanda actual de Chanduy; sin embargo para atender a la potencial se deberá de aumentar la capacidad instalada.

## RECOMENDACIONES

1. Realizar un análisis previo de futuras actividades deportivas antes de su implementación.
2. Crear una tabla de reducción o crecimiento de impactos existentes o futuros.
3. Elaborar un cuadro de responsabilidad de seguimiento sobre los impactos identificados.
4. Revisar el incremento o decrecimiento del equipamiento turístico del lugar.
5. Crear vínculos nuevos con la comunidad y no solo con los dirigentes a fin de mitigar los posibles impactos sociales negativos.
6. Chequear constantemente el equipo, su vida útil y los demás implementos.
7. Publicar en la página web del centro y entregar a todos los miembros de la comunidad los estados de resultados, los estados de resultados y las utilidades que se entregarían la Sociedad Obrera Democrática y Junta Parroquial a fin de contribuir con la credibilidad del proyecto y evitar malos entendidos con los pobladores.
8. Realizar la capacidad de carga para el aumento de las actividades turísticas la cual debe ser anual.
9. Diseñar nueva señalización turística con el incremento de actividades y con nuevos servicios a ofrecer en la playa.

10. Cuando aumente el número de visitantes a las playas de Chanduy se deberá de ampliar la capacidad instalada con relación a los baños, duchas, parqueos y restaurantes.

## ANEXOS

### Anexo 1.- Cuestionario realizado a la demanda actual de Chanduy

#### Cuestionario para turistas

1. **Sexo:** Femenino  Masculino
2. **¿Cuál es su edad?:** \_\_\_\_\_
3. **Lugar de Procedencia** \_\_\_\_\_
4. **Cuando visita usted el destino, en compañía de quien lo hace?**
- a) Familia
  - b) Amigos
  - c) Compañeros de trabajo
  - d) Grupos organizados (tours)
5. **¿Dentro de que rango se encuentra su ingreso mensual?**
- a) Menos de \$200
  - b) De \$201 a \$300
  - c) De \$301 a \$400
  - d) De \$401 a \$500
  - e) De \$501 a \$600
6. **Si hubiera en Chanduy un lugar que prestara servicios varios, que facilidades turísticas le gustaría que tuviera**
- a) Servicios higiénicos
  - b) Alquileres de casilleros
  - c) Alquiler de duchas
  - d) Venta de implementos de limpieza personal
  - e) Alquiler de equipos deportivos
  - f) Alquiler de embarcaciones
  - g) Venta de bocaditos
  - h) Bar
  - p) Otros
  - i) Hostería comunitaria
  - j) Parador turístico
  - k) Terma y balneario
  - l) Lobby
  - m) Venta de recuerdos
  - n) Restaurante
  - o) Alquiler de parasoles y sillas
7. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar los servicios del centro de facilitación?**

Alquiler de casilleros.	a) \$1 - \$10 b) \$11 - \$20 c) \$21 - \$30
Alquiler de equipo para snorkel , alquiler de botes para observación de ballenas y delfines,	a) \$11 - \$20 b) \$21 - \$30 c) \$31 - \$40
Hospedaje comunitario o en hotel	a) \$1 - \$10 b) \$11 - \$20 c) \$21 - \$30
Restaurante de comida típica	a) \$1 - \$10 b) \$11 - \$20 c) \$21 - \$30

**8. Estaría dispuesto a utilizar los servicios de este centro**

- a) Definitivamente
- b) Probablemente
- c) No estoy seguro
- d) Probablemente No
- e) Definitivamente No

**9. Que actividades recreativas le gustaría realizar en sus visitas a Chanduy**

- a) Snorkel
- b) Volley playero
- c) Observación de ballenas
- d) Sky acuático
- e) Pesca artesanal
- f) Recorridos por el estero
- g) Visitas al museo de real alto
- h) Compra de pescados frescos
- i) Futbol playero
- j) Kayak
- k) Skate board
- l) Parapente náutico
- m) Otros: Cuales?

**10. ¿Cuál es su gasto promedio diario en Chanduy?(dentro del destino sin tomar en cuenta el pasaje hacia ese lugar)**

- a. \$1 - \$10
- b. \$11-\$20
- c. \$21-\$30
- d. \$31-\$40
- e. Mas de 41

**11. Le gustaría alojarse para pasar una noche en Chanduy en sus visitas**

Si  No  No sabe

**12. Cuantos días le gustaría dormir en este lugar:**

- a) Una noche
- b) Dos noches
- c) Tres noches
- d) Poner el número de noches si es más de 3 \_\_\_\_\_

**13. Estaría dispuesto a hospedarse en Chanduy a un precio de entre \$ 6 a \$10**

- a) Definitivamente
- b) Probablemente
- c) No estoy seguro
- d) Probablemente No
- e) Definitivamente No

**14. Si usted visita Chanduy estaría dispuesto a alquilar equipos acuáticos**

Si   
No   
No sabe

**15. Cuanto estaría dispuesto a pagar por persona en el alquiler de equipos acuáticos**

- a) \$10a \$20
- b) \$21 a \$30
- c) \$31 a \$40
- d) \$41 a \$50

**16. Estaría dispuesto a alquilar equipos acuáticos aun valor de \$21 a \$30**

- a) Definitivamente
- b) Probablemente
- c) No estoy seguro
- d) Probablemente No
- e) Definitivamente No

Anexo 2.- Encuesta realizada a la demanda potencial de Chanduy.

