



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS,**  
**OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES**

**DISEÑO DE UN CENTRO DE ALOJAMIENTO PARA COMUNIDAD**  
**POLITÉCNICA CON FINES DE INVESTIGACIÓN EN EL COMPLEJO**  
**CULTURAL REAL ALTO - CHANDUY**

**PROYECTO INTEGRADOR**

**Previo a la Obtención del Título de:**

**LICENCIATURA EN TURISMO**

**ELABORADO POR**

**RUTH IRENE SÁNCHEZ CONSTANTE**

**MARIA JOSÉ CEVALLOS CASTRO**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2015**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS,**  
**OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES**

**DISEÑO DE UN CENTRO DE ALOJAMIENTO PARA COMUNIDAD**  
**POLITÉCNICA CON FINES DE INVESTIGACIÓN EN EL COMPLEJO**  
**CULTURAL REAL ALTO - CHANDUY**

**PROYECTO INTEGRADOR**

**Previo a la Obtención del Título de:**

**LICENCIATURA EN TURISMO**

**ELABORADO POR**

**RUTH IRENE SÁNCHEZ CONSTANTE**

**MARÍA JOSÉ CEVALLOS CASTRO**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2015**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente proyecto fue posible culminar gracias a la colaboración de nuestros familiares que brindaron diariamente su apoyo moral para lograr nuestros objetivos académicos, a los docentes que compartieron sus conocimientos para el desarrollo de profesionales que beneficien a nuestro país.

**Ruth Sánchez**

A mi madre por apoyarme en todo este tiempo y a Dios por otorgarme la sabiduría.

**María José Cevallos**

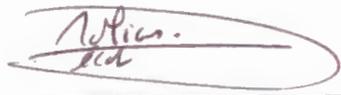
## **DEDICATORIA**

**A DIOS**

**A NUESTROS PADRES**

**A NUESTROS HERMANOS**

## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



**M.LI Mathias Pecot**

**DIRECTOR DE PROYECTO**



**M.Sc Nadia Cárdenas**

**EVALUADORA DE PROYECTO**



**M.Sc Julio Gavilanes**

**TUTOR DE PROYECTO**

## DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral".

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

María José Cevallos

**María José Cevallos Castro**

Ruth Sánchez Constante

**Ruth Irene. Sánchez Constante**

## RESUMEN

El Centro de Alojamiento dentro del Complejo Cultural Real Alto es un edificio diseñado para brindar el servicio de hospedaje a estudiantes e investigadores, de educación superior, a un precio asequible sin descuidar la calidad, pues la mayor motivación de la demanda enfocada en esta investigación es realizar un turismo científico o educativo dentro del mismo o en la provincia de Santa Elena.

Para familiarizarnos con el destino, donde se sitúa el proyecto, se realiza una recopilación de información de la parroquia en donde se sitúa el complejo, destacando los atractivos turísticos que posee y la realidad socioeconómica que se vive en el lugar.

En el siguiente capítulo se hace un análisis del estudio de mercado, en donde los autores principales son las diferentes facultades de la ESPOL, para una estimación de la demanda que harían uso de las instalaciones de hospedaje por estar vinculados directamente con proyectos de investigación, además saber de cerca la percepción de los estudiantes y docentes con respecto a sus necesidades en cuanto a los servicios.

Consecuentemente se realiza un estudio del sector donde se determina la oferta turística, tanto principal como sustitutiva, así como también negocios que pueden complementar la experiencia de la demanda.

Finalizado este capítulo se detalla el programa arquitectónico, los aspectos generales que conllevan a la creación del centro de alojamiento y se plantea procesos para su administración y operación.

Como parte del plan de marketing se señala una serie de estrategias a tomar para que a través de correctos canales de comercialización se haga conocer el producto dentro de la institución.

Finalmente para mostrar que el proyecto, a pesar de sus bajos ingresos, puede ser autosustentable, se realiza un estudio financiero, donde se muestra los parámetros que se necesita para un buen manejo y si hay o no equilibrio en el mismo.

Por último se puntualizan las recomendaciones y conclusiones de la factibilidad o realización del proyecto.

# INDICE GENERAL

## Contenido

RESUMEN .....	VI
INDICE GENERAL .....	VIII
INDICE DE TABLAS .....	XI
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO 1.....	1
1 Antecedentes .....	1
1.1 Características Generales de la Zona .....	5
1.2 Características Climáticas .....	6
1.3 Atractivos Turísticos .....	6
1.4 Complejo Cultural Real Alto .....	8
1.5 Desarrollo Socioeconómico y cultural del Sector .....	10
CAPITULO 2.....	4
2 Estudio de Mercado.....	4
2.1 Metodología .....	4
2.2 Fuentes Primarias .....	16
2.3 Fuentes Secundarias .....	19
2.4 Tipo de Estudio .....	20
2.5 Análisis de la Demanda .....	21
2.6 Proyección de la Demanda .....	22
2.7 Resultados .....	24
2.8 Perfil del Cliente .....	29
2.9 Afluencia de Consumidores .....	31

CAPITULO 3.....	16
3 Análisis del Sector.....	16
3.1 Análisis de la Oferta .....	16
3.2 Competidores Actuales y Potenciales.....	33
3.3 Servicios Básicos.....	34
CAPITULO 4.....	33
4 Estudio Técnico.....	33
4.1 Ubicación Geográfica.....	33
4.2 Aspectos Generales .....	38
4.3 Prácticas Ambientales a Implementar.....	40
4.4 Programa Arquitectónico.....	41
4.5 Dimensionamiento, Capacidad y Costos de Obra.....	43
4.6 Diseño .....	44
4.7 Mapa de Procesos.....	49
4.8 Organigrama.....	50
4.9 Inventario y descripción de funciones de los puestos de trabajos .....	51
4.10 Perfil de Talento Humano .....	53
4.11 Flujograma .....	54
4.12 FODA.....	58
4.13 Misión .....	59
4.14 Visión.....	59
CAPITULO 5.....	37
5 Marketing Plan.....	37
5.1 Campaña .....	37
5.2 Nombre .....	61
5.3 Eslogan.....	61
5.4 Logo.....	61

5.5	Objetivo.....	62
5.6	Canales de Comercialización.....	62
5.7	Estrategias de Comercialización.....	63
	Material Promocional .....	63
	Prensa.- .....	63
	Consumidor.....	64
5.8	Estructura de Gastos.....	64
CAPITULO 6.....		61
6	Análisis Financiero.....	61
6.1	Presupuesto de Inversión .....	61
6.2	Calendario de inversión .....	67
6.3	Estructura de capital .....	67
	Fuente: elaboración propia .....	68
6.4	Amortización del préstamo.....	68
6.5	Pronóstico de ingresos.....	69
6.6	Pronóstico de costos operacionales .....	70
6.7	Análisis de la posición financiera esperada .....	71
6.8	Flujo de caja .....	72
6.9	Ratios financieros.....	73
CONCLUSIONES .....		66
RECOMENDACIONES .....		76
ANEXOS .....		78
BIBLIOGRAFÍA .....		127

## INDICE DE TABLAS

Tabla I: Recintos Parroquiales .....	5
Tabla II: Población Económica Activa .....	13
Tabla III: Universidades Visitantes.....	21
Tabla IV: Proyección de la Demanda Anual.....	24
Tabla V: Oferta - Competencia .....	34
Tabla VI: División - Habitaciones .....	39
Tabla VII: Especificaciones Técnicas - Habitaciones.....	43
Tabla VIII: Costo de Obra.....	44
Tabla IX: Puestos de Trabajo.....	52
Tabla X: Perfil de Talento Humano .....	53
Tabla XI: DAFO .....	58
Tabla XII: Estrategias de Comercialización .....	64
Tabla XIII: Presupuesto .....	66
Tabla XIV: Calendario de Inversión .....	67
Tabla XV: Financiamiento.....	68
Tabla XVI: Amortización .....	68

Tabla XVII: Pronóstico de Ingreso .....	69
Tabla XVIII: Proyección de Egresos .....	70
Tabla XIX: Depreciación de Activos .....	71
Tabla XX: P&G.....	71
Tabla XXI: Flujo de Caja.....	72

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Encuesta - Referencias Positivas .....	25
Ilustración 2: Encuesta - Facultades.....	27
Ilustración 3: Encuesta - Aceptación.....	28
Ilustración 4: Mapa - Ubicación.....	37
Ilustración 5: Ubicación - Alojamiento.....	37
Ilustración 6: Diseño en 3D.....	45
Ilustración 7: Vistas Laterales en 3D .....	46
Ilustración 8: Vista Interior en 3D .....	47
Ilustración 9: Diseño Arquitectónico .....	48
Ilustración 10: Procesos .....	49
Ilustración 11: Organigrama - Talento Humano .....	51
Ilustración 12: Flujograma - Reserva .....	54
Ilustración 13: Flujograma - A&B .....	55
Ilustración 14: Flujograma - Lavandería.....	56
Ilustración 15: Flujograma - Facturación.....	57
Ilustración 16: Canal de Comercialización .....	63
Ilustración 17: Gráfico Estadístico.....	73

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos A: Formato de Encuesta.....	79
Anexos B: Formato Entrevista CCRA.....	81
Anexos C: Formato Entrevista - Decanos.....	83
Anexos D: Formato Entrevista - GAD Parroquial.....	84
Anexos E: Interpretación de los Resultados - Encuesta.....	85
Anexos F: Resultado Entrevista - CCRA.....	94
Anexos G: Resultados Entrevistas - Decanos.....	98
Anexos H: Resultado Entrevista - GAD Parroquial.....	103
Anexos I: FICHA - Servicio de A&B.....	109
Anexos J: Resultados Financieros - Presupuesto de Inversión.....	111
Anexos K: Resultado Financiero - Amortización.....	112
Anexos L: Resultado Financiero - Pronóstico de Ingreso.....	114
Anexos M: Resultado Financiero - Pronóstico de Costos.....	117
Anexos N: Resultado Financiero - Pérdidas y Ganancias.....	118
Anexos O: Galería de Fotos - Complejo Cultural Real Alto.....	119
Anexos P: Galería de Fotos - Parroquia Chanduy.....	123
Anexos Q: Galería de Fotos - Levantamiento de Información.....	125

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Actividad turística.-** son los propósitos del viajero que busca en un destino y que requiere de servicios para complementar su experiencia.

**Atractivo turístico.-** es la agrupación de componentes tangibles e intangibles que los turistas visitan por su riqueza cultural, histórica, originalidad y que por su belleza natural o artificial causan interés para la recreación de los mismos.

**Demanda.-** cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir los servicios a un precio determinado y que a su vez satisface sus gustos y necesidades.

**Destino turístico.-** es una zona geográfica que cuenta con atractivos turísticos, natural o artificial que por sus cualidades particulares son motivo de visita para turistas. Además debe poseer características específicas como infraestructura, planificación y organización para dar un servicio integral.

**GAD.-** son instituciones descentralizadas de carácter público y que poseen autonomía financiera, política y administrativa que busca el desarrollo territorial según sus niveles regional, provincial, cantonal y parroquial.

**Oferta.-** conjunto de bienes y servicios que son ofrecidos por diferentes entidades en el mercado.

**Turismo.-** comprende a la actividad que las personas realizan fuera de su lugar de residencia y que consiste en llevar a cabo fines culturales, de ocio, negocios, estudios, etc. por un periodo menor a un año.

**Turismo educativo.-** tendencia que ha tenido un mayor auge en las últimas décadas, cuyo propósito es ampliar los conocimientos culturales o geográficos del destino visitado.

**Turista.-** persona o conjunto de individuos que se trasladan a destinos fuera de su entorno común para satisfacer sus necesidades de recreación.

**Utilidad neta.-** es el dinero resultante después de pagar gastos, impuestos y reservas legales que puede ser distribuida entre socios o reinvertida.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consiste en el “Diseño de un Centro de Alojamiento para la Comunidad Politécnica con fines de Investigación en el Complejo Cultural Real Alto – Chanduy”, perteneciente a la provincia de Santa Elena.

Durante muchas décadas en el mercado ecuatoriano, que involucra el servicio de hospedaje en el sector turístico, ha buscado satisfacer las necesidades del turista que viaja por recreación. Con esta idea de proyecto buscamos abrir una nueva brecha que integre un turismo académico, pues la principal motivación del estudiante, docente e investigador, es expandir los conocimientos impartidos en salones de clases. Como agregado se dispone la utilización de espacios dedicados al descanso del huésped, brindando confort en el hospedaje.

A lo largo del perfil costero son pocos los hospedajes que diseñan su infraestructura para captar los requerimientos de investigadores, pasantes o grupos dedicados plenamente a la realización de proyectos académicos. Se ha identificado un proyecto similar en donde se ha desarrollado un centro de alojamiento dentro de su institución como es el caso del CENAIM.

Para el desarrollo del proyecto las fuentes de recopilación de datos fueron a través de la investigación de campo, herramientas como la observación, encuestas y entrevistas facilitaron la redacción de los diferentes capítulos planteados, los que son necesarios para un correcto entendimiento del mismo.

El objetivo del presente estudio es cubrir un mercado que la oferta de alojamiento actual no está enfocada, mejorando la calidad de estadía a un precio asequible.

## **CAPITULO 1**

### **1 Antecedentes**

La parroquia Chanduy tiene una vasta historia que data desde mucho antes de lo que conocemos como el período del Tahuantinsuyo. Inicialmente se conformó por pobladores que provenían del sur del litoral ecuatoriano y norte del Perú. La población la conformaban pequeñas comunidades indígenas que durante el periodo de la conquista española permanecieron en el poder de ellos.

Para 1750 la comunidad indígena de Chanduy gracias a la Ley de Indias son reconocidas como comunidades pertenecientes a este lugar, formándose una extensión de alrededor de 865 km<sup>2</sup> con las comunas Tugaduaja, San Rafael, Engunga, Manantial de Chanduy, Zapotal, Pechiche, El Real, Sucre, Comuna Bajada de Chanduy, La Ciénaga, Villingota, Olmedo, Puerto de Chanduy y la Cabecera Parroquial de Chanduy.

Sin embargo la primera parroquialización se dio en 1835 en el Gobierno de Gabriel García Moreno y estaba bajo tutela del cantón El Morro de la Provincia del Guayas. Años más tarde, fue creada como parroquia oficialmente anexada al Cantón Santa Elena el 29 de mayo de 1861 considerándola la más antigua población de la península.

Los pobladores de ese entonces se dedicaban a actividades como la fabricación de barcos, la agricultura, ganadería y a la pesca artesanal que poco a poco incursionó en la pesca industrial. Sin embargo, para 1914 la necesidad de construir sus casas, balsas y barcos empezó a generar una indiscriminada deforestación de sus árboles volviéndolo en un problema ambiental que ocasionó la disminución de sus fuentes de agua, provocando terrenos infértiles y obligando a los pobladores más jóvenes emigrar de Chanduy poco a poco, quienes se quedaron luchan día a día contra este problema.

La actividad económica principal se concentraban en las comunas de El Real, Puerto de Chanduy y la Cabecera Parroquial de Chanduy, comunas cerca o en el perfil costero que por su ubicación se encontraban en la posibilidad de llevar acabo las actividades

pesqueras, dejando a las comunas del interior de Chanduy quienes se dedican a la agricultura y ganadería con sus fuentes de aguas disminuidas y quienes emigran para tratar de mejorar su calidad de vida.

## 1.1 Características Generales de la Zona

### Ubicación y Geomorfología

La parroquia de Chanduy se encuentra situada al sur de la provincia de Santa Elena. Sus límites son: al norte con las parroquias Simón Bolívar y Santa Elena; al sur con el océano Pacífico; al este con los cantones Gral. Villamil Playas y Guayaquil y al oeste con la parroquia Atahualpa.

Por su buena ubicación geográfica es ideal para ejercer actividad pesquera y la producción del camarón. La parroquia tiene una extensión de 865,73km<sup>2</sup> y posee una densidad poblacional de 23,10 hab/km<sup>2</sup>.

**Tabla I: Recintos Parroquiales**

COMUNAS	POBLACIÓN
CIENAGA	150 habitantes
VILLANGOTA	200 habitantes
OLMEDO	200 habitantes
SUCRE	200 habitantes
TUGADUAJA	1000 habitantes
ZAPOTAL	1000 habitantes
EL REAL	1100 habitantes



<b>MANANTIAL</b>	1100 habitantes
<b>BAJADA DE CHANDUY</b>	1750 habitantes
<b>PUERTO DE CHANDUY</b>	2000 habitantes
<b>SAN RAFAEL</b>	2300 habitantes
<b>PECHICHE</b>	3000 habitantes
<b>ENGUNGA</b>	3000 habitantes
<b>CABECERA PARROQUIAL DE CHANDUY</b>	3000 habitantes

Fuente: GAD Parroquial

## 1.2 Características Climáticas

El clima de Chanduy al igual que al resto de la costa ecuatoriana, están influenciadas por dos corrientes: la cálida ecuatorial proveniente del norte del Ecuador y la corriente fría de Humboldt proveniente de la parte sur.

Debido a estas dos influencias se cuenta con una estación lluviosa entre los meses que comprenden de enero a mayo y una más cálida durante los otros meses del año. Las precipitaciones medias anuales menores a los 200 mm y cerca de las montañas de Chanduy pasa los 500 mm anuales. Su temperatura media bordea alrededor de 28 – 32° C, siendo el mes más caluroso el de Marzo.

## 1.3 Atractivos Turísticos

La parroquia de Chanduy cuenta con ciertos atractivos que llama la atención anualmente a miles de visitantes entre esos atractivos la parroquia cuenta con el Bosque

de la comuna Pechiche, la playa y un museo que se sitúa en la comuna El Real, el mirador de Tugaduaja entre otros atractivos.

**El Bosque de Pechiche** es un bosque seco tropical que se encuentra a 300 msnm. Su vegetación se forma en su mayoría de árboles de la familia Bombacáceas, que se caracterizan por ser árboles grandes de tronco espeso, hojas con estípulas, simples o palmadas. Sus flores son grandes en forma de corola con cinco pétalos, que pueden o no tener fruto, estas fácilmente se encuentra en gran parte de centro y sur américa.

**El Museo Arqueológico Real Alto** es un centro donde los comuneros del sector desarrollan proyectos de gestión cultural y demuestran sus estudios antropológicos dentro del museo. El Mogote, también dentro de las instalaciones se encuentra un centro que hospeda a estudiantes e investigadores dedicados a realizar estudios científicos, arqueológicos y antropológicos para el beneficio de la comunidad.

Se puede encontrar construcciones de suma importancia y son famosos a nivel internacional por ser de las primeras aldeas agro-alfareras del continente americano, demostrando las tradiciones y costumbres de la cultura Valdivia en aquella época.

**Las playas** con las que cuenta la parroquia de Chanduy son ecosistemas de suma importancia, pues sus arrecifes rocosos y coralinos albergan una gran diversidad de especies que refleja un gran potencial turístico y ambiental, lo que le da un valor

netamente comercial por las actividades pesqueras que se pueden realizar en toda la zona intermareal.

Para la época de playa según datos del Departamento de Planificación del GAD Parroquial se han contabilizado que aproximadamente 6000 turistas disfrutaban de los eventos que reúnen a artistas y en donde se aprecia toda su riqueza cultural, a la vez que disfrutaban de su gastronomía y la belleza paisajística que ofrece el lugar.

**El mirador de Tugaduaja**, se encuentra a cinco minutos de la población que lleva el mismo nombre, es un mirador natural que nos da una vista panorámica de 90° donde se puede apreciar la comuna y la Ciénaga Santa Marianita, en la actualidad el mirador no cuenta con infraestructura necesaria que brinde seguridad para quienes visitan este atractivo.

#### **1.4 Complejo Cultural Real Alto**

El Complejo Cultural Real Alto es una amplia zona dedicada al estudio de yacimientos arqueológicos que trata de averiguar cómo vivió en el pasado la sociedad pre-colonial de la cultura Valdivia y contribuir con datos que demuestran cómo estaban organizados políticamente, supervivencia, formas de creencia, rituales y demás, siendo esta considerada una de las más antiguas en el periodo neolítico de América.

Las investigaciones dieron inicio en 1973 presidida por la Universidad de Illinois, donde el arqueólogo Donald Lathrap aseguraba que *“las tierras bajas tropicales de Sudamérica fueron la cuna de la civilización americana”*<sup>1</sup>.

En 1982 gracias a la CEPE y el Centro de Estudios Arqueológicos y Antropológicos de la ESPOL, se obtuvo fondos para la construcción de las edificaciones que serían parte del complejo. El Complejo Cultural Real Alto finalmente fue inaugurado en 1988, desde ese entonces hay un acuerdo mutuo entre la Comuna Pechiche y la ESPOL para precautelar los yacimientos existentes. Cabe mencionar que a lo largo de los años se han sumado varios investigadores nacionales y extranjeros interesados en investigar los importantes vestigios de la zona.

Hasta la actualidad los grupos interdisciplinarios internacionales reconocen el valor que tiene el Complejo para la demostración de evidencia sobre los primeros asentamientos.

---

<sup>1</sup> Revista FOCUS, Julio 2015

## **1.5 Desarrollo Socioeconómico y cultural del Sector**

### **Legal**

Conforme a los artículos descritos de la Ley de Turismo y el Plan Nacional del Buen Vivir se determinan las responsabilidades y deberes compartidos entre el Estado, la Comuna y Representantes del Proyecto. Este modelo representa una guía de las pautas a seguir para llegar a un estado de equilibrio con respecto a los habitantes de la zona.

La Ley Orgánica de Comunas por su parte contempla los derechos colectivos a los que las comunas de todo el territorio nacional están sujetas, donde se les otorga autonomía buscando fortalecerlas mediante normas y principios a las que deben regirse, esto incluye trabajar en conjunto para llevar a cabo actividades de coordinación en donde están involucrados el gobierno, entidades interesadas y la comunidad en sí con el objeto de que exista beneficios entre los participantes. Para la planeación del proyecto se contó con el permiso del Dr. Jorge Marcos representante del Complejo Cultural Real Alto, debido a que el Centro de Alojamiento estaría en las inmediaciones del lugar, terrenos que fueron cedidas a la ESPOL por los dirigentes comunales de Pechiche que en su totalidad son 12 hectáreas y de las cuales 8 hectáreas son del complejo.

**Art 2<sup>2</sup>.**- En el artículo dos se determina todas las actividades relacionadas con el volumen de viajes de las personas fuera de su lugar de residencia por un tiempo determinado.

**Art 3<sup>3</sup>.**- Son considerados principios de la actividad turística:

- La iniciativa privada como motor primordial para la generación de divisas y de nuevas fuentes de trabajo tanto a nivel local como internacional
- La inclusión acertada de los gobiernos locales para impulsar proyectos de desarrollo turísticos

**Art. 14<sup>4</sup>.**- el estado reconoce los derechos de la población a vivir en ambiente limpio, equilibrado, bajos los criterios de sostenibilidad o buen vivir, el mismo artículo determina que es de conocimiento público la preservación del hábitat que les rodea, la conservación de los recursos naturales, la biodiversidad, el cuidado del patrimonio cultural, evitar el deterioro ambiental y la recuperación de sitios naturales.

### **Ambiental**

La situación ambiental en la parroquia Chanduy se ve afectada por diversos problemas como los siguientes:

---

<sup>2</sup> Ley de Turismo del Ecuador, 2002

<sup>3</sup> Ley de Turismo del Ecuador, 2002

<sup>4</sup> Plan Nacional del Buen Vivir, 2013

- **Contaminación por aspecto sanitario**, debido a que alrededor del 44% de la parroquia cuenta con pozo séptico, el 22% a pozo ciego y el 21% no cuenta con ninguna tipo de sistema de agua. Esto ocasiona deterioro ambiental por eliminación de desechos contaminantes que terminan en sus afluentes de agua.
- **Desechos de empresas pesqueras**, el asentamiento de las empresas pesqueras provocan contaminación de dos formas: descargando sus desechos industriales en sus efluentes que llegan a las aguas subterráneas y al mar. Otra, debido a las emanaciones de gases a causa de la fabricación de harina de pescado. Las empresas cuentan con sus respectivos permisos ambientales, sin embargo, no se llevan a cabalidad pero de alguna forma se ha reducido la incidencia negativa con respecto a las actividades que realizan.
- **Desechos sólidos**, el 82.41% de la población elimina la basura a través de carros recolectores que pasan por la parroquia. Sin embargo, existe un porcentaje más pequeño que incinera la basura o la arroja a las vertientes de agua, que a la larga por una parte provoca la emanación de dióxido de carbono a la atmósfera y contaminando la calidad del recurso hídrico.
- **Erosión del perfil costero**, actualmente se encuentran en la línea 2 que refleja el avance de los riesgos. El GAD parroquial está trabajando para minimizar los peligros que corre el perfil e incluso los asentamientos que se encuentran muy cerca al mar.

## Económico

Las actividades que sustenta la economía de la parroquia Chanduy es principalmente pesca artesanal e industrial. Debajo de la cabecera parroquial de Chanduy se encuentra la comuna Puerto de Chanduy donde ejercen esta actividad. Otras de las formas de proveer economía a sus sectores son también la agricultura y la ganadería sobre todo en las comunas de Bajada de Chanduy, Tugaduaja y San Rafael beneficiando aproximadamente a 200 personas de dichas comunas.

**Tabla II: Población Económica Activa**

Cuadro # 3: PEA por Ramas de Actividad Económica		
Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2254	43,3
Explotación de minas y canteras	107	2,1
Industrias manufactureras	537	10,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	6	0,1
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	16	0,3
Construcción	363	7,0
Comercio al por mayor y menor	468	9,0
Transporte y almacenamiento	165	3,2
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	107	2,1
Información y comunicación	13	0,2
Actividades financieras y de seguros	6	0,1
Actividades inmobiliarias	3	0,1
Actividades profesionales, científicas y técnicas	19	0,4
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	59	1,1
Administración pública y defensa	88	1,7
Enseñanza	130	2,5
Actividades de la atención de la salud humana	48	0,9
Artes, entretenimiento y recreación	10	0,2
Otras actividades de servicios	58	1,1
Actividades de los hogares como empleadores	150	2,9

Fuente: INEC, censo poblacional, 2010

Herramienta: CIU, Clasificación Internacional Industrial Uniforme.

Entre los productos que se comercializan se encuentran el mango, cítricos, frejol gandul, guineo y otros como el pepino, melón, maíz que demandan ciclos de producción más cortos. En el sector de la ganadería se comercializa el porcino, bovino, caprino criollo, carne de borrego. En la avicultura se distribuye hasta 20.000 de forma industrializada y en menor escala la crianza de ave tipo campero que se lo utiliza para la producción de huevos criollos que se venden en la zona e incluso en la ciudad de Guayaquil.

El turismo también representa otra de las fuentes de ingresos para el lugar, sin embargo es un sistema emergente que aún le falta de infraestructura básica necesaria para captar la demanda de turistas. Aunque la minera no es una actividad de gran desarrollo también forma parte de la generación de ganancias que dinamiza la economía y que básicamente se la lleva a cabo en la comuna San Rafael.

### **Identidad Cultural**

La parroquia de Chanduy al igual que muchas comunidades del Ecuador posee su discreta riqueza cultural. Una de las tradiciones más comunes es honrar a sus santos patronos como San Agustín y Virgen de las Mercedes. El michulla es un molusco que es utilizado en la gastronomía local como un plato afrodisiaco, se lo puede encontrar en el ceviche de michulla que se lo complementa con otros productos del mar. Hasta la

actualidad siguen conservando la costumbre de visitar a los difuntos y preparar una mesa con comida que incluye natilla, pescado asado, frutos, arroz con leche y que es repartida a quienes los visitan.

Los platos típicos de la parroquia son el sancocho, estofado de pescado, diferentes tipos de ceviche en las que destacan el de camarón, churos y michulla, pescado asado, las diferentes variedades de seco en las que son más vendidos el de pato, chivo y venado, el arroz con pancoras y el tradicional caldo de salchicha. En postres, la conserva de pechiche es el más popular de los dulces, sin embargos, también se puede encontrar muestras de chokolatines, el postre llamado amor con hambre que es un tipo de cocada muy tradicional de la comuna de Zapotal.

## **CAPITULO 2**

### **2 Estudio de Mercado**

#### **2.1 Metodología**

**Investigación de Campo** nos permite extraer una información más irrefutable y concreta puesto que sale directamente de nuestra fuente de estudio de interés. Para el desarrollo del proyecto hemos optado por esta metodología debido a la escasa

información que podemos obtener, por lo que constituiremos un proceso sistemático de recolección, análisis y presentación de los datos logrados a través de las siguientes herramientas de investigación:

## **2.2 Fuentes Primarias**

### ***Entrevista***

La entrevista nos proporciona una información fidedigna acerca de lo que queremos investigar. La misma será realizada a representantes del GAD Parroquial de Chanduy (y demás autoridades de la comuna que consideremos pertinentes), en donde hemos efectuado preguntas claves que nos permitan obtener información necesaria que vayan respondiendo nuestras dudas. Se plantea realizar una entrevista al Doctor Jorge Marcos, como actor fundamental por ser nexo que conecta a los profesionales y/o estudiantes nacionales o extranjeros que realizan investigación en la zona de estudio. Los decanos y sub-decanos de las distintas facultades también se tomarán en cuenta para poder confirmar el criterio de selección y plantear futuras alternativas para que visiten el destino.

### **Encuesta**

Los actores claves son los estudiantes de las diferentes facultades que conforman ESPOL. Para esto hemos planteado hacer una encuesta para determinar sus

requerimientos con respecto a la creación de un nuevo Centro de Alojamiento que brinde confort a sus necesidades de hospedaje mientras realizan sus investigaciones. Se diseñó un modelo de encuesta dividido en dos bloques. El primer bloque se ha considerado Aspectos Generales que nos ayuda a definir el perfil de la demanda, y un segundo bloque donde se evalúa los tipos de servicios que desean obtener y la relación calidad – precio que ellos esperan.

Para saber cuántas encuestas se necesitan realizar consideramos a toda la población politécnica como universo, debido a que en estos últimos años son los que mayormente visitan el complejo cultural.

**Nomenclatura:**

**n**= Muestra

**N**= Población => 13551

**Z<sup>2</sup>**= Nivel de Confianza => (1.96)<sup>2</sup>

**P y Q**= Probabilidades => 0.5 cada uno

**E<sup>2</sup>**= Margen de Error => 5 % => 0.05

**Desarrollo:**

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 13551}{0.05^2 (13000 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 13551}{0.0025 (12999) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{13014.38}{32.49 + 0.9604}$$

$$n = \frac{13014.38}{33.45}$$

$$n = 389.06 \Rightarrow 389$$

El resultado muestra que el número total de encuestas a realizar es de 389. Se trabajó con la fórmula finita debido a que se nos facilitó el número poblacional a través de Bienestar Estudiantil de la ESPOL. Para lograr un resultado equilibrado nos ubicamos en los principales puntos de mayor afluencia en el campus, como lo son: paradero de la FEN, biblioteca central, facultad de mecánica debido a que aquí pudimos encuestar a estudiantes pertenecientes de varias carreras.

### **Observación**

Entre otras de nuestras consideraciones haremos visitas respectivas en donde se logre recoger información visual sobre los tipos de alojamiento que existan en el lugar de estudio, actividades turísticas que se realicen, formas de suministrar los servicios básicos, estado ambiental de la zona que serán recopilados mediante fotografías para que sean un

soporte en el avance de nuestro proyecto, este tipo de observación se la realizará de manera sistémica e imparcial como parte de una investigación objetiva.