## Cuestionario para turistas

**1. Sexo:**

Femenino

Masculino

**2. ¿Cuál es su edad?:** \_\_\_\_\_

**3. Lugar de Procedencia** \_\_\_\_\_

**4. ¿Dentro de que rango se encuentra su ingreso mensual?**

- a) Menos de \$200
- b) De \$201 a \$300
- c) De \$301 a \$400
- d) De \$401 a \$500
- e) De \$501 a \$600

**5. Ha escuchado alguna vez de Chanduy.** Si  no

**6. Le gustaría visitarlo (si la respuesta es si, pase a la pregunta 6)**

Si  no

**7. Si hubiera en Chanduy un lugar que prestara servicios varios, que facilidades turísticas le gustaría que tuviera**

- |   |  |
|---|--|
| a) Servicios higiénicos <input type="checkbox"/>                      | i) Hostería comunitaria <input type="checkbox"/>           |
| b) Alquileres de casilleros <input type="checkbox"/>                  | j) Parador turístico <input type="checkbox"/>              |
| c) Alquiler de duchas <input type="checkbox"/>                        | k) Terma y balneario <input type="checkbox"/>              |
| d) Venta de implementos de limpieza personal <input type="checkbox"/> | l) Lobby <input type="checkbox"/>                          |
| e) Alquiler de equipos deportivos <input type="checkbox"/>            | m) Venta de recuerdos <input type="checkbox"/>             |
| f) Alquiler de embarcaciones <input type="checkbox"/>                 | n) Restaurante <input type="checkbox"/>                    |
| g) Venta de bocaditos <input type="checkbox"/>                        | o) Alquiler de parasoles y sillas <input type="checkbox"/> |
| h) Bar <input type="checkbox"/>                                       |  |
| p) Otros <input type="checkbox"/>                                     |  |

**8.- Cuánto estaría dispuesto a pagar los servicios del centro de facilitación?**

Alquiler de casilleros.	d) \$1 - \$10 e) \$11 - \$20 f) \$21 - \$30
Alquiler de equipo para snorkel , alquiler de botes para observación de ballenas y delfines,	d) \$11 - \$20 e) \$21 - \$30 f) \$31 - \$40
Hospedaje comunitario o en hotel	d) \$1 - \$10 e) \$11 - \$20 f) \$21 - \$30
Restaurante de comida típica	d) \$1 - \$10 e) \$11 - \$20 f) \$21 - \$30

**9.-Estaría dispuesto a utilizar los servicios de este centro**

- f) Definitivamente
- g) Probablemente
- h) No estoy seguro
- i) Probablemente No
- j) Definitivamente No

**10.- Que actividades recreativas le gustaría realizar en sus visitas a Chanduy**

- n) Snorkel
- o) Volley playero
- p) Observación de ballenas
- q) Sky acuático
- r) Pesca artesanal
- s) Recorridos por el estero
- t) Visitas al museo de real alto
- u) Compra de pescados frescos
- v) Futbol playero
- w) Kayak
- x) Skate board
- y) Parapente náutico
- z) Otros: Cuales?

**11.-Si usted visita Chanduy estaría dispuesto a alquilar equipos acuáticos**

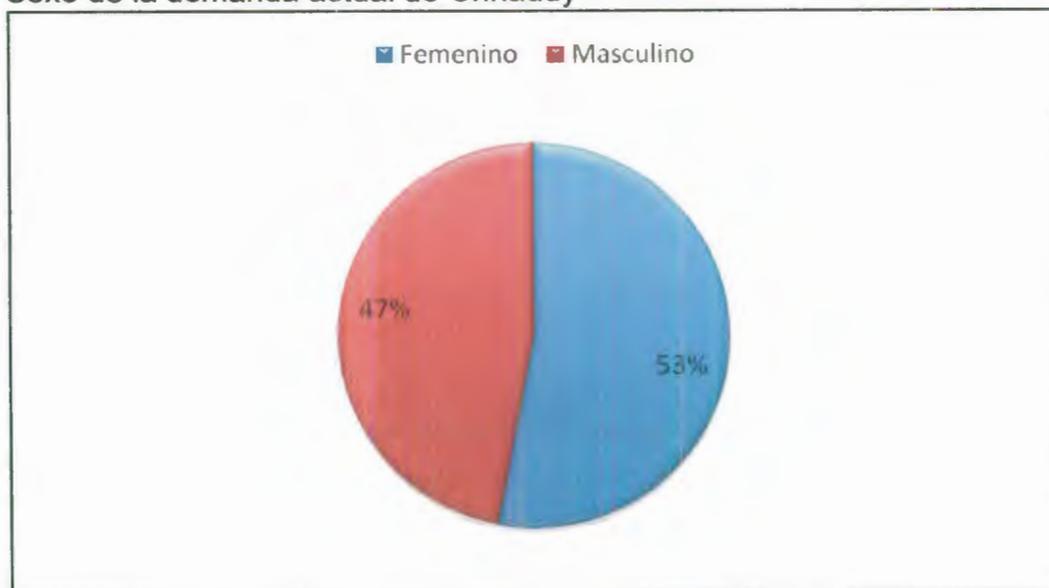
- |         |                          |
|---------|--------------------------|
| Si      | <input type="checkbox"/> |
| No      | <input type="checkbox"/> |
| No sabe | <input type="checkbox"/> |

**12.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por persona en el alquiler de equipos acuáticos**

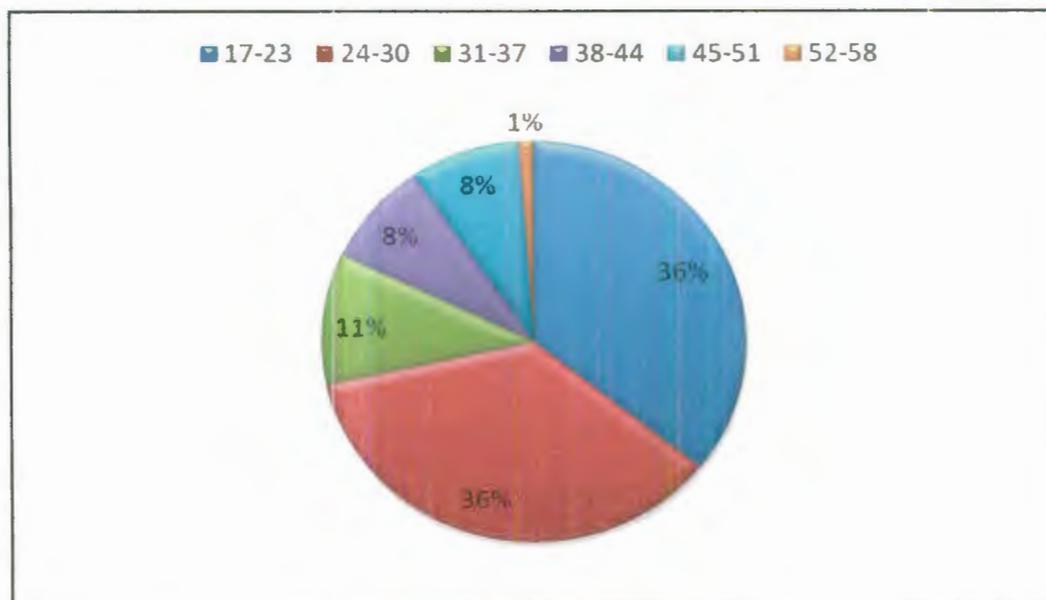
- e) \$10a \$20
- f) \$21 a \$30
- g) \$31 a \$40
- h) \$41 a \$50