### **2.3 Fuentes Secundarias**

#### **Artículos de Revistas**

Estas fuentes de información son de igual de confiables, serias y formales que las fuentes primarias, muchos de estos cuentan con los estudios científicos, estadísticos o históricos de investigaciones actuales que muestran un progreso en estudios específicos.

#### **Fuentes Web.**

Hemos considerado el uso de fuentes web oficiales pues permite de una forma efectiva difundir y compartir datos sobre la zona de estudio en general que es de importancia para la investigación. Las ventajas de la utilización de fuentes web es obtener información confiable en el menor tiempo posible.

#### **Método inductivo**

Luego de tener en manos toda la investigación obtenida de las fuentes primaria y secundaria analizaremos la información para transformarla en datos cualitativos y cuantitativos actualizados que demuestren la necesidad de realizar un proyecto.

### **Método Deductivo**

Esta parte de la metodología consiste en hacer un cierre o conclusión en base a la información que previamente ha sido investigada, analizada y transformada para dar solución a la problemática surgida.

## **2.4 Tipo de Estudio**

### **Cualitativo**

El método cualitativo lo realizamos a manera de entrevista con preguntas abiertas para captar la libertad de criterios y opiniones que nos servirán para la investigación. El objetivo es que a través de las entrevistas surjan ideas en conjunto entre la universidad, la comunidad y quienes realizan el proyecto de manera que exista un beneficio entre las partes.

### **Cuantitativo**

Mediante la encuesta la investigación toma un rumbo más cuantitativo a partir de que empezamos a relacionar las variables de manera estadística que nos permitan tener conclusiones más exactas y gráficas con el objeto de estudio para conseguir un resultado determinado.

## 2.5 Análisis de la Demanda

Conocer a la demanda es vital para la formulación de un proyecto, pues permite un análisis cabal de las características, comportamientos, necesidades y percepciones de los clientes. A partir de la información obtenida es fácil saber la acogida que pueda tener un proyecto novedoso.

Conforme se ha hecho los trabajos de investigación, encuestas y entrevistas, se ha logrado llegar a saber de primera mano las expectativas que actualmente tiene la comunidad politécnica respecto al alojamiento.

**Tabla III: Universidades Visitantes**

UNIVERSIDADES	PROCEDENCIA	
	NACIONAL	EXTRANJERA
Escuela Superior Politécnica del Litoral	Guayaquil	Rusia
Universidad San Francisco de Quito	Quito	Estado Unidos
Universidad de Guayaquil	Libertad	Colombia
Universidad Agraria del Ecuador	Santa Elena	Argentina
Universidad Católica de Azogues	Cuenca	Perú
Universidad E. de la Península de Santa Elena UPSE	Posorja	Alemania

**Fuente:** información obtenida de registro de visitantes del Complejo Cultural Real Alto.

Se pudo apreciar que al lugar llegan estudiantes de escuelas, colegios y universidades de todo el país. Al complejo también acuden investigadores de otros países, motivados por los estudios arqueológicos que se realizan en los diversos yacimientos aquí dentro.

## **2.6 Proyección de la Demanda**

Para estimar la proyección de demanda se vio necesario dialogar con cada uno de los decanos, sub-decanos y demás mandos medio que tengan conocimiento de estudiantes por carreras y materias que tengan algún tipo de vinculación actual o futura con el complejo cultural. Dicha vinculación puede estar dada por un lado de prácticas pre-profesionales e investigación, propiamente. Para la realización de la proyección se optó por realizar una ficha (que consta en la parte de anexos), para descartar a través de las entrevistas carreras que no estén vinculadas, número de estudiantes de la carrera que aplica y una observación explicando las razones del por qué no se vinculan.

Dentro de las carreras que aplican se confirmó que los estudiantes que se encuentran aptos para llevar a cabo pasantías o investigación deben cursar el nivel 300 en adelante.

En la ficha se determinó que de las carreras que aplican, una o dos materias están vinculadas con el complejo, con un promedio de 30 estudiantes por materia, las mismas que se dan en el primer o segundo término del año lectivo, mientras que las pasantías los

altos mandos estuvieron de acuerdo que no se debería manejar grupos grandes tal vez entre 15 a 20 estudiantes, incluso podría ser menos porque dependerá mucho del interés que tengan los estudiantes de realizar pasantías en la zona elegida o los proyectos de vinculación que se puedan difundir en las distintas unidades académicas.

Sin embargo, también en el período vacacional del 1 término que se daría entre el mes de septiembre, muchos se encuentran realizando otras gestiones de índole académico, dando un número menor de pasantes, por el contrario en el período vacacional que se da de febrero a abril, se cuenta con un período de tiempo mayor proporcionando un aumento en la aplicación de pasantes.

Es fundamental mencionar que la “Facultad de Ingeniería en Ciencias de la Tierra – FICT” está llevando a cabo las gestiones necesarias para que dentro de poco tiempo se dicte la Licenciatura en Arqueología dentro del campus. Teniendo en cuenta este hecho importante, la demanda sufriría un auge y el complejo cultural tendría un repunte en la incidencia de visitas e investigación.

Conjuntamente a esto se encuentra la Maestría en Arqueología del Neotrópico que maneja a un grupo de investigadores, promedio de 25 alumnos por promoción, inmersos en este campo. Con todo lo recopilado la estimación de la demanda anual sería de 456 estudiantes/investigadores, como se verá a continuación.

Tabla IV: Proyección de la Demanda Anual

FACULTAD	INVESTIGACIÓN		PASANTÍAS		TOTAL ANUAL
	1T	2T	Vacacional 1T	Vacacional 2T	
FIEC	-	-	-	-	-
FIMCBOR	-	60	15	45	120
EDCOM	30	30	15	45	120
FCSH	-	-	-	-	-
FIMCP	-	-		11	11
FICT	30	30	15	45	120
FCNM	-	-	15	45	60
CONAH	-	-	-	-	25
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>120</b>	<b>60</b>	<b>191</b>	<b>456</b>

Fuente: elaboración propia

## 2.7 Resultados

Se pudo encuestar a 389 personas entre personal docente y estudiantes. La recolección de datos se realizó para determinar los requerimientos que estudiantes, docente e investigadores necesitan en un centro de alojamiento que brinda confort y calidad en el servicio. Los encuestados se mostraron interesados en colaborar para la recolección de información. La que se pudo notar es que la mayoría de estudiantes no conocen la parroquia Chanduy, sin embargo, algunos de ellos afirmaron que habían

escuchado o lo habían visto por medio de señalética en la vía cuando viajan a otros puntos de la zona costera. Se optó por realizar una segmentación por facultades de los que contestaron que conocían Chanduy, los resultados determinaron que los estudiantes y docentes de FIMCBOR son los que han visitado mayormente por motivos de investigación o turismo cerca de la zona de estudio.

#### Ilustración 1: Referencias Positivas



Fuente: elaboración propia

A continuación se presenta de forma gráfica y porcentual el desglose de facultades que participaron en la recolección de datos en donde, cabe mencionar, que la motivación principal es realizar turismo y ocio en donde un 43% aseveró realizar actividades de sol y playa y un 27% con fin de investigación. Como datos generales la mayoría de estudiantes se encuentra en un rango de 18 - 25 años de género masculino provenientes

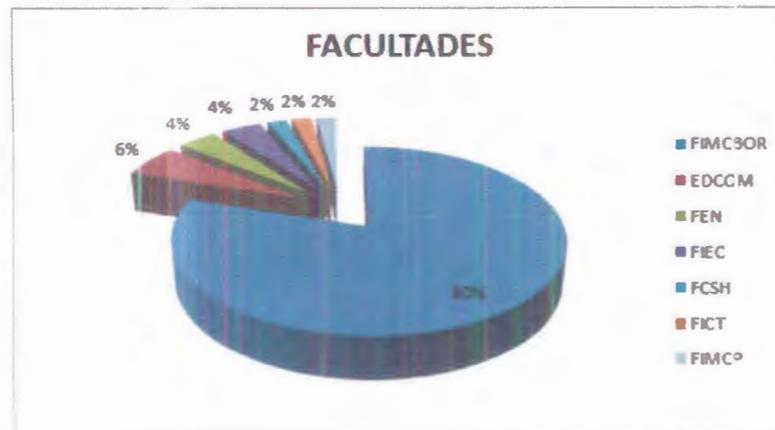
de la ciudad de Guayaquil cursando el cuarto año de carrera, en donde existe una ausencia de participantes extranjeros.

Aquí surge otro punto de análisis, si bien es cierto que el porcentaje de quienes conocen la parroquia es pequeña hay que mencionar que es un destino de paso para quienes van al lugar, pueden ser factores como: debido a la cercanía con Guayaquil, no hay muchos atractivos turísticos y actividades que realizar, la falta de infraestructura hotelera.

En comparación a otros puntos cercanos a la parroquia, la zona está en proceso de desarrollo. En una de las visitas realizadas a la comuna de Real Alto, se pudo observar de cerca los trabajos de construcción de vía que lleva a cargo la prefectura de Santa Elena, lo que sin duda ayudaría a que la conectividad entre puntos se potencialice y genere mayor flujo turístico.

Quienes realizan su estancia en el lugar preferiblemente se hospedan en casa de familiares o amigos y viajan acompañados de estos mismos. En 43% tiene conocimiento del complejo Real Alto por medio de la universidad, un 21% a través de personas cercanas a los encuestados.

Ilustración 2: Facultades



Fuente: elaboración propia.

En el segundo bloque de la encuesta se mide los tipos de servicios que ellos esperan encontrar cuando hablamos de Centros de alojamiento que brinden comodidad a los investigadores. Fundamentalmente se buscaba también referencias que conocieran sobre este tipo de hotelería, sin embargo, el 96 % de la comunidad politécnica no conoce de esta modalidad de hospedaje.

Los servicios que más demandan los estudiantes es un espacio que cuente con servicios de A&B, conectividad a internet y sala de estudios. Existen dos aspectos que más evalúan al momento de requerir un servicio de hospedaje.

Primero el precio, puesto es un factor decisivo al momento de elegir por un servicio, sobre todo porque la frecuencia con que realizan investigaciones es de dos veces al año

con variaciones de estadía de fin de semana, un mes en caso de que sean proyectos grandes y de tres a seis meses en modalidades de graduación, pre-grado o maestría.

Segundo, la calidad porque es un componente que lleva a la fidelización del cliente, a la promoción del centro y consecuentemente hacia la mejora de los servicios.

Después de todo este análisis como conclusión la comunidad politécnica estuvo de acuerdo en la implementación de este tipo de proyecto con una aceptación del 98% de la población encuestada y que les gustaría obtener este servicio.

### Ilustración 3: Aceptación



Fuente: elaboración propia

## 2.8 Perfil del Cliente

### Estudiante

El estudiante politécnico está formado de un conjunto de varias carreras fundamentales que ayudan al desarrollo de sus conocimientos pre-profesionales que va acorde con las necesidades que este siglo enfrenta. En este punto las habilidades y destrezas de los estudiantes se desarrollan a través de las herramientas de investigación, artes sociales y humanísticas, ciencias biológicas, geológicas y botánicas, entre otros, con el objetivo de generar profesionales para que formen parte de una sociedad productiva que ayude en el desarrollo del país.

Los estudiantes politécnicos representan un mercado potencial, sin embargo, la industria hotelera a nivel nacional no diseña sus precios pensando en el estudiante. ¿A qué nos referimos? Cuando la universidad realiza viajes de investigación, al momento de elegir el hospedaje los precios muchas veces no van acorde con las posibilidades de los estudiantes siendo la mayoría de veces un poco elevado y segregando así las posibilidades de que los estudiantes puedan perfeccionar los conocimientos teóricos impartidos en las aulas.

La motivación principal es educativa por lo que sus necesidades en cuanto al confort son básicas, un lugar destinados para descansar, tener tranquilidad y conectividad como una

herramienta que aporte en el desarrollo de sus actividades académicas. A más de esto el centro de alojamiento dedicado a prestar servicio a la Institución Académica permite proporcionar oportunidades al estudiante mediante la realización de sus pasantías pre-profesionales que contribuya al desarrollo profesional del mismo.

### **Docente**

El personal docente es el soporte fundamental para la preparación de profesionales, por esa razón las instituciones educativas de nivel superior deben contribuir apoyando en la estimulación del catedrático y el estudiante, esto ha sido notable gracias a que las nuevas leyes de educación fomentan un constante desarrollo académico y con ello aún más la preparación de los docentes.

El alcance de un nuevo centro de alojamiento de este tipo permite que el docente trabaje con el estudiante después de realizar sus trabajos de campo y que posteriormente cuenten con el espacio físico, dentro de las instalaciones del complejo, donde se pueda validar la teoría que se imparte en el salón de clases.

## **2.9 Afluencia de Consumidores**

### **Permanencia**

El destino es un punto de paso tanto para turistas como para estudiantes. Para investigadores quienes visitan el complejo por motivos académicos el tiempo varía entre mes y medio a tres meses de permanencia. Otro factor puede ser debido a que antes se realizaban prácticas en el lugar, lo cual requería que los estudiantes permanecieran ahí, pero debido a que los convenios dentro de la institución han sido dejados de lado ya no se realizan aquí con la frecuencia de ese entonces. A esto se le suma la poca información y promoción turística que se puede encontrar en la web a pesar de contar con los atractivos necesarios para constituirse en un destino turístico.

### **Estacionalidad**

En el caso de investigadores extranjeros se da de acuerdo a parámetros académicos que ellos propiamente manejan. Con la realización del proyecto la estacionalidad estaría dada en cuanto a prácticas a partir desde septiembre hasta comienzos de octubre y de febrero a principios de mayo, pues los estudiantes entran en período vacacional; sin embargo, cuando hablamos de viajes de investigación de campo están sujetas a las cátedras que se dictan en cada carrera y ameritan movilización para un estudio vivencial en el sitio.

## **CAPITULO 3**

### **3 Análisis del Sector**

#### **3.1 Análisis de la Oferta**

Tras un recorrido por la zona podemos destacar que no hay un gran desarrollo turístico en el lugar. La competencia actual está determinada por dos negocios que brindan el servicio de alojamiento y que serán nuestros competidores actualmente.

También podemos destacar que la investigación de campo que se realizó permitió observar de forma directa la falta de oferta potencial o que se esté dando algún servicio sustitutivo con respecto a la competencia actual.

Sin embargo, el GAD parroquial está direccionando todos sus esfuerzos por lograr que a partir del 2015, a través de la creación de un plan de desarrollo turístico, implementar productos sostenibles en la zona.

### **3.2 Competidores Actuales y Potenciales**

Actualmente la parroquia no cuenta con una plataforma hotelera desarrollada. Es prácticamente escasa la oferta actual. De lo que se conoce, existen tres espacios que se dedican a dar alojamiento.

Recientemente se pudo visitar la cabecera cantonal y por referencia de los habitantes una de estos tres espacios se destaca debido a su buen servicio. Esta hostería se da a conocer por medio de redes sociales, páginas de reservas online y cabe mencionar que los propios usuarios que se hospedan aquí la destacan como la mejor opción para hospedarse en la parroquia.

**Tabla V: Oferta - Competencia**

Nombre	Datos Generales	Capacidad	Descripción
Hostería La Capitana	Chanduy, calle Ramón Muñoz y San Agustín.	20 personas	Hostería, Bar, Restaurante. Cuentan solo con habitaciones quintuples
Hotel Chanduy	Cesario Carrera y Santa Elena	44 personas	Alojamiento que cuenta con suites, hab. Doble y triple y baño privado.

Fuente: elaboración propia

Por otra parte la parroquia no cuenta con oferta potencial y sustitutiva, pero cabe mencionar que actualmente el GAD parroquial está trabajando en un plan de desarrollo turístico para que la parroquia se consolide como un destino atractivo para los turistas.

### 3.3 Servicios Básicos

#### Agua

La empresa encargada de abastecer el servicio de agua potable en la parroquia es AGUAPEN EP constituida en el año de 1999. Conforme han pasado los años el GAD Parroquial de Chanduy ha apoyado las gestiones para el abastecimiento a la mayoría de las comunas.

Sin embargo, el Complejo Cultural Real Alto presenta un inconveniente con el suministro del servicio debido a su lejanía con la cabecera comunal en donde es proveído

por AGUAPEN EP. Actualmente todo el complejo se abastece mediante el sistema de bombeo a un pozo con la que cuentan y que está conectado a una cisterna que mide  $8m^3$ .

### **Electricidad**

El servicio de energía eléctrica es suministrado por Corporación Nacional De Electricidad Regional de Santa Elena CNEL fue creada en el 2008. Un servicio con el que también cuenta el complejo Real Alto y todas las comunas pertenecientes a la parroquia.

### **Conectividad**

El Ministerio de Telecomunicaciones -MINTEL- es una entidad pública formada en el 2009 gracias al apoyo del Gobierno Nacional con el fin de mejorar la conectividad en el país. La zona costera, incluyendo la provincia de Santa Elena se ven beneficiadas de la tecnología de telecomunicaciones que les facilita la comunicación con el resto del mundo.

Sin embargo, el Complejo Cultural Real Alto no cuenta con el servicio debido a los escasos fondos que ingresan al complejo, necesarios para financiar mensualmente esta facilidad de conectividad.

## **CAPITULO 4**

### **4 Estudio Técnico**

#### **4.1 Ubicación Geográfica**

El centro de alojamiento estará ubicado en las inmediaciones del Complejo Cultural en un espacio destinado que tiene como dimensionamiento 96m<sup>2</sup>. El complejo se sitúa cercana a las comunas Manantial y El Real, dentro de la comuna Pechiche junto a una de las vías de acceso principales.



## 4.2 Aspectos Generales

### Descripción del Producto

Nuestro producto, como se ha mencionado antes, consiste en la creación de un centro de alojamiento dentro del complejo cultural, de tal forma que cumpla con las necesidades y expectativas de hospedaje de quienes realicen actividades de investigación o de índole académica (prácticas pre-profesionales, salidas de campo) en el sitio. El propósito fundamental para la creación de este centro de hospedaje es mejorar la calidad de estadía de los investigadores y demás clientes metas involucrados, impulsar en la formación de los estudiantes y/o profesionales sobre la cultura del país y que de manera directa se contribuye en el crecimiento turístico de la zona.

Nuestro producto se plantea de manera que sea amigable con el ecosistema existente y protegerlo debido a la fragilidad del lugar, por ser un centro de importancia arqueológica. Nuestra visión de proyecto busca integrar otro servicio muy importante que a la larga tendría un alcance positivo para las comunidades de la parroquia, como es el caso de brindar un city tour por los atractivos y puntos de interés en el destino.

Efectos positivos potenciales:

- Interacción con los atractivos naturales y turísticos de la zona.

- Valorización de las diferentes prácticas culturales intrínsecas de los pobladores.
- Dinamización de la economía local.
- Creación del marketing boca a boca.

El centro de alojamiento contará con 15 habitaciones, distribuidas de la siguiente forma:

**Tabla VI: División - Habitaciones**

HABITACIONES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
SIMPLES	3	Los cuartos simples cuentan con camas individuales tipo Full (1.60m de ancho x 1.90m de largo). Dos se situarán en la planta baja y una en la planta alta, con baño compartido fuera de la habitación. Posee mobiliario básico como mesa de noche, un ropero.
DOBLES	4	Los cuartos Dobles cuentan literas tipo Full (1.60m de ancho x 1.90m de largo). Dos se situarán en la planta baja y dos en la planta alta, con baño compartido fuera de la habitación. Posee mobiliario básico como mesa de noche, un ropero.
SUITE	1	La Suite cuentan con dos camas individuales, una litera y un sofá cama tipo Full (1.60m de ancho x 1.90m de largo). Se sitúa en la planta alta con baño privado.

**Fuente:** elaboración propia

Todas las habitaciones cuentan con una decoración temática sobre la cultura Valdivia, debido a la importancia que esta sociedad tuvo en la península. El acceso a internet tendrá cobertura para todo el establecimiento y acondicionadas con ventiladores de techo.

En la planta alta se situará 1 suite, 2 dobles y una habitación simple que tendrán acceso a una amplia terraza que proporciona una vista hacia todo el complejo arqueológico.

Debido a la ubicación del complejo y a las limitadas opciones para recreación lúdica que se puede tener, se optó por implementar juegos de mesa y una videoteca que puedan contribuir a la distracción de los que se hospedan y propiciar noches más amenas durante la estancia.

### **4.3 Prácticas Ambientales a Implementar**

Para la operación de las actividades se recomienda llevar a cabo las siguientes prácticas amigables con el ambiente, como las mencionadas a continuación:

- Emplear grifos temporizados para evitar el envío al alcantarillado de 5 a 10 litros de agua por minuto.
- Utilizar detergentes que no contengan fosfatos y/o cloro.
- Usar amenities biodegradables.
- Vigilar los productos de limpieza que se emplean en la limpieza de las instalaciones, buscar productos de menor agresividad ambiental.

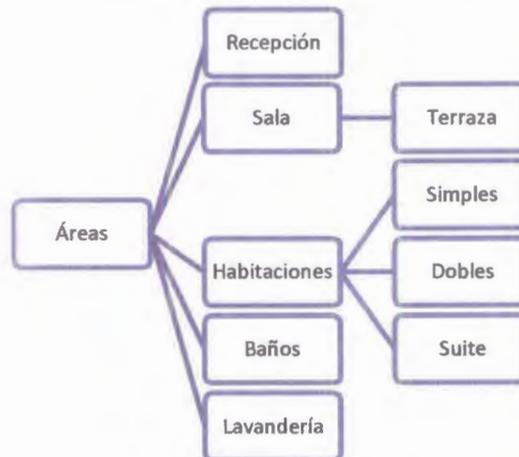
- Plantar zonas verdes de poco consumo de agua
- Utilizar métodos de riego por goteo o por aspersión para las zonas verdes y jardines, pues reduce considerablemente el consumo de agua.
- Maximizar la luz natural por medios de ventanales y la utilización de colores claros en las paredes disminuye el uso de energía eléctrica.
- Equipar los cuartos de baño con sanitarios de tanques más pequeños (6 litros por descarga) que los convencionales.
- Inspeccionar constantemente las tuberías de conducción para el agua con el fin de detectar posibles fugas.
- Emplear dispensadores de jabón líquidos en vez de los individuales en barra. Minimiza la generación de desechos y reduce costos.
- Fomentar el reciclaje de desechos mediante la utilización de tachos separadores de basura.

#### **4.4 Programa Arquitectónico**

El centro de alojamiento será una edificación de 2 pisos, de construcción mixta, sus pisos y paredes serán de cemento en un 80%. Los acabados, mobiliarios y accesorios

serán de madera o de otro material de tipo amaderado. Para darle un toque rústico se diseñó un techo de paja a cuatro aguas cubriendo todo el diámetro del centro de alojamiento.

**Ilustración 6: Desglose de Áreas**



**Fuente:** elaboración propia como parte de la investigación.

*La recepción* es un área fundamental porque ofrecerá al huésped una comunicación con los demás servicios que se ofrezcan en el alojamiento e información con respecto a volumen de ocupación.

*Áreas comunes* como la sala y terraza están acondicionadas para que el huésped pueda relajarse, relacionarse con el resto de huéspedes y disfrutar de conversaciones, juegos,

etc. Dentro del aspecto visual se considera la utilización de colores suaves por su influencia con respecto a la absorción de calor en los espacios internos.

*Habitaciones* diseñadas solo para el descanso del huésped, con el mobiliario básico pero confortable y con detalles que hace alusión a la cultura prehispánica.

#### 4.5 Dimensionamiento, Capacidad y Costos de Obra

A través del dimensionamiento se puede conocer las medidas, la dirección y extensión del proyecto por medio de gráficos 3D de todo el centro de alojamiento.

**Tabla VII: Especificaciones Técnicas - Habitaciones**

<b>Planta Baja</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción Técnica</b>
<b>Cuarto Doble</b>	2	2.5m de ancho x 4m de largo
<b>Baños</b>	1	2.25m de ancho x 2.50 de largo
	1	3.50m de ancho x 2.25 de largo
<b>Cuarto Simple</b>	2	2m de ancho x 4m de largo
<b>Recepción</b>		3m de ancho x 2m de largo
<b>Sala</b>	1	4m de ancho x 7m de largo
<b>Lavandería</b>	1	3m de ancho x 3m de largo
<b>Bodega</b>	1	1,5 m de ancho x 3m de largo
<b>Planta Alta</b>		
<b>Cuarto Doble</b>	2	2m de ancho x 3,5 m de largo
<b>Cuarto Simple</b>	1	2m de ancho x 2,5 m de largo
<b>Suite</b>	1	6m de ancho x 6,5 de largo
	1	3m de ancho x 2,5m de largo
<b>Baño</b>	1	5m de ancho x m de largo
	1	2m de ancho x 1,5m de largo
<b>Terraza</b>	1	4,5m de ancho x 5,5m de largo

Fuente: elaboración propia

La capacidad del alojamiento está dada por el número de habitaciones a construir y el mobiliario a utilizar, con capacidad de 15 - 17 huéspedes y en el futuro con un ligero cambio de mobiliario (camas simples por literas) tendría capacidad para 24 personas.

Después de una investigación detallada entre materiales de construcción, mano de obra y mobiliario requerido para levantar la edificación el total de inversión está detallada de la siguiente manera:

**Tabla VIII: Costo de Obra**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materiales de Construcción</b>	\$ 9,792.40
<b>Mano de Obra</b>	\$ 7,020.00
<b>Mobiliario</b>	\$ 11,486.00
<b>Total de la Obra</b>	<b>\$ 28,298.40</b>

Fuente: elaboración propia

#### 4.6 Diseño

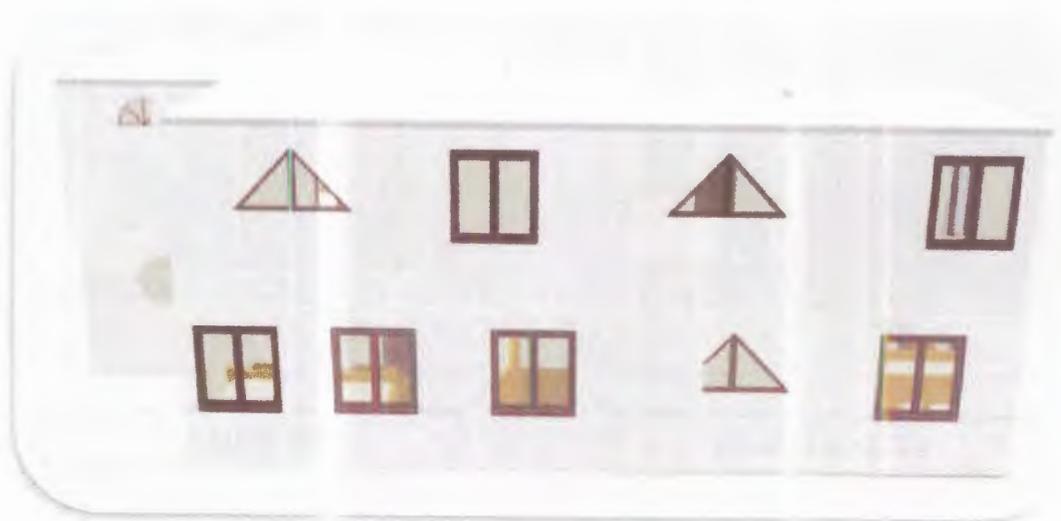
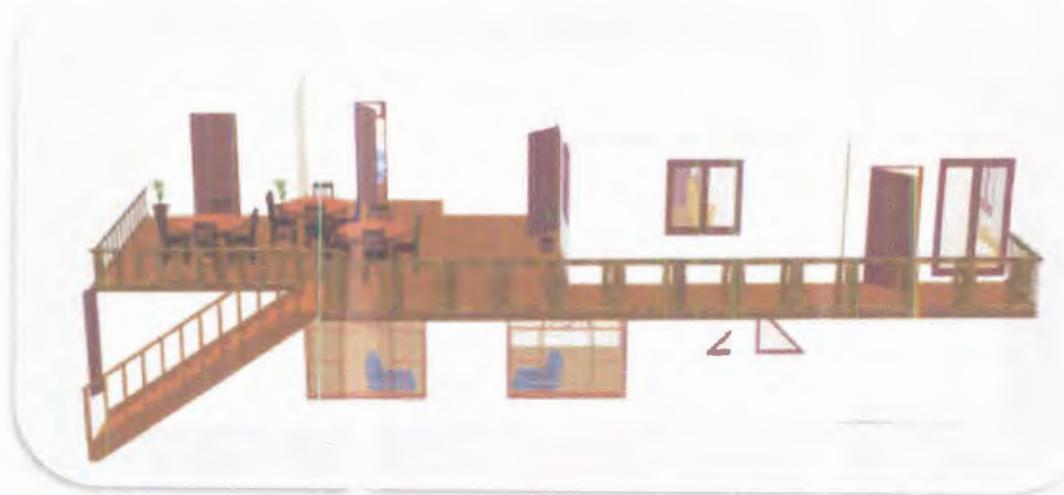
A continuación se muestra mediante ilustraciones en 3D las características de las instalaciones, tanto en su construcción de interior y su diseño exterior.