**13.- Estaría dispuesto a alquilar equipos acuáticos aun valor de \$21 a \$30**

- f) Definitivamente
- g) Probablemente
- h) No estoy seguro
- i) Probablemente No
- j) Definitivamente No

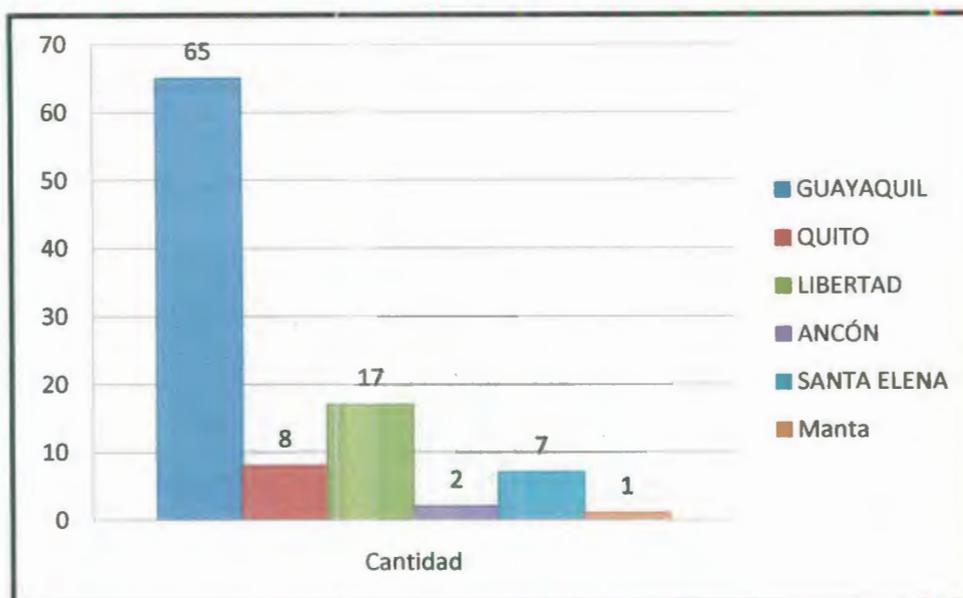
**Anexo 3.- Resultado de las encuestas.****Sexo de la demanda actual de Chnaudy**

Fuente: Autores, 2007

**Edad promedio de la demanda actual de Chanduy.**

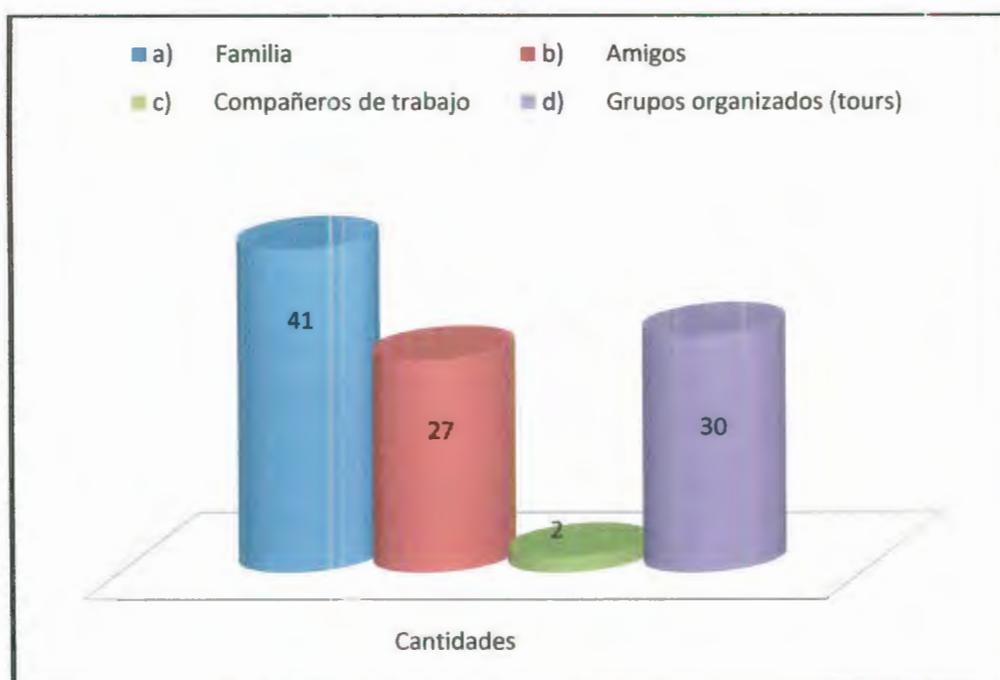
Fuente: Autores, 2007

Ciudades de procedencia de los visitantes de Chanduy.