### Ilustración 7: Diseño en 3D



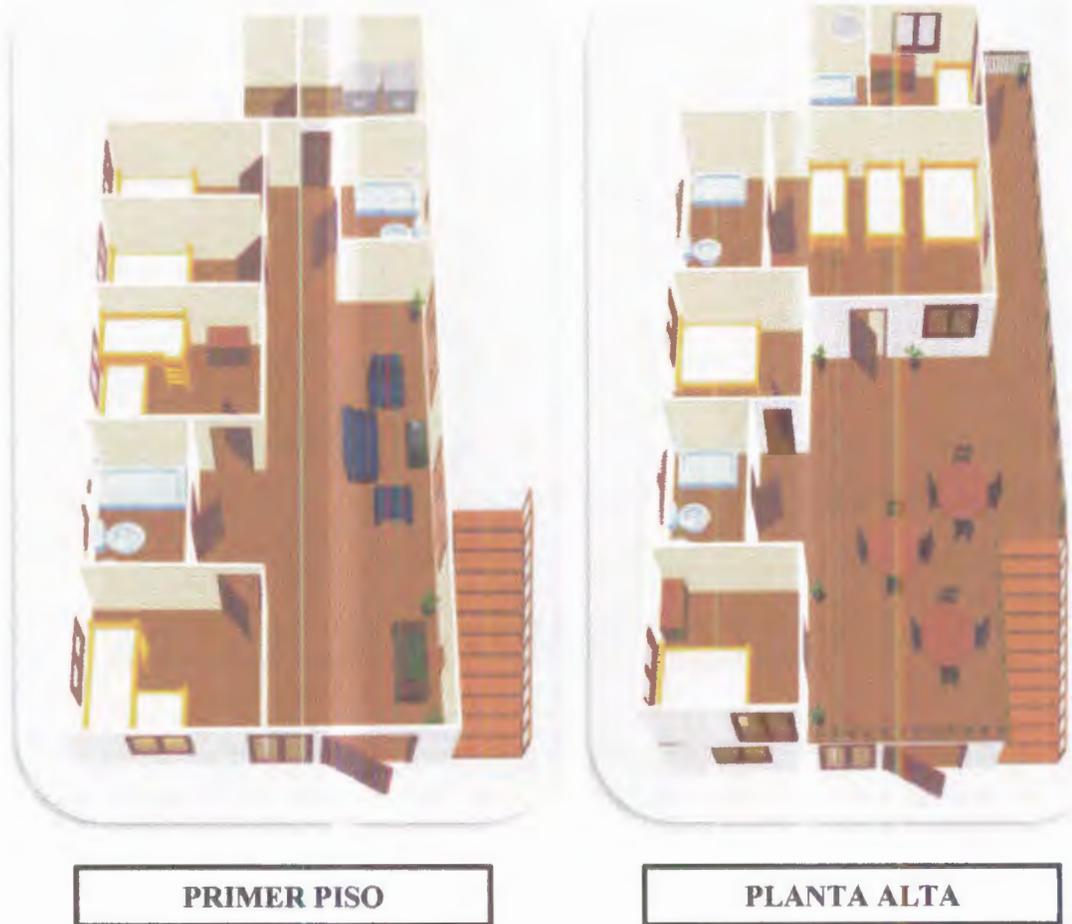
Fuente: Elaboración propia en programa  
Sweet Home

**Ilustración 8: Vistas Laterales en 3D**



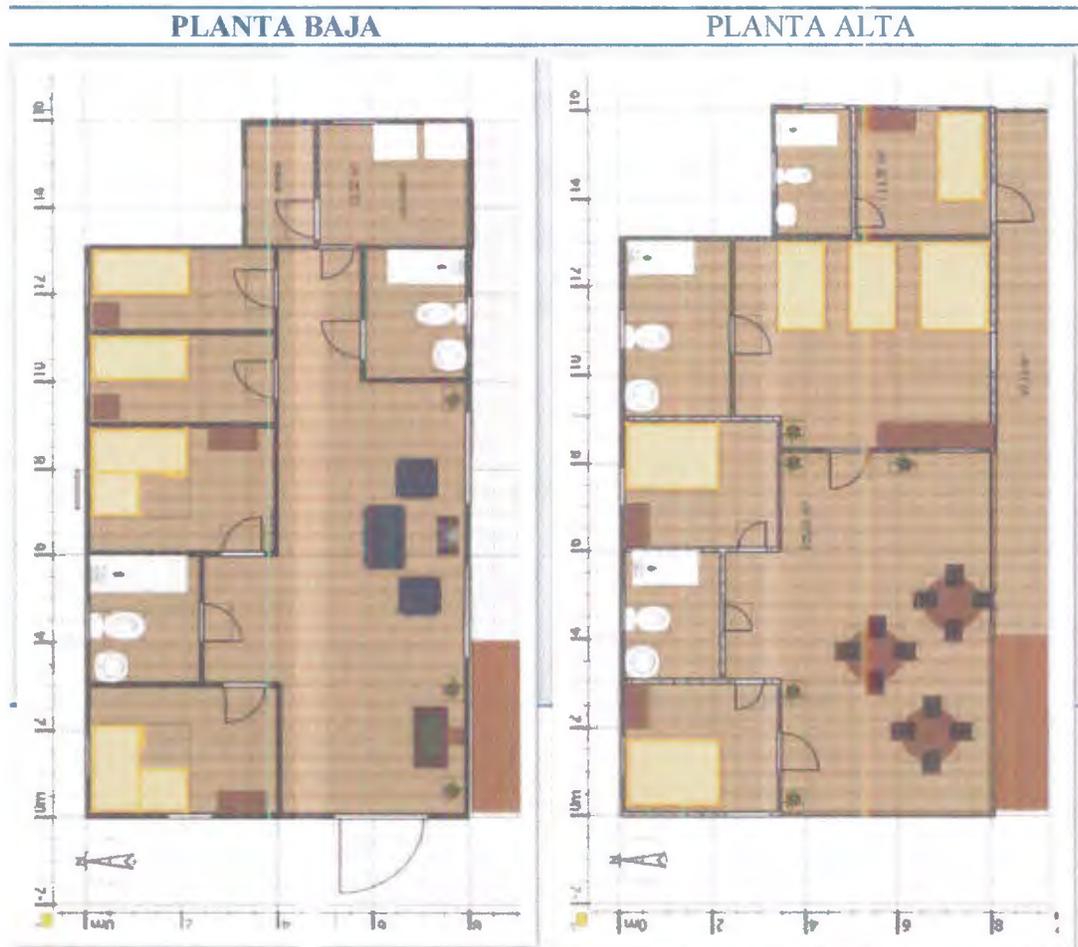
**Fuente:** Elaboración propia en programa  
Sweet Home

**Ilustración 9: Vista Interior en 3D**



**Fuente:** Elaboración propia en programa  
Sweet Home

Ilustración 10: Diseño Arquitectónico

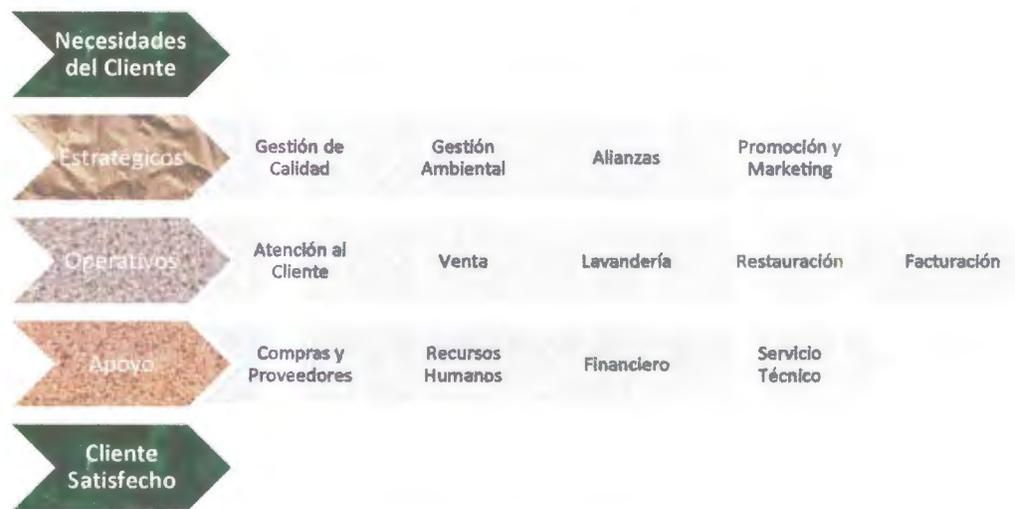


Fuente: Elaboración propia en programa  
Sweet Home

## 4.7 Mapa de Procesos

La elaboración de un mapa de procesos nos permite visualizar de manera gráfica todas las gestiones que se necesitan realizar para brindar un buen servicio a nuestros huéspedes. De esta manera podemos identificar procesos claves o instrucciones de trabajo que son fundamentales para la finalización de los procesos.

**Ilustración 11: Procesos**



**Fuente:** elaboración propia

**Estratégicos.-** son planes que nos ayudan alcanzar objetivos de promoción, calidad operativa y ambiental, alianzas estratégicas de comercialización.

**Operativos.-** están relacionados con las actividades que se realizan en el establecimiento y que agregan valor para la estadía de los huéspedes.

**Apoyo.-** son las que complementan a los procesos operativos, pues gestionan la obtención de recursos que estas necesitan.

#### **4.8 Organigrama**

Ser un centro de alojamiento para instituciones dedicadas a la investigación y formación académica que ofrezca un servicio de calidad en un ambiente tranquilo y acogedor, mostrando predisposición para satisfacer la estancia de los clientes.

**Ilustración 12: Organigrama - Talento Humano**



#### **4.9 Inventario y descripción de funciones de los puestos de trabajos**

En la siguiente tabla se describe las especificaciones de funciones que el futuro recurso humano debe contar para la calificación del puesto de trabajo.

Tabla IX: Puestos de Trabajo

Cantidad	Puestos de Trabajo	Descripción de Funciones
1	Administrador	<p>Planear estrategias de comercialización,</p> <p>Dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa, tomará decisiones de incrementar y pagar nómina.</p> <p>Atender al cliente en su estadía, reservación y control de las mismas.</p> <p>Facturación de todos los servicios que se proveen en el alojamiento.</p> <p>Proveer al huésped de información turística y brindar soluciones a los inconvenientes que los huéspedes tengan.</p>
1	Polifuncional	<p>Mantener las instalaciones y equipos en óptimas condiciones, también servirá de apoyo en la limpieza.</p> <p>Compra de insumos tanto para el área de restauración como los que se requiera para limpieza y adecuación de las habitaciones.</p> <p>Participar directamente en la entrega del servicio de alimentos y bebidas, cuidar que nada le haga falta al comensal.</p>

Fuente: elaboración propia

#### 4.10 Perfil de Talento Humano

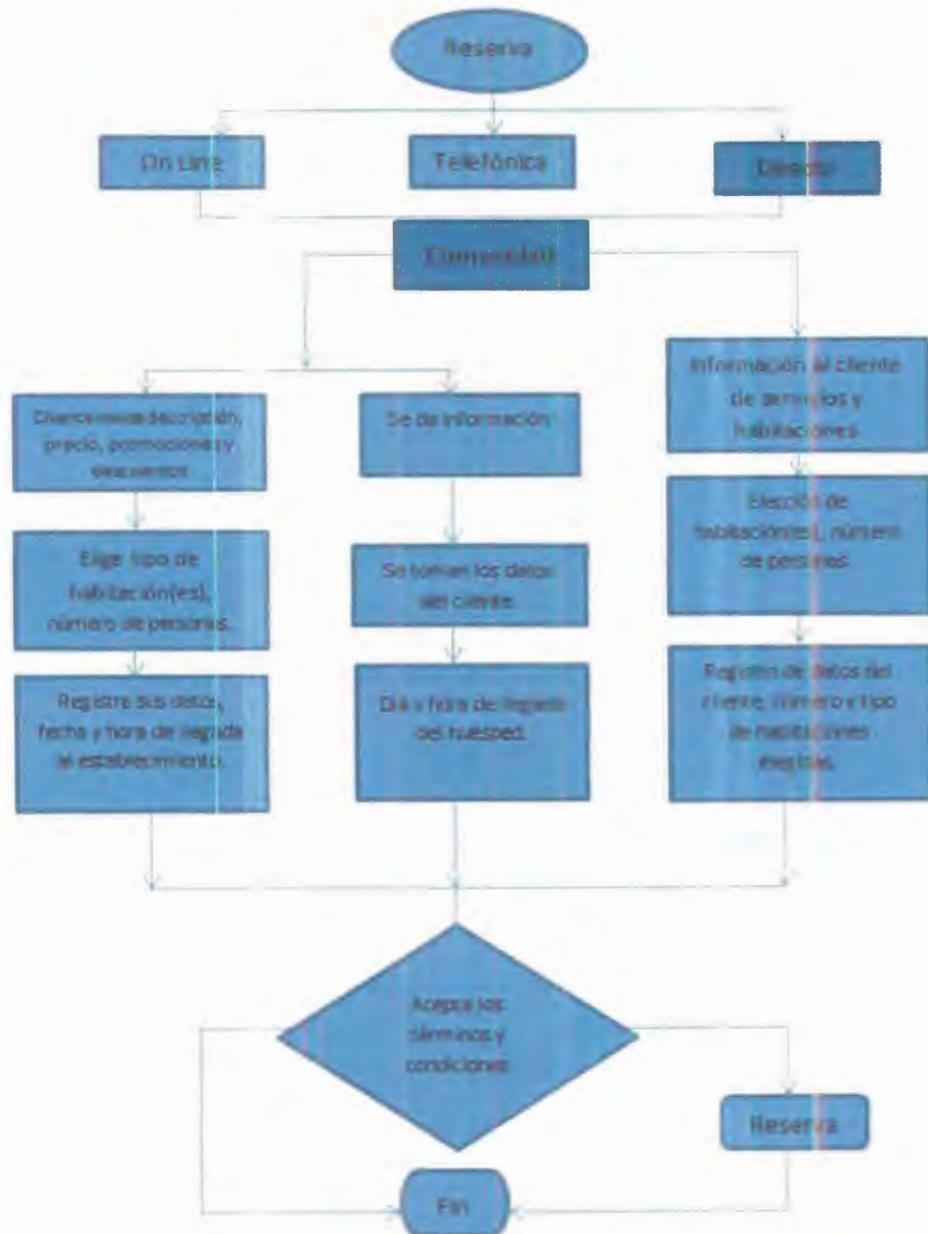
**Tabla X: Perfil de Talento Humano**

Puesto	Perfil	Salario
<b>Administrador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Titulado en Ing. en Administración de empresas, Marketing o afines.</li> <li>• Contar con experiencia mínima de 2 años en el campo</li> <li>• Dominar el inglés.</li> <li>• Conocimiento sobre el medio hotelero y de negociaciones.</li> </ul>	\$500
<b>Poli funcional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios secundarios.</li> <li>• Experiencia mínima 6 meses en áreas.</li> <li>• Tener conocimientos en electricidad, jardinería y limpieza de áreas.</li> <li>• Ser dinámico/a, responsable y proactivo(a)</li> </ul>	\$354

**Fuente:** elaboración propia

## 4.11 Flujograma

Ilustración 13: Flujograma - Reserva



**Ilustración 14: Flujograma - A&B**



Ilustración 15: Flujograma - Lavandería

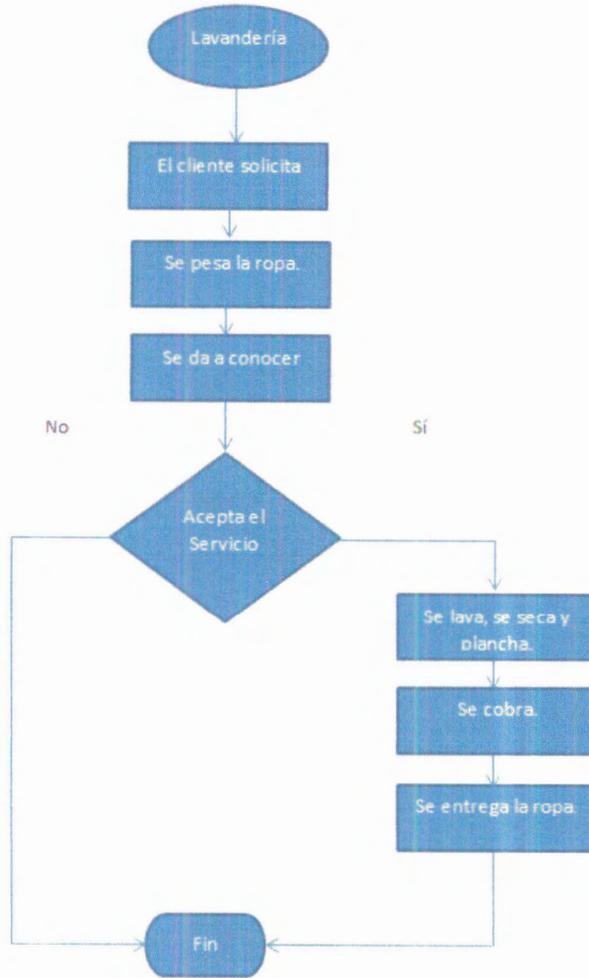
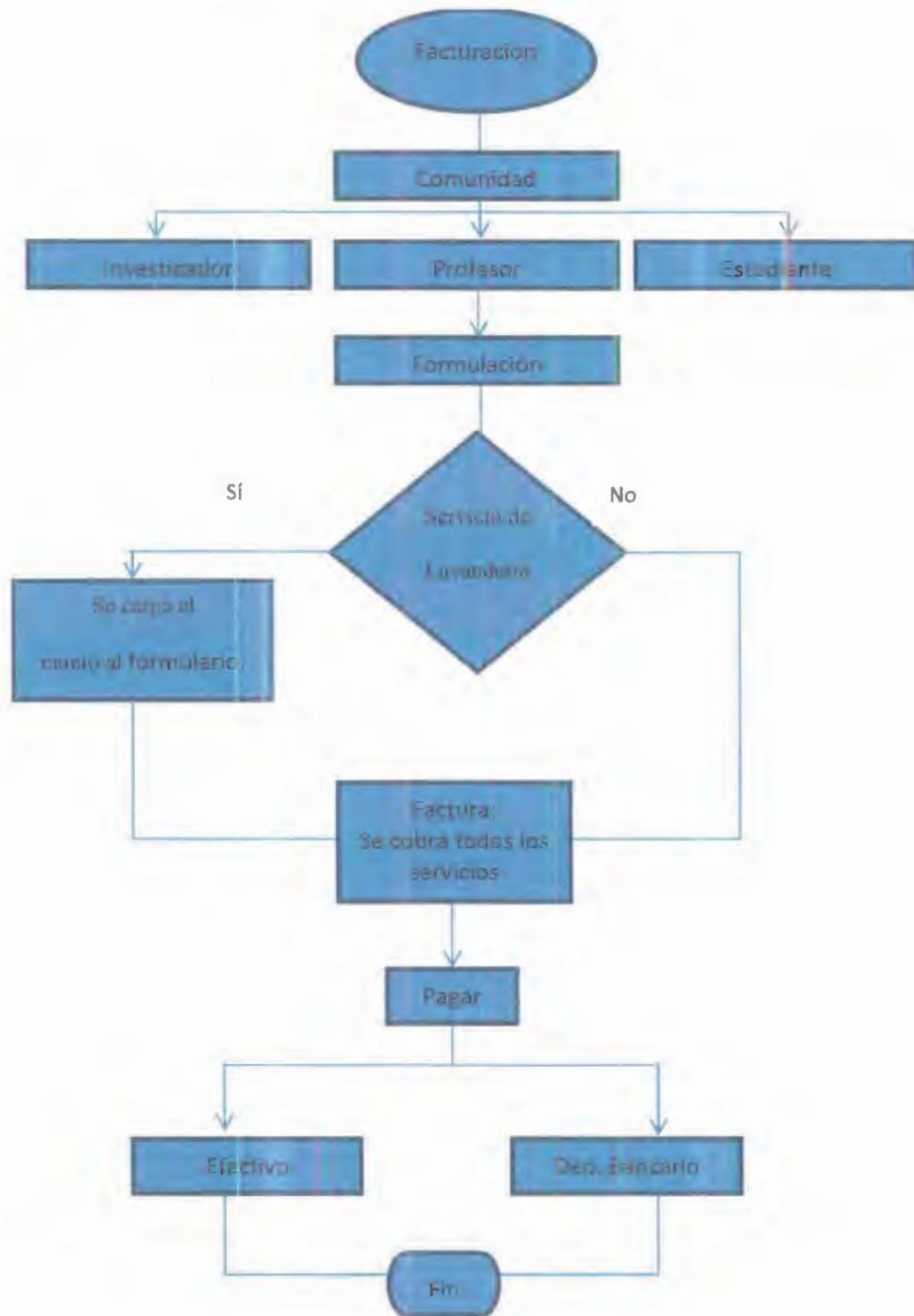


Ilustración 16: Flujograma - Facturación



#### 4.12 FODA

En el análisis FODA podemos percibir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puede presentar nuestro proyecto. Este método permite prepararse a futuras eventualidades y tomar planes de acción.

**Tabla XI: DAFO**

	<b>ALOJAMIENTO</b>	<b>DESTINO</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación brinda un ambiente seguro y tranquilo para el huésped.</li> <li>• Facilidad para ofrecer un servicio turístico personalizado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanía con Guayaquil.</li> <li>• Recursos altamente atractivos (playas, complejo cultural, etc).</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio de alojamiento actual parcialmente deteriorada.</li> <li>• Lejanía con respecto a los <b>servicios complementarios</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La parroquia es poco conocida.</li> <li>• Falta de infraestructura turística.</li> <li>• Comunicación limitada entre departamentos de las entidades relacionadas con el sector turístico.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas estratégicas para incrementar servicios adicionales.</li> <li>• Nuestra demanda realiza turismo de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GAD y Prefectura se han preocupado de dar servicios básicos y reasfaltado de la carretera.</li> <li>• Creación de diferentes segmentos de mercado turístico (<b>turismo</b>)</li> </ul>

	investigación.	cultural, rural, sol y playa).
<b>AMENAZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobertura limitada del servicio de internet.</li> <li>• Aumento de la oferta hotelera en la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proximidad a destinos desarrollados turísticamente. (Salinas).</li> <li>• Erosión del perfil costero.</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia

#### 4.13 Misión

Brindar alojamiento a toda la comunidad politécnica, estudiantes y/o profesionales extranjeros a través de convenios universitarios que deseen realizar pasantías, investigaciones científicas dentro y fuera del complejo cultural.

#### 4.14 Visión

Ser un centro de alojamiento para instituciones dedicadas a la investigación y formación académica que ofrezca un servicio de calidad en un ambiente tranquilo y acogedor, mostrando predisposición para satisfacer la estancia de los clientes.

## **CAPITULO 5**

### **5 Marketing Plan**

#### **5.1 Campaña**

La campaña tiene como propósito llegar a dar a conocer a la comunidad politécnica sobre la oferta de alojamiento, a través del correcto canal de distribución acorde a las necesidades del proyecto así como también un buen sistema de promoción que permita el flujo de comunicación constante entre el centro de alojamiento y la comunidad

politécnica. Haremos uso de herramientas dinámicas y visuales para generar mayor confianza.

## 5.2 Nombre

“Centro de Alojamiento La Valdivia”

## 5.3 Eslogan

*“Descanso entre la naturaleza y la historia”*

## 5.4 Logo



**Centro de  
Alojamiento La  
Valdivia**

*Descanso entre la naturaleza y la historia*

## 5.5 Objetivo

Satisfacer los requerimientos de los huéspedes cumpliendo los lineamientos de confort y calidad para el adecuado desarrollo de sus actividades académicas, incorporar buenas prácticas ambientales y desarrollar actividades turísticas que complementen la estadía.

## 5.6 Canales de Comercialización

### Canal Directo

El modo de comercialización será de manera directa ya que nuestro mercado meta son estudiantes y/o investigadores que tengan convenios o relación directa con la ESPOL en el campo de investigación. Las gestiones de venta y publicidad lo realizará la institución sin el apoyo de entidades externas o intermediarios, lo que permite satisfacer las necesidades de nuestro mercado. Uno de los beneficios de optar por este tipo de canal es que se puede controlar el flujo económico, las operaciones y sobre todo mantener una mejor comunicación con el cliente.

**Ilustración 17: Canal de Comercialización**



## 5.7 Estrategias de Comercialización

**Material Promocional.**- parte de la estrategia comercial consistirá en la distribución de trípticos informativos dentro del campus, en todas las facultades y centro de investigación con los que cuenta la ESPOL. Los mismos contendrán información tanto del complejo cultural como características generales del centro de alojamiento y beneficios que estudiantes e investigadores podrán obtener.

**Prensa.**- la utilización de este medio de comercialización es importante, debido a que permite que llegue masivamente a conocimiento de todos los estudiantes, profesores y todos aquellos que pertenezcan de alguna manera a la universidad. Entre los medios de difusión informativa con los que cuenta la ESPOL se

encuentra **INFOESPOL** que es un portal de noticias realizado por estudiantes para estudiantes politécnicos y **FOCUS** que es una revista de carácter institucional que posee el mismo enfoque de dar información con temas concernientes a todos los ámbitos académicos de la comunidad politécnica.

**Consumidor.**- Una de las formas de fidelizar a la comunidad politécnica es a través del programa de pasantías. La universidad podrá tener un espacio para prácticas pre-profesionales o proyectos de sus estudiantes que tengan vinculación con el complejo cultural, el centro de alojamiento o la zona en general, lo que les ayudarán a prepararlos en el ámbito profesional y realizar un cambio en la comunidad a la que visitan.

## 5.8 Estructura de Gastos

**Tabla XII: Estrategias de Comercialización**

Estrategias	Monto	Observación
Material Promocional	\$ 500	Se suplirá de material a todas las unidades académicas al inicio de cada término.
Prensa	-	Será un proyecto que involucre a estudiantes de EDCOM para el desarrollo de un video a cambio de horas prácticas.
Medios Digitales	-	Se compartirá información y contenido actualizado constantemente.

Fuente: autores propios

## **CAPITULO 6**

### **6 Análisis Financiero**

#### **6.1 Presupuesto de Inversión**

El presupuesto se ha detallado en dos secciones: la pre-operativa en donde se encuentra la valorización del terreno, los permisos de funcionamiento y todo lo que involucra la creación de un proyecto. En la parte operativa se detalla todo lo relacionado

a mobiliario, equipos electrónicos y menaje que permite al huésped tener una estadia confortable. Sumando las dos secciones el total de inversión será de \$33.925,51 usd.

**Tabla XIII: Presupuesto**

Recurso	Monto
<b>Pre-operación</b>	
Terreno	\$4,095.00
Permisos de Funcionamiento	\$2,000.00
Creación de Marca	\$500.00
Edificio	\$9,792.70
Mano de Obra	\$7,020.00
Decoración	\$1,000.00
<b>Operación</b>	
Mobiliario de Recepción	\$335.00
Mobiliario de Sala	\$890.00
Mobiliario de Habitaciones	\$2,308.00
Mobiliario de Baño	\$1,105.00
Mobiliario de Terraza	\$521.00
Mobiliario de Lavandería	\$73.89
Equipos Electrónicos	\$3,502.00
Menaje	\$2,132.92
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$35,275.51</b>

Fuente: elaboración propia.

## 6.2 Calendario de inversión

Aquí se establece los periodos en lo que se ejecutara la obra, en las que cuentan desde la gestión para el crédito hasta el inicio de la parte operativa. Como se puede ver en el siguiente cuadro la edificación de la obra tomará tres meses para su construcción, dos meses para gestionar el crédito y un mes para la compra de insumos y contratación de recurso humano.

**Tabla XIV: Calendario de Inversión**

Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
<b>Gestión para el crédito</b>	x	x				
<b>Construcción de las instalaciones</b>		x	x	x		
<b>Compra de muebles y enseres</b>			x			
<b>Compra de equipos</b>				x		
<b>Contratación del recurso humano</b>					x	
<b>Acciones de promoción</b>					x	x
<b>Capital de trabajo para inicio de operaciones</b>						x

Fuente: elaboración propia

## 6.3 Estructura de capital

El proyecto se financia a través de fondos de la ESPOL que respecta a un 30% y un 70% mediante la Corporación Financiera Nacional, cubriendo de esta manera el cien por ciento del proyecto.

**Tabla XV: Financiamiento**

Fuente de Financiamiento	Monto	Porcentaje
<b>Fondos propios - ESPOL</b>	\$10,582.65	30%
<b>Financiación bancaria - CFN</b>	\$24,692.86	70%
<b>TOTAL DE RECURSOS</b>	\$35,275.51	100%

Fuente: elaboración propia

#### 6.4 Amortización del préstamo

La CFN financia proyectos según las características de estos llegando a montos de hasta \$100.000 con plazos de entre 5 a 10 años de financiación y con una tasa de interés de 11% (poner referencia). A continuación se detallan los periodos de pagos y su total a pagar:

**Tabla XVI: Amortización**

Número de Años	Número de Pagos	Cuota Trimestral	Total Anual
Año 1	4	\$617.32	\$5,083.64
Año 2	4	\$617.32	\$4,812.02
Año 3	4	\$617.32	\$4,540.40
Año 4	4	\$617.32	\$4,268.78
Año 5	4	\$617.32	\$3,997.16
Año 6	4	\$617.32	\$3,725.53
Año 7	4	\$617.32	\$3,453.91
Año 8	4	\$617.32	\$3,182.29
Año 9	4	\$617.32	\$2,910.67
Año 10	4	\$617.32	\$2,639.05

Fuente: elaboración propia

Se puede evidenciar que entre el capital prestado más el interés, se termina pagando un total de \$38.613,46 que equivale a una diferencia de \$13.387,85 lo que representa un 56% más con respecto al monto original prestado.

## 6.5 Pronóstico de ingresos

Tenemos tres rubros de ingresos: la venta de habitaciones, servicio de lavandería y una comisión del 10% por parte de los proveedores por el servicio de alimentos y bebidas, en donde el precio base es de \$3.50.

Para el cálculo de los ingresos se ha tomado la proyección de la demanda anual donde consten 456 huéspedes, una tasa de inflación del 4.87% y un incremento de venta anual del 5%. Como lo observamos a continuación:

**Tabla XVII: Pronóstico de Ingreso**

Periodos	Venta de Habitaciones	Otros Servicios	Total Anual
Año 1	\$16,264.00	\$5,038.80	\$21,302.80
Año 2	\$17,908.86	\$5,548.40	\$23,457.26
Año 3	\$19,720.07	\$5,825.82	\$25,545.89
Año 4	\$21,714.46	\$6,117.11	\$27,831.57
Año 5	\$23,910.55	\$6,422.97	\$30,333.52
Año 6	\$26,328.75	\$6,744.11	\$33,072.86
Año 7	\$28,991.51	\$7,081.32	\$36,072.82
Año 8	\$31,923.56	\$7,435.39	\$39,358.95
Año 9	\$35,152.15	\$7,807.15	\$42,959.31
Año 10	\$38,707.26	\$8,197.51	\$46,904.78

Fuente: elaboración propia

## 6.6 Pronóstico de costos operacionales

En esta sección especificamos todo lo que nos representa un gasto para la operación en el centro de alojamiento.

**Gastos fijos.**- en ellos se detalla actividades empresariales que son imprescindible para el centro de alojamiento y que no puede pasar por alto o prescindir por un periodo de tiempo.

**Gastos variables.**- aunque son también imprescindibles su consumo o utilización puede variar según la demanda que se requiera de ellos y en alguno de los casos depende también de su fecha de caducidad.

**Tabla XVIII: Proyección de Egresos**

Periodos	Costos Fijos	Costos Variables
<b>Año 1</b>	\$21,646.81	\$1,145.00
<b>Año 2</b>	\$21,811.71	\$1,179.35
<b>Año 3</b>	\$21,989.71	\$1,214.73
<b>Año 4</b>	\$22,099.28	\$1,251.17
<b>Año 5</b>	\$22,231.78	\$1,288.71
<b>Año 6</b>	\$22,446.82	\$1,327.37
<b>Año 7</b>	\$22,676.46	\$1,367.19
<b>Año 8</b>	\$22,921.14	\$1,408.21
<b>Año 9</b>	\$23,181.31	\$1,450.45
<b>Año 10</b>	\$23,457.43	\$1,493.97

Fuente: elaboración propia

**Tabla XIX: Depreciación de Activos**

Vida Útil	% depreciable deducible	Valor Depreciable
3	33.33%	\$ 696.13
5	20%	\$ 148.78
10	10%	\$ 702.45
20	5%	\$ 465.15
<b>Tota Depreciable</b>		<b>\$ 2012.52</b>

Fuente: elaboración propia

## 6.7 Análisis de la posición financiera esperada

Se evidencia que en el primer año de operación, del centro de alojamiento, hay pérdidas lo que significa que nuestros gastos son mayores debido a la poca afluencia de huéspedes relacionados también a la estacionalidad. Se trabajaría entre 150 y 200 días al año.