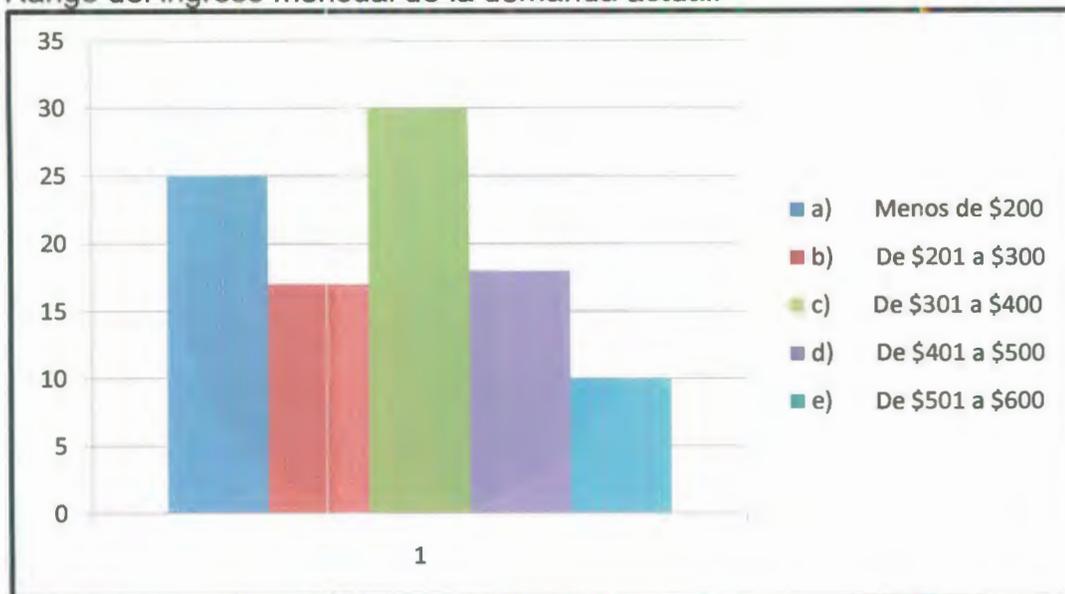
Fuente: Autores, 2007

Personas con quienes visita el destino.



Fuente.- Autores, 2007.

Rango del ingreso mensual de la demanda actual.



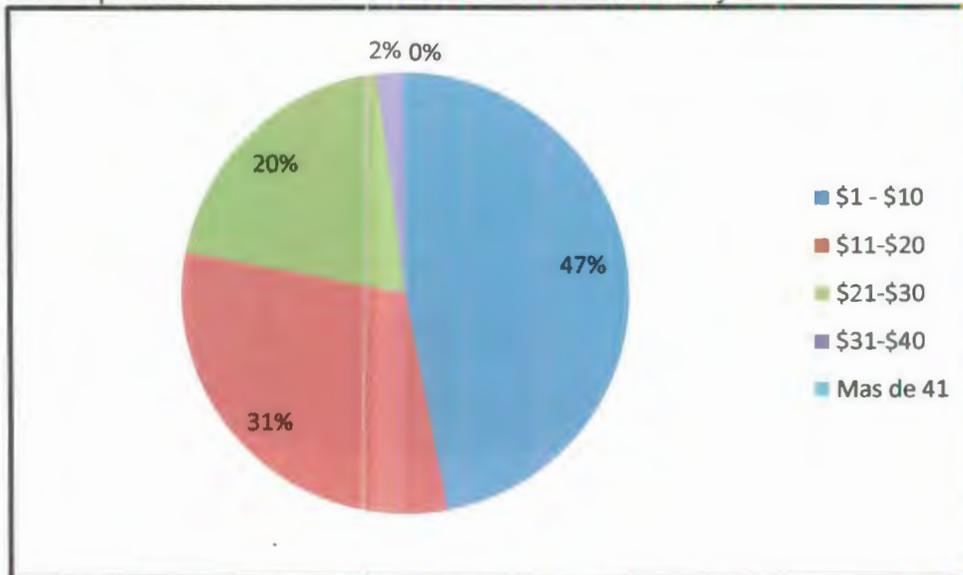
Fuente.- Autores, 2007.

Precios que la demanda actual desea pagar por los servicios.



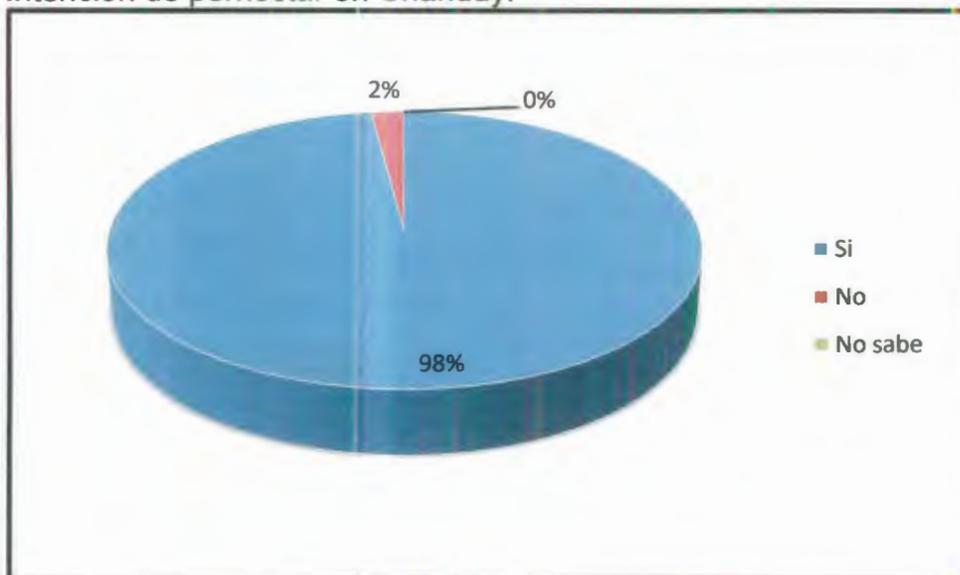
Fuente.- Autores, 2007.