**Tabla XX: P&G**

Periodos	Ingresos	Egresos	Impuestos	Utilidad Neta
<b>Año 1</b>	\$21,302.80	\$22,791.81	0	-\$1,489.01
<b>Año 2</b>	\$23,457.26	\$22,991.06	\$169.00	\$297.20
<b>Año 3</b>	\$25,545.89	\$23,204.44	\$848.78	\$1,492.68
<b>Año 4</b>	\$27,831.57	\$23,350.45	\$1,624.40	\$2,856.71
<b>Año 5</b>	\$30,333.52	\$23,520.49	\$2,469.72	\$4,343.31
<b>Año 6</b>	\$33,072.86	\$23,774.19	\$3,370.77	\$5,927.90
<b>Año 7</b>	\$36,072.82	\$24,043.65	\$4,360.57	\$7,668.60
<b>Año 8</b>	\$39,358.95	\$24,329.35	\$5,448.23	\$9,581.37
<b>Año 9</b>	\$42,959.31	\$24,631.76	\$6,643.73	\$11,683.81
<b>Año 10</b>	\$46,904.78	\$24,951.40	\$7,958.10	\$13,995.28

Fuente: elaboración propia

## 6.8 Flujo de caja

En esta sección se encuentra los flujos de dinero como la utilidad neta, la inversión inicial, depreciación y el saldo de caja. El flujo de caja nos permite saber el dinero con el que contamos luego de los pagos de deudas pendientes: tanto a la empresa como al estado. Esto nos permite tomar decisiones que beneficien a la empresa, hacer reinversión, realizar ampliaciones o mantenerlo en la banca para generar interés.

**Tabla XXI: Flujo de Caja**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		-\$1,489.01	\$297.20	\$1,492.68	\$2,856.71	\$4,343.31
Inversión I.	\$35,275.51					
Reinversión						
Depreciación		\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52
Saldo de Caja	-\$35,275.51	\$523.51	\$2,309.72	\$3,505.20	\$4,869.23	\$6,355.83
DETALLE		AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Utilidad Neta		\$5,927.90	\$7,668.60	\$9,581.37	\$11,683.81	\$13,995.28
Inversión I.						
Reinversión						
Depreciación		\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52
Saldo de Caja		\$7,940.42	\$9,681.12	\$11,593.89	\$13,696.33	\$16,007.80

Fuente: elaboración propia



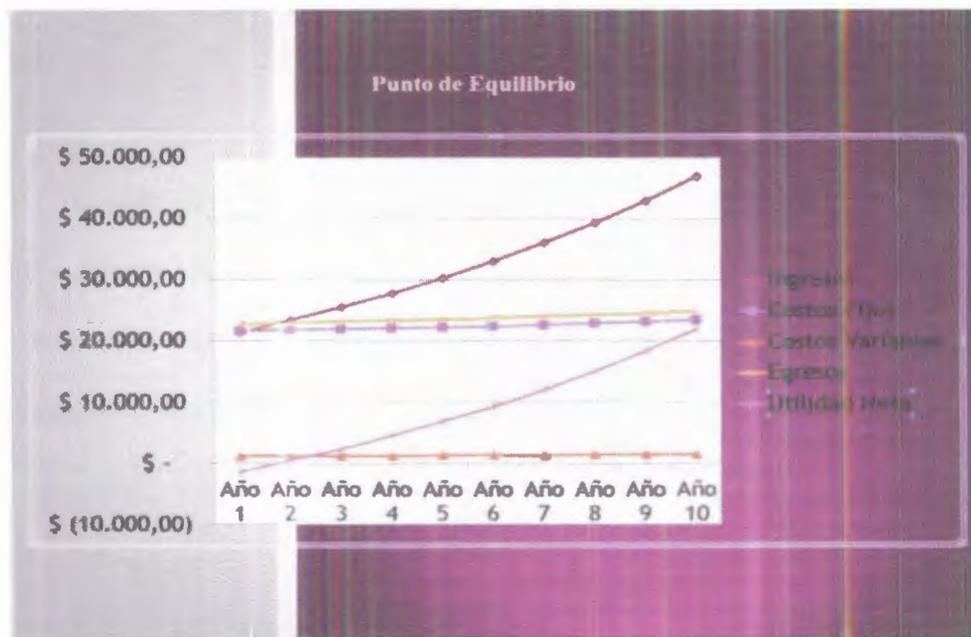
LACTUR - BIBLIOTECA

## 6.9 Ratios financieros

### Punto de equilibrio

Según nuestro proyecto llegamos a tener rentabilidad en la empresa cuando alcanzamos ingresos de \$22.000. En el ejercicio esa cantidad la obtenemos a partir del año dos, en donde parte de nuestras deudas han sido saldadas.

Ilustración 18: Gráfico Estadístico



## TIR Y VAN

### **TIR**

La TIR o Tasa Interna de Retorno tiene una rentabilidad, en el proyecto, del 12% lo que indica que el dinero que se proyecta a recuperar es mayor al que se invirtió en un inicio.

### **VAN**

El valor actual neto nos permite medir los flujos de nuestros ingresos y egresos futuros menos el descuento de la inversión inicial refleja un resultado positivo, demostrando así que el proyecto es viable y que el precio ofertado está por encima de lo que ganaríamos si no se vende habitaciones en un día.

## CONCLUSIONES

La implementación de un centro de alojamiento destinado a brindar hospedaje a estudiantes o investigadores que realicen un turismo científico/educativo, genera un incremento en el desarrollo socio-económico, además de generar plazas de trabajo y mejorar las relaciones entre la comunidad e instituciones de educación superior. Cabe mencionar el importante esfuerzo que realiza el GAD parroquial por convertir a la parroquia en un destino turístico, cultural y de ocio.

Desde el punto de vista empresarial, el proyecto no está destinado a tener una gran rentabilidad, pues su propósito es brindar beneficios económicos a quienes viajan por

incrementar su desarrollo educacional y profesional, por lo que solo se estima que sea autosustentable financieramente.

Para conservar la riqueza ambiental del sitio se vio necesario tomar medidas como la utilización de equipos y sistemas que ahorran energía, consumo de agua y se opta por la implementación de productos biodegradables. Aunque incrementa de alguna manera los costos de edificación y operación, primero está nuestra filosofía de conservación.

Finalmente la ESPOL es quien deberá liderar la implementación del proyecto, sin la colaboración de otros accionistas, pues contribuye al desarrollo de actividades turísticas, educativas para el desarrollo intelectual y profesional a través de pasantías, salidas de campo de sus estudiantes e investigadores.

## RECOMENDACIONES

Obviar todo lo que sea innecesario al momento de la construcción e implementación de mobiliario, de esta manera se disminuye los costos de edificación y operación, pues el objetivo primordial es dar hospedaje a quienes vienen a realizar un turismo científico y/o educativo.

Crear programas de concientización para la comuna, estudiantes e investigadores a fin de que las actividades, que aquí realicen, no repercutan negativamente con el estado del ecosistema existente.

Para una mayor conexión entre los integrantes de las diferentes unidades educativas de la ESPOL y la zona parroquial, debe considerarse la posibilidad de integrar al pensum o

mallá curricular de cada carrera una materia de formación humana no electiva que estimule el conocimiento sobre la riqueza cultural de la zona.

Presentar una propuesta para crear una ruta cultural y arqueológica que incluya al Complejo Real Alto como parte importante del recorrido, de tal manera que este sitio pueda ser conocido a mayor escala.

Fomentar la vinculación con demás instituciones de educación superior que tengan formación en arqueología o cualquier otra rama similar para incrementar el flujo de visitas y pernoctación en el centro de alojamiento así como también en la zona parroquial.

En caso de ver necesario ampliar la capacidad de hospedaje, se recomienda un cambio de mobiliario utilizando camas literas por la simple tipo full que contienen varias habitaciones.

# ANEXOS

## Anexos A: Formato de Encuesta

### I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>Género</b>	Masculino	Femenino	
<b>Edad</b>	18 - 25 años	36 – 45 años	
	26 – 35 años	46 - 55 años	
<b>Procedencia</b>	Nacional	Extranjera	
<b>Nivel Académico</b>	Primer Año	Segundo año	
	Tercer Año	Cuarto año	
	Titulado		
<b>¿Cuál es su papel dentro de la unidad académica?</b>	Estudiante	Programa Prometeo	
	Docente	Otros	
<b>¿Conoce usted la comuna Real Alto (Chanduy - Santa Elena)? Si su respuesta es “No” vaya a la segunda hoja</b>	Si	No	
<b>Cuando visita Real Alto su estadía en el lugar es de:</b>	De paso	2 noches	
	1 noche	Otros	
<b>¿Dónde se hospeda Ud. durante su estancia? (Si su respuesta anterior fue “De Paso” no responder esta pregunta)</b>	Hotel	No se hospeda	
	Hostal/Pensión	Otros	
	Casa de familiar/amigo		
<b>¿Cuál es su motivación para visitar la comuna Real Alto?</b>	Investigación	Negocios	
	Vacaciones	Visita a Familiares	
	Feridos	Gatronomía	
	Turismo / Ocio	Otros	
<b>¿Con quién visita Ud. Real Alto?</b>	Solo	Familia y amigos	
	Con Pareja	Otros	
<b>¿Por qué medio se enteró Ud. de Real Alto?</b>	Revistas/Periódicos	Familia/Amigos	
	Televisión	Agencia de Viaje	
	Radio	Universidad	
	Redes Sociales	Otros	

**2. ASPECTOS RELACIONADOS CON EL CENTRO DE ALOJAMIENTO**

**¿Qué servicios espera Ud. encontrar?**

Alimentos y Bebidas	Facilidades para Discapacitados	
Acceso a Internet	Botiquín Médico	
Parqueo	Centro de Estudios	
Lavandería	Otros	
Business Center		

**¿Conoce de algún Centro de Alojamiento que brinde apoyo en el hospedaje a sus estudiantes y/catedrático?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**Mencione cuál/cuáles**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**¿Está Ud. de acuerdo con la creación de un centro de alojamiento que supla las necesidades de los estudiantes o docentes que realicen investigación?**

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

**¿Cuánto Ud. elige un hospedaje cuáles son los aspectos que evalúa?**

Precio	Gastronomía	
Calidad en el Servicio	Otros	
Cercanía con otros atractivos		

**¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a pagar en hospedaje por noche?**

\$ 10 - 15	\$ 26 - 30	
\$ 16 - 20	De \$31 en adelante	
\$ 21 - 25	Otros	

**¿Con qué frecuencia su unidad académica realiza trabajos de investigación en el perfil costero?**

1 vez por semestre	3 o más por semestre	
2 veces por semestre	Nunca	

**Anexos B: Formato Entrevista CCRA**  
**COMPLEJO CULTURAL REAL ALTO**

**Nombre:**.....

**Cargo:**.....

- 1. Mencionó que los de Agronomía hacían prácticas en el huerto que tenían  
¿Actualmente lo siguen haciendo o no?**
- 2. ¿Estaría interesado en que readecuemos la infraestructura ya existente o  
prefiere una nueva infraestructura muy aparte del que existe?**
- 3. ¿Aproximadamente cuántos estudiantes vienen a investigar?**
- 4. ¿Cómo obtuvieron los terrenos del Complejo Cultural Real Alto?**
- 5. ¿Para hospedarse aquí realizan algún pago los estudiantes y/o investigadores?**
- 6. En un caso hipotético de que una entidad privada desee construir un centro de  
Alojamiento dentro del complejo ¿Cuáles serían los pasos seguir para la  
creación del proyecto?**
- 7. Concerniente al proyecto ¿Qué área podríamos utilizar para la realización del  
proyecto?**

8. ¿Qué tan necesario es para los estudiantes de investigación contar con área de estudios equipada (Equipos de `Cómputo) donde puedan trabajar con tranquilidad dentro del centro de hospedaje?

9. Actualmente ¿Cuánto es aproximadamente la demanda de estudiantes y/o profesionales que hacen investigación dentro de Real Alto?

10. ¿Cuántos estudiantes están viendo la maestría de arqueología?

11. ¿Cuándo empezarían las nuevas maestrías?

## **Anexos C: Formato Entrevista - Decanos**

**Nombre:**.....

**Cargo:**.....

- 1. El Complejo Cultural Real Alto es un espacio dedicado a la investigación arqueológica y que también cuenta con un museo que muestra las formas de vida y tradiciones de las primeras culturas que se asentaron en la península. ¿Realiza la facultad algún tipo de investigación, de cualquier índole, en este complejo?**
- 2. ¿Qué carreras podrían a realizar prácticas en la parroquia como tal?**
- 3. ¿Entonces si ponemos énfasis en las prácticas solo Agropecuaria sería la población que estaría interesada en ir?**
- 4. ¿De las dos carreras que menciono más o menos cuál sería el número de estudiantes que estudian actualmente?**
- 5. ¿Desde qué semestre consideran a los estudiantes para hacer prácticas?**

## **Anexos D: Formato Entrevista - GAD Parroquial**

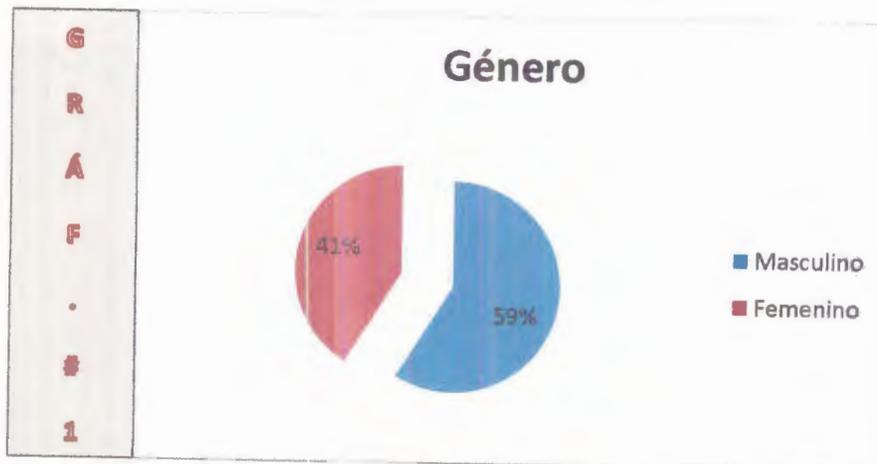
**A:**.....

**Cargo:**.....

- 1. ¿Existe turismo en la parroquia de Chanduy?**
- 2. ¿Cuentan con algún registro de turistas que llegan a la parroquia?**
- 3. ¿Cuáles son los meses en los cuales hay una mayor visita de turistas a la zona?**
- 4. Se han llevado acabo cursos de capacitación. ¿Cuáles han sido y en qué áreas?**
- 5. ¿Cómo parroquia se muestran interesados en el turismo?**
- 6. ¿La parroquia posee algún Plan de Turismo?**
- 7. ¿Han existido iniciativas de centros de alojamientos en el lugar? ¿Cuál ha sido la apertura con ellos?**
- 8. ¿La parroquia de Chanduy cuenta con infraestructura hotelera?**
- 9. ¿Cuál o cuáles son los procesos que se deben seguir si se desea hacer la compra de un terreno con fines de negocio dentro de la parroquia?**
- 10. ¿Las comunidades se sienten interesadas en proyectos turísticos?**
- 11. ¿Actualmente trabajan en la promoción del destino?**
- 12. ¿Qué problemas afectan a la Parroquia Chanduy?**
- 13. En el Ámbito Socioeconómico ¿Ha recibo apoyo de entidades gubernamentales, privadas para el desarrollo de las actividades económicas?**
- 14. ¿Cuáles son los atractivos de la parroquia?**

## Anexos E: Interpretación de los Resultados - Encuesta

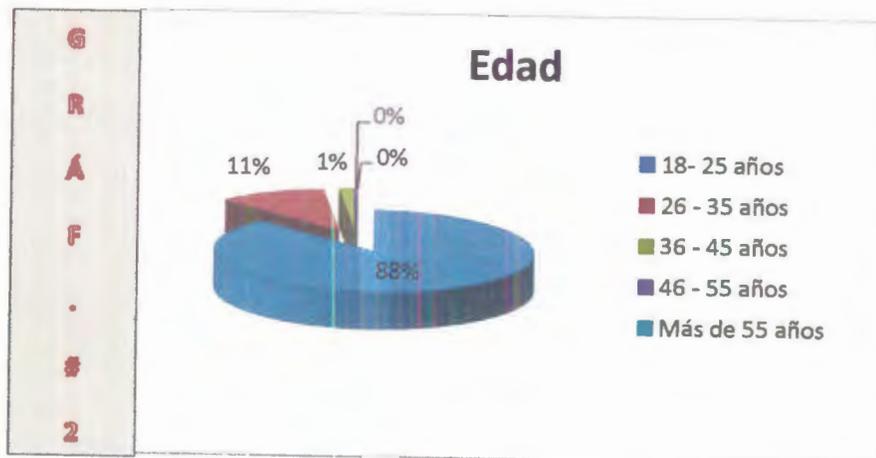
### 1. ¿Cuál es su género?