Gasto promedio de la demanda actual en Chanduy



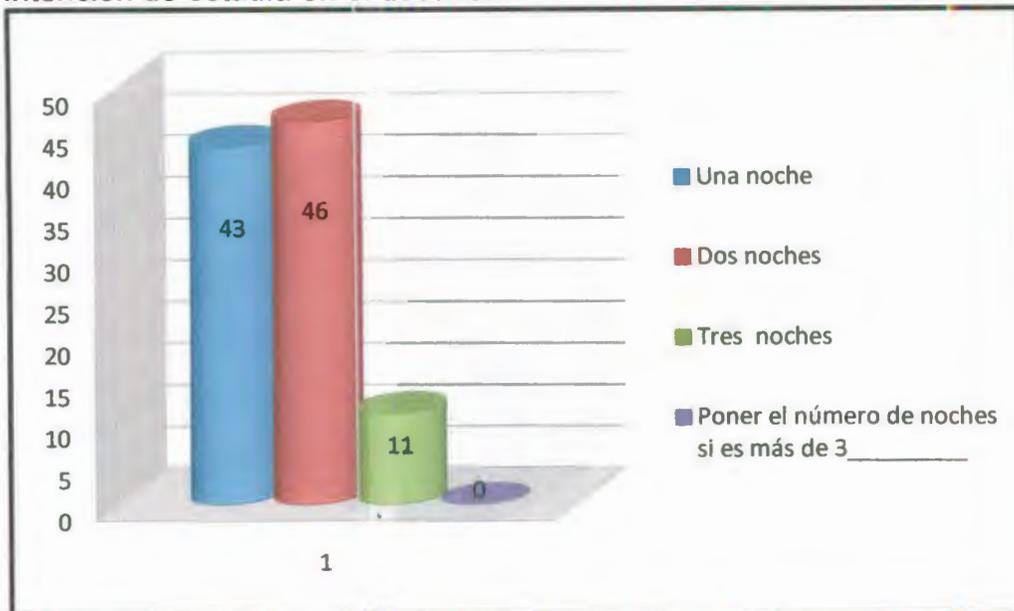
Fuente: Autores, 2007

Intención de pernoctar en Chanduy.



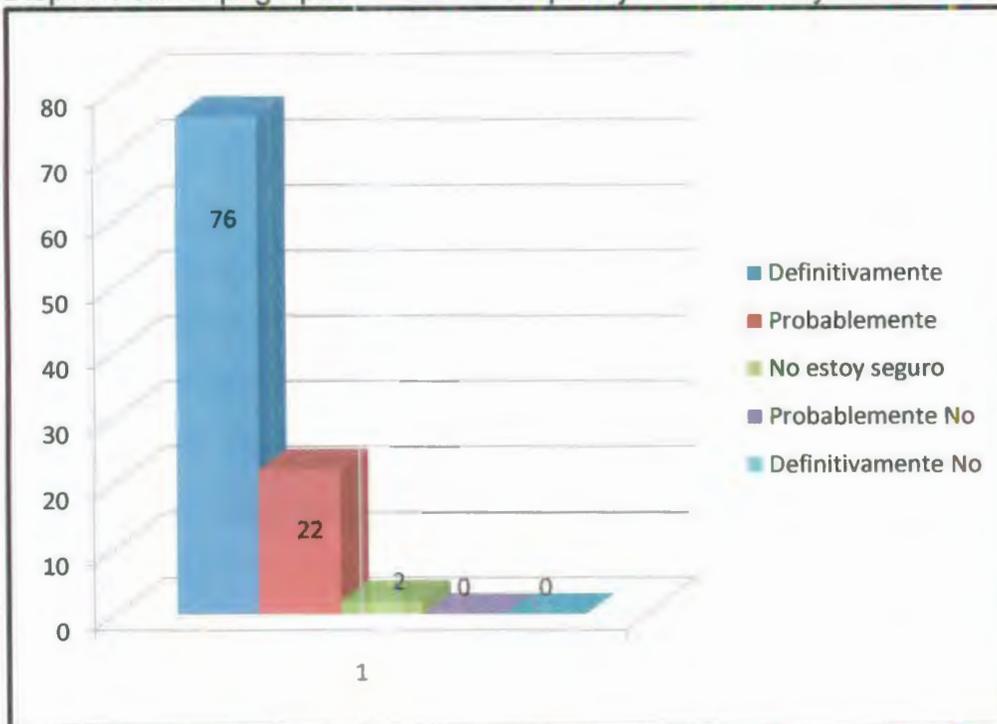
Fuente.- Autores, 2007.

Intención de estadía en el destino.



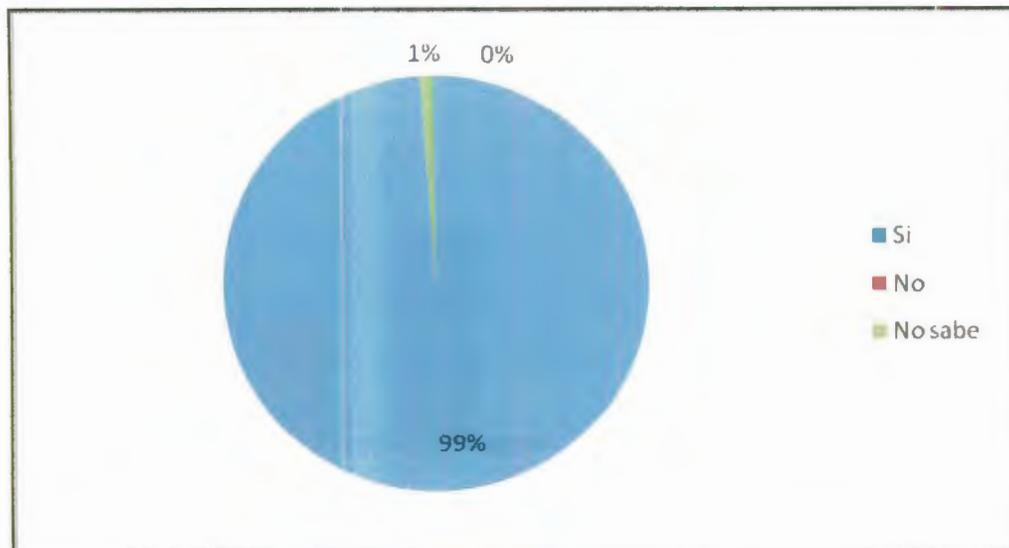
Fuente: Autores, 2007

Disposición de pago por noche de hospedaje en Chanduy.



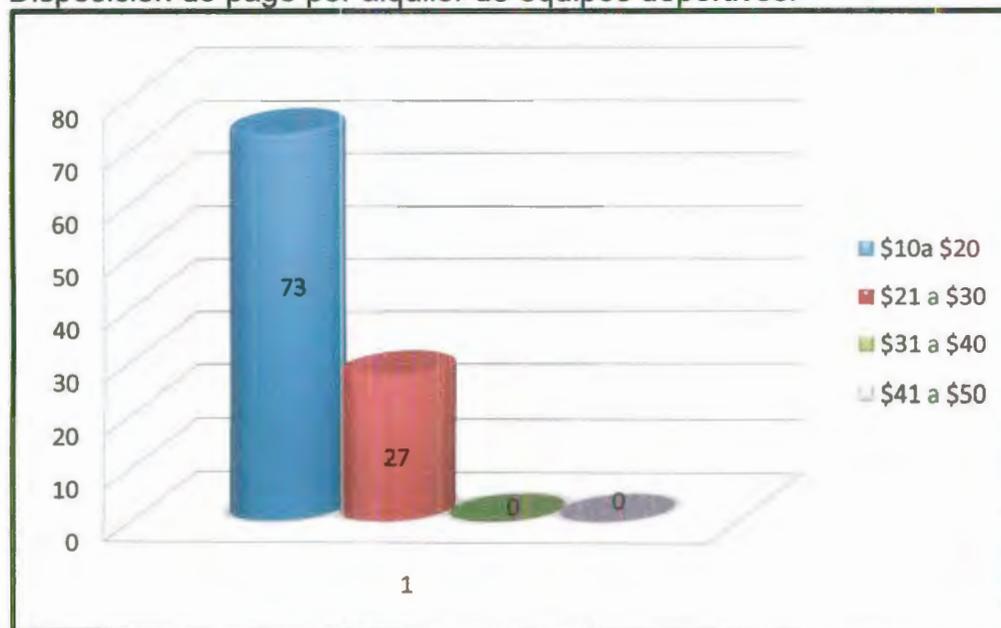
Fuente: Autores, 2007

## Intención de realizar deportes de aventura.



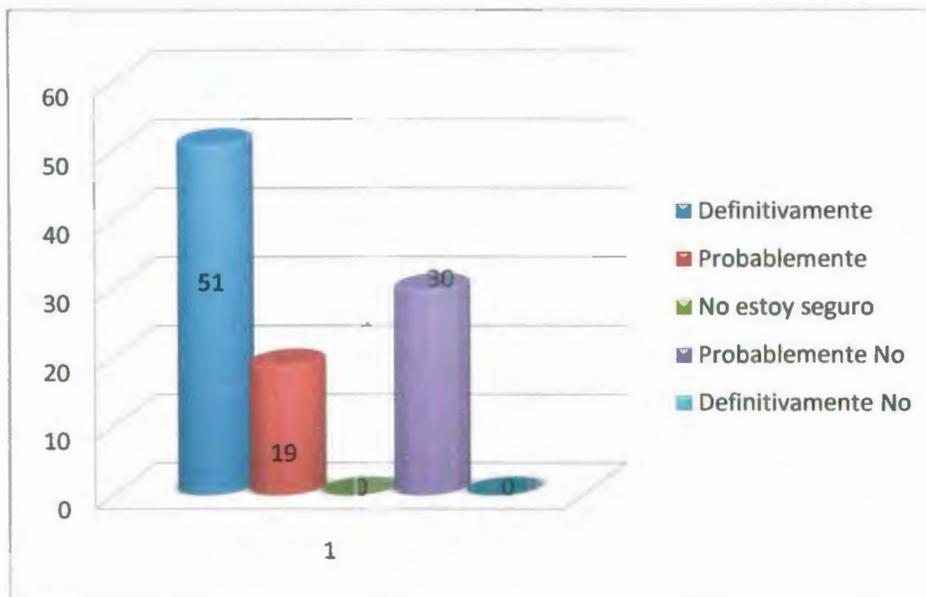
Fuente: Autores, 2007

## Disposición de pago por alquiler de equipos deportivos.



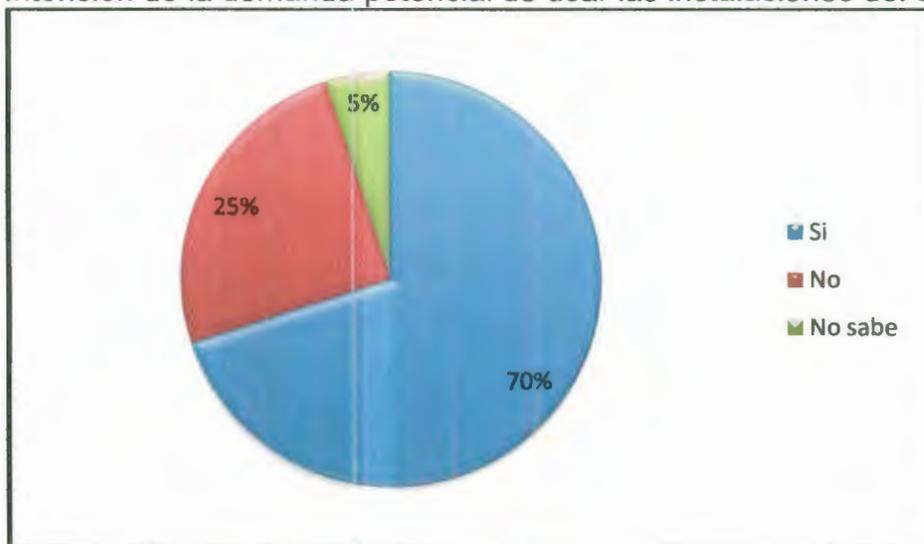
Fuente: Autores, 2007

Disposición de alquilar equipos entre \$21 a \$30.



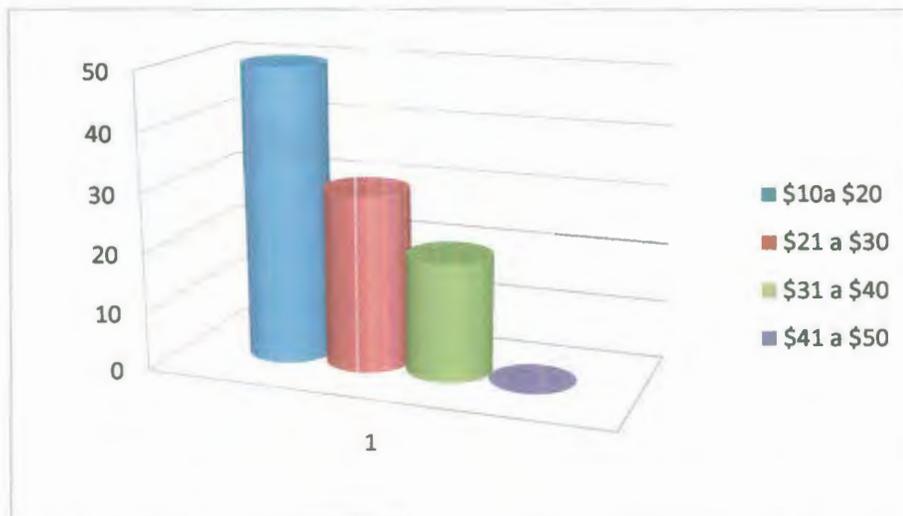
Fuente: Autores, 2007

Intención de la demanda potencial de usar las instalaciones del centro.



Fuente: Autores, 2008

Disposición de pago de la demanda potencia por los servicios del centro.



Fuente: Autores, 2008.

Disposición de pago por alquiler de equipos a un precio de \$21 a \$31(demanda potencial).



Fuente: Autores, 2008.

Anexo 4.- Poste publicitario para campaña de medios.



# Chanduy

Donde la aventura y encanto hacen

## mágica

tu travesía

KM. 109 DE LA CARRETERA  
GUAYAQUIL SALINAS.  
TELF. 096155579—2622956

**Anexo 5.- Detalles de costos**

Cálculo de la obra civil.

DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL: Obra Civil				
Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Total	
<u>Estructuras</u>				\$ 150,00
CEMENTO POR SACO	30	5	150	
<u>Sobrepisos</u>				\$ 56,00
AZULEJOS 40*40 M2	7	8,00	56	
KERAMICOS 30*30		5	0	
<u>Paredes</u>				\$ 4.200,00
CHONTA 12 TABLAS	600	7	4200	
<u>Puertas</u>				\$ 400,00
PUERTA PRINCIPAL	4	100	400	
PUERTAS DE LOS BAÑOS	8	30	240	
<u>Ventanas</u>				\$ 200,00
VENTANAS DE CASA DE CAMPO	8	25	200	
<u>Cubierta</u>				\$ 3,00
CADE	140	0,857142857	56	
CUARTONES DE DOS METROS	40	20	800	
ZINC DURATECHO				
TRANSPARENTE X METRO	56	13	728	
CANALÓN AGUAS LLUVIAS, CON MATERIAL	28	16,48	461,44	
CLAVOS POR LIBRA DE TRES PULGADAS	4	0,75	3	
CLAVOS POR LIBRA DE UNA PULGADAS	7	0,5	3,5	
<u>Instalaciones Sanitarias</u>				\$ 3.069,20
LAVAMANOS, LLAVES CON TUBERÍA	8	25	200	
LAVAPLATOS CON LLAVES Y TUBERÍAS	3	18	54	
LLAVES DE PASO	4	4	16	
BOMBA DE 1/4 HP	1	300	300	
TANQUE DE 500 LTRS	1	80	80	
TUBERÍA DE 1 PULGA X 6MTRS	30	20	600	
TUBERIA PARA TANQUE ELEVADO 2 PULGADAS	10	20	200	
LLAVES PARA LAVAMANOS DE UNA ENTRADA	4	8,8	35,2	
DUCHA DE AGUA CALIENTE	6	14	84	
CAÑERÍAS POR METRO	50	30	1500	
ESCUZADO	6	60,00	360	
<u>Instalaciones Eléctricas</u>				\$ 25,00
CABLE DE COBRE LOS 100	100	0,25	25	
			SUBTOTAL	8.103,20
				Imprevistos (2%)
			TOTAL	8.265,26

Fuente: Autores, 2007.

Equipos para el funcionamiento del centro de facilitación, materiales indirectos.

<b>DETALLE DE INVERSION INICIAL: Equipos y materiales</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Total</b>
<b>EQUIPOS DE OPERACIÓN</b>				<b>\$ 6.397,00</b>
AISLANTE	30	\$ 6,50	\$ 195,00	
BRÚJULA	4	\$ 40,20	\$ 160,80	
CARPA DOMO 4 PERSONAS	15	\$ 35,95	\$ 539,25	
COMPUTADOR	1	800,00	\$ 800,00	
IMPRESORA MATRICIAL EPSON	1	215,00	\$ 215,00	
TELEVISOR	1	250,00	\$ 250,00	
DVD	1	90,00	\$ 90,00	
CARPA DOS PERSONAS	10	\$ 9,99	\$ 99,90	
CHALECO SALVAVIDAS 50 KG	15	\$ 69,29	\$ 1.039,35	
COBERTOR IMPERMEABLE	30	\$ 4,99	\$ 149,70	
DRY BAGS CYCLOPS	1	\$ 25,70	\$ 25,70	
EQUIPO PARA SNORKEL	5	\$ 47,80	\$ 239,00	
FALDON	1	\$ 112,60	\$ 112,60	
KAYAK TRES PERSONA	3	\$ 380,00	\$ 1.140,00	
KAYAK UNA PERSONA	1	\$ 144,00	\$ 144,00	
LAMPARAS DE DIESEL	30	\$ 15,00	\$ 450,00	
MOSQUETON	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
PARASOL 6 PERSONAS	22	\$ 16,90	\$ 371,80	
PARASOL 2 PERSONAS	15	\$ 7,50	\$ 112,50	
SLEEPING 1 PERSONA	20	\$ 10,00	\$ 200,00	
TENT PEGS 6 UNIDADES PO PKT	6	\$ 6,40	\$ 38,40	
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				<b>\$ 386,20</b>
Ollas y Sartenes			193,10	
JUEGO DE OLLAS PARA 4	2	\$ 19,99	\$ 39,98	
Cubertería			5,10	
CUBIERTO JUEGO	1	\$ 5,10	\$ 5,10	
Uniformes			188,00	
CAMISETAS	10	18,00	180,00	
GORRAS	4	2,00	8,00	
<b>OTROS ACTIVOS</b>				<b>\$ 120,00</b>
Letrero para local	1	120,00	120,00	
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.903,20</b>

Fuente: Autores, 2007

## Muebles para el centro

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
ARCHIVADORES 4 GABETAS	1	120 \$	120,00
CASILLEROS 2 x2 DE 25 DE 40X40	1	1500 \$	1 500,00
ESCRITORIO GERENTE	1	150 \$	150,00
JUEGO DE MUEBLES DE TRES, DOS Y UN CUERPO	1	250 \$	250,00
MOSTRADOR DE RECEPCIÓN	1	120 \$	120,00
PEREZOSAS	30	10 \$	300,00
SILLA TIPOEJECUTIVA	2	60 \$	120,00
SILLA TIPO SECRETARIA	1	45 \$	45,00
SILLAS DE PLAYA	90	5 \$	450,00
MESAS DE PLASTICO	48	4 \$	192,00
SILLAS PLÁSTICAS	108	2,5 \$	270,00
TACHOS DE BASURA	6	3 \$	18,00
TELÉFONO	1	120 \$	120,00
VENTILADOR	6	12 \$	72,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.727,00</b>

Fuente: Autores, 2007.

## Anexo 6.- Porcentajes de calculo para punto de equilibrio

Kayak.

KAYAK	
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	%
reparación de kayak	100%
Jefe de operación	50%
Ayudante de operaciones	30%
Seguro	80%
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
Mantenimiento de Equipos	25%
Capacitación al personal	30%
Servicios Básicos	10%
Papelería	25%
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Promoción Feria de Cuenca	25%
Publicidad	25%
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	
Cuota anual	25%

Fuente: Autores, 2007.

## Parasoles.

PARASOLES Y SILLAS	
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>%</b>
Reposición sillas	100%
Jefe de operación	5%
Ayudante de operaciones	40%
Seguro	5%
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
Mantenimiento de Equipos	25%
Capacitación al personal	30%
Servicios Básicos	5%
Papelería	25%
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Promoción Feria de Cuenca	25%
Publicidad	25%
Cuota anual	25%

Fuente: Autores, 2007.

## Duchas.

DUCHAS	
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>%</b>
Jefe de operación	100%
Ayudante de operaciones	5%
Seguro	10%
Seguro	5%
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
Mantenimiento de Equipos	25%
Capacitación al personal	20%
Servicios Básicos	80%
Papelería	25%
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Promoción Feria de Cuenca	25%
Publicidad	25%
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	
Cuota anual	25%

Fuente: Autores, 2007.

## Camping.

CAMPING	
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	%
Reposición carpas	100%
Jefe de operación	40%
Ayudante de operaciones	20%
Seguro	10%
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
Mantenimiento de Equipos	25%
Capacitación al personal	20%
Servicios Básicos	5%
Papelería	25%
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Promoción Feria de Cuenca	25%
Publicidad	25%
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	
Cuota anual	25%

Fuente: Autores, 2007.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, S: *"De Huancavilcas a comuneros, estudios interétnicos en la Península de Santa Elena, Ecuador"*, Quito: editorial Ely Ayala, 1999, Pp. 50, 95
- Bigné, E.; Font, X. Andreu, L.: *"Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo"*. Madrid: Editorial Esisc. 2000. Pp. 302-310
- Bigné, E.; Font, X. Andreu, L.: *"Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo"*. Madrid: Editorial Esisc. 2000. Pp. 302-322
- Boullón Roberto, *Espacios turísticos y planificación territorial*, Editorial Trillas, México, 1986, capítulo 2.
- Departamento de Turismo de Salinas En: Reck, G.; *"ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro"*. Quito, 2006. Pp. 57
- Dirección de turismo del Municipio del Cantón Playas. En: Reck, G.; *"ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro"*. Quito, 2006. Pp. 43

- Emplazamiento físico, ambiental y determinación de superficies útiles de 17 playas del litoral En: Reck, G.; *“ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro”*. Quito, 2006. Pp. 43
- Garrido L. *“Métodos de Análisis de Inversiones”*, 2006. Tomado de la web: <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>
- Gorfrey y Clarke: *“Tipología de recursos turísticos”*. En: *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Editorial Esisc, 2000. 331
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), En: Reck, G.; *“ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro”*. Quito, 2006. Pp. 57
- Martínez Miguel, aff. Grupo Toledo, *Enciclopedia de los deportes*, editorial Barcelona, España, 1990, pp. 1115-1125.
- Millar Tyler. Jr, *Introducción a la ciencia ambiental: 5ta edición*, Editorial ITES-Paraninfo, Puerto Rico, 2000, capítulo 5.

Mintzberg, H en: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL; tomada de la web: [www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf](http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf). Visita realizada el 11 de enero de 2008.

Miquel, Binné, Levy, Cuenca y Miquel: *"En Calculo del tamaño de una muestra para diversos niveles de error"*. En: *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Editorial Esisc, 2000. 311

Municipio del Catón Playas: *"Plan de desarrollo estratégico del cantón Playas 2002-2010"*. En: Reck, G.; *"ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro"*. Quito, 2006. Pp. 43

O.M.T.: *"Introducción al Turismo."* Primera edición, Madrid, España 1998, 49

PMRC, *"ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro"* tomado de la WEB: <http://www.pmrc.gov.ec/informes.php>, visita realizada el 21 de noviembre de 2007.

- PMRC: *Normas técnicas para certificación de playas turísticas en la faja costera*, Subsecretaria de Turismo del Litoral, Ecuador, 2007, Pág.4.
- Reck, G.; *“ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro”*. Quito, 2006. Pp. 43-70, 94-92.
- Roig, 2002 En: Reck, G.; *“ACTUALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA; Estudio de la Oferta y demanda turística y carga aceptable de acuerdo a limitaciones actuales y escenarios de desarrollo de infraestructura y servicios de 17 playas de las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro”*. Quito, 2006. Pp. 23
- Sealtill Alatríste : *“Técnica de los costos”* ; México D.F. Editorial Porrual, S.A., México DF; Vigésima Octava Edición, 1936.
- Universidad Politécnica de Valencia, *Documento para la elaboración de un Plan de Promoción.*; Web: [www.ctt.upv.es/2-serv-upv/serv-upv-1/programas/innova/innova2005/Plan\\_Promoción.doc](http://www.ctt.upv.es/2-serv-upv/serv-upv-1/programas/innova/innova2005/Plan_Promoción.doc) -, visita realizada el 20 de diciembre del 2007.
- Villacrés, Alex. *“Diseño Preliminar de un Puerto Pesquero en Chanduy”*. Guayaquil-Ecuador, 1991

Villón, José: "Chanduy, semillero de la nacionalidad". Ecuador, 1998.

Villón, José: "Diccionario Histórico Peninsular, Guía Didáctica de la Península de Santa Elena-Morro". Ecuador, 2005