Fuente: elaboración propia

En la identificación del género de los encuestados se obtuvo que el 59% que representa a 221 participantes son hombres y el 41% restante (158) son mujeres, indica que los hombres se mostraron más interesados en la propuesta.

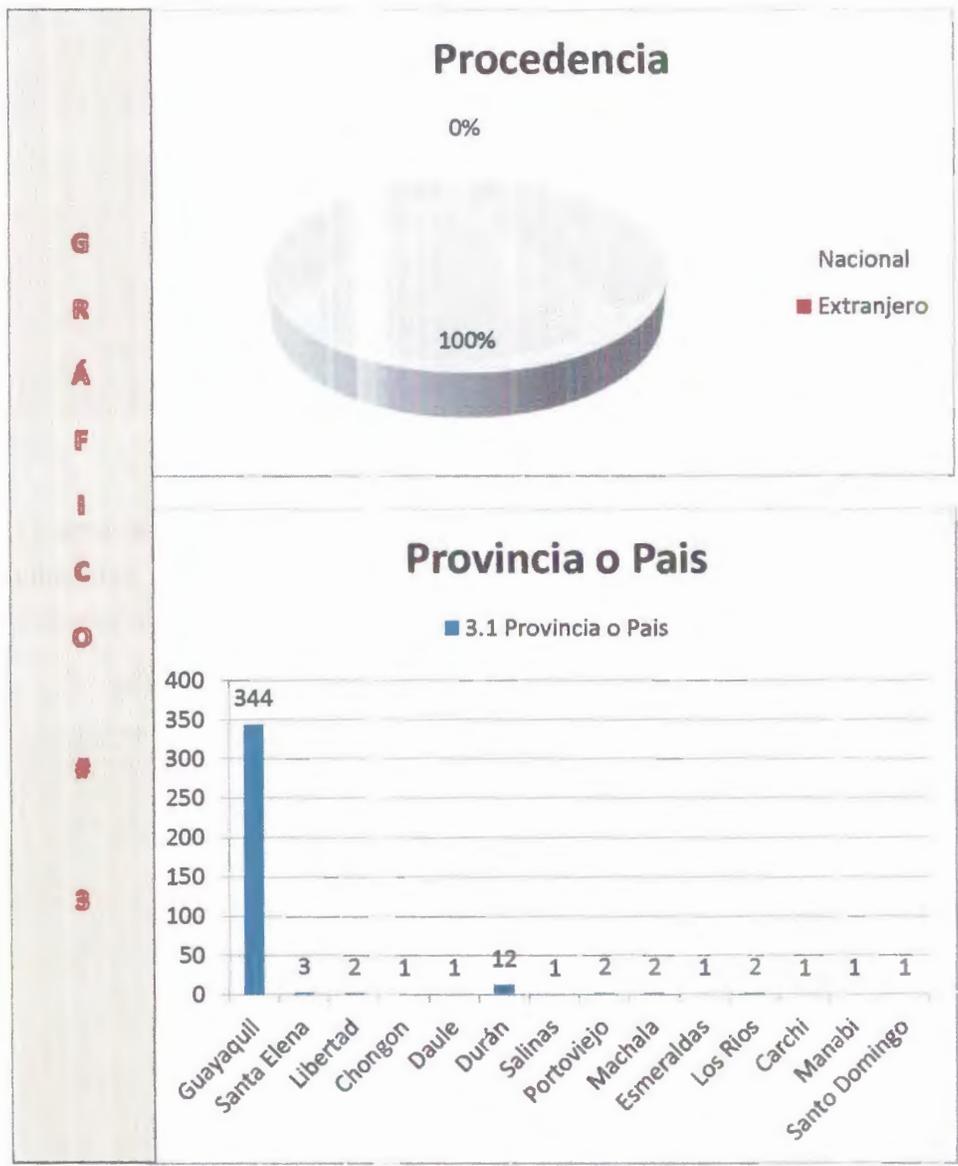
### 2. ¿Cuál es su edad?



Fuente: elaboración propia

El 88% de los encuestados están en el rango de 18 – 25 años, representa que 329 personas son estudiantes jóvenes que gustan de viajar y conocer nuevos lugares, el 11% (41 encuestados) están entre los 26 – 35 años.

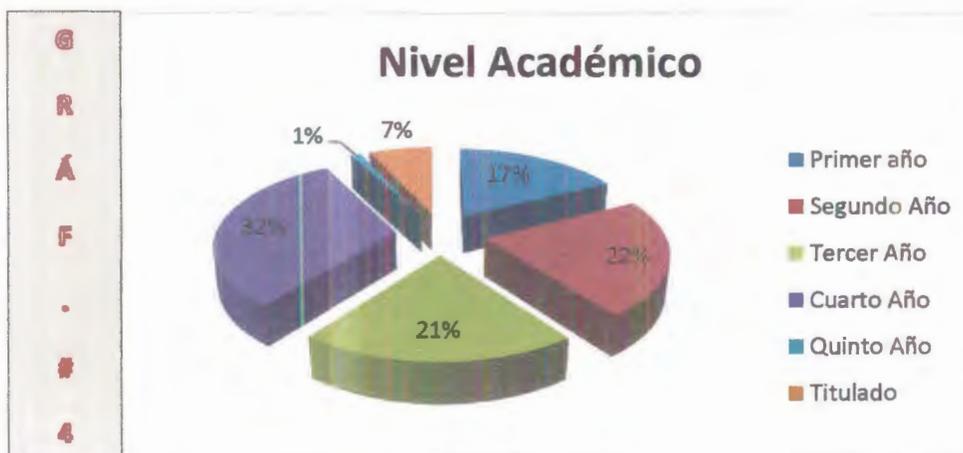
3. ¿Cuál es su procedencia? Detalle provincia o país en caso de ser extranjero.



Fuente: elaboración propia

El 100% de los participantes fueron nacionales, el 91% de los encuestados nacieron o viven en la ciudad de Guayaquil, el 3% del cantón Durán y el resto proveniente de la costa o serranía ecuatoriana.

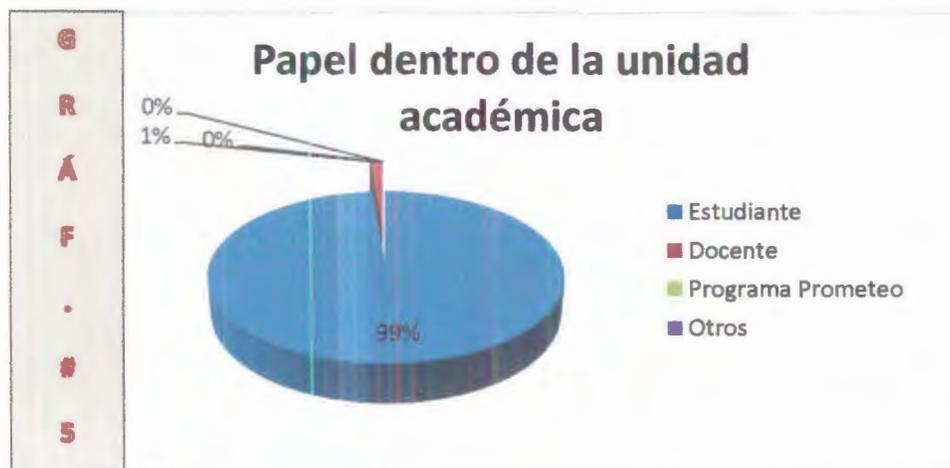
4. ¿Cuál es nivel académico de los estudiantes o docentes de la universidad?



Fuente: elaboración propia

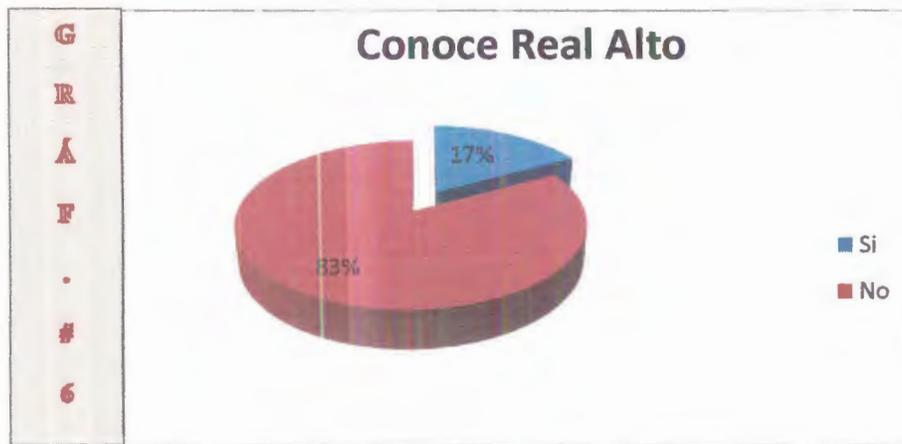
El 32% de los encuestados están cursando el cuarto año de carrera en la institución educativa, el 21% y 22% entre el primer y segundo año respectivamente y quienes se encuentran interesados en realizar pasantías.

5. ¿Cuál es su papel dentro de la Unidad académica?



El 99% de la participación en la encuesta fue por parte del estudiantado de la universidad, también participaron profesores en un 1%, y aunque se planteó encuestar a los del programa Prometeo, no se pudo encontrar a ninguno en los días y lugares establecidos para encuestar.

6. ¿Conoce usted el Complejo Cultural Real Alto (Chanduy – Santa Elena)?



Fuente: elaboración propia

El 83% de los encuestados aseguran no conocer el complejo o la parroquia en donde se encuentra situado el Complejo, el 17% restante aseguraron conocerlo por motivos de estudio o porque tienen algún familiar que vive dentro de la parroquia.

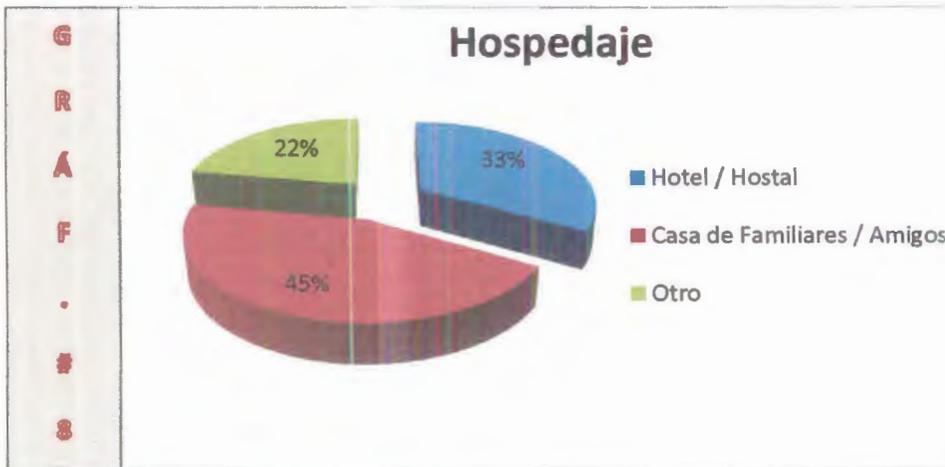
7. ¿Cuál es su tiempo de estadía en el Complejo o Parroquia?



Fuente: elaboración propia

El resultado dio a conocer que la mayoría de los participantes en la encuesta que conocían el complejo aseguró que pasaban por el complejo hacían la visita e iban a disfrutar de los atractivos de la zona sin embargo no pernoctaban en el lugar, el 10% de los encuestados pasan una noche en el lugar por estudios o negocios.

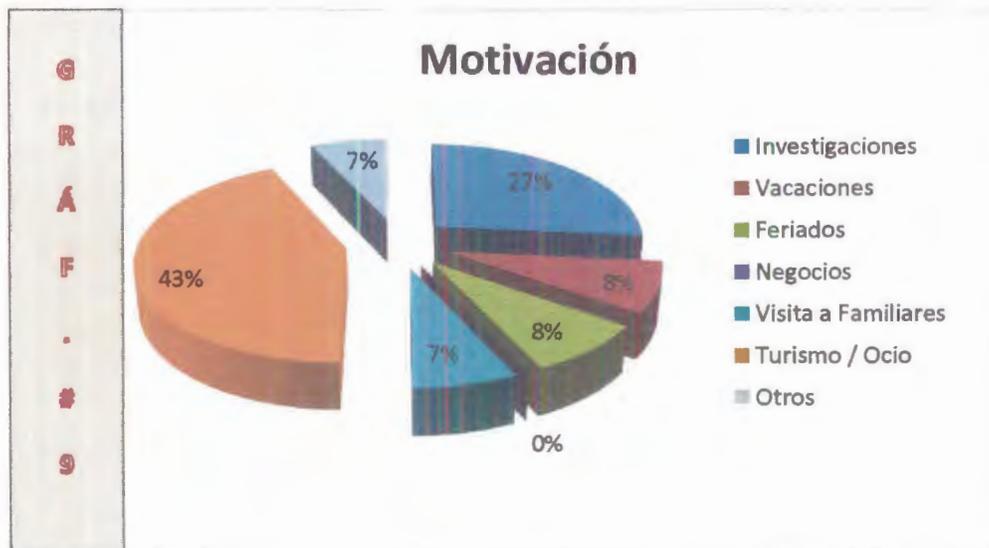
8. ¿Dónde se hospeda usted durante su estancia?



Fuente: elaboración propia

Del resultado de la pregunta anterior sabemos que el 45% se hospedan con familiares o amigos pues viven en la parroquia. El 33% en hostales y el 22% a través de camping.

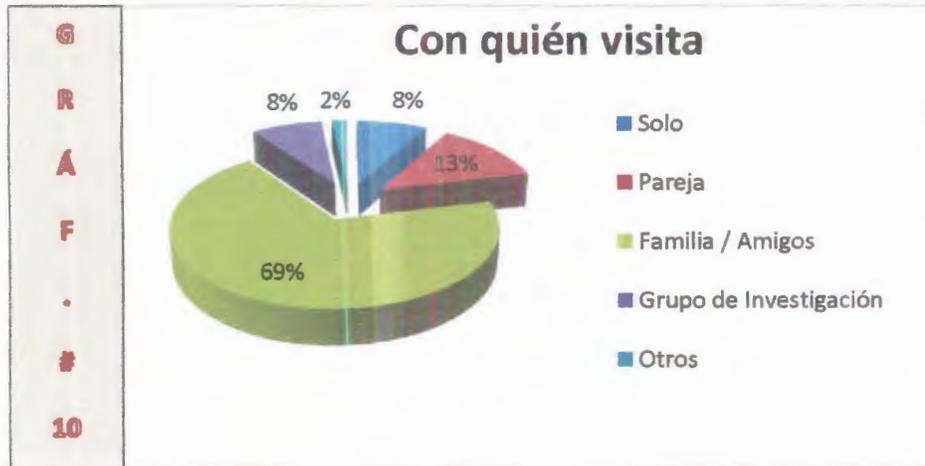
9. ¿Cuál es su motivación para visitar el Complejo o Parroquia?



Fuente: elaboración propia

Del porcentaje que conoce la parroquia ya sean porque viven familiares/amigos o lo conocieron a través de la universidad, respondieron que realizaban turismo al visitar la zona y un 27% lo realizan por investigación o trabajos de campos a realizar en el sector.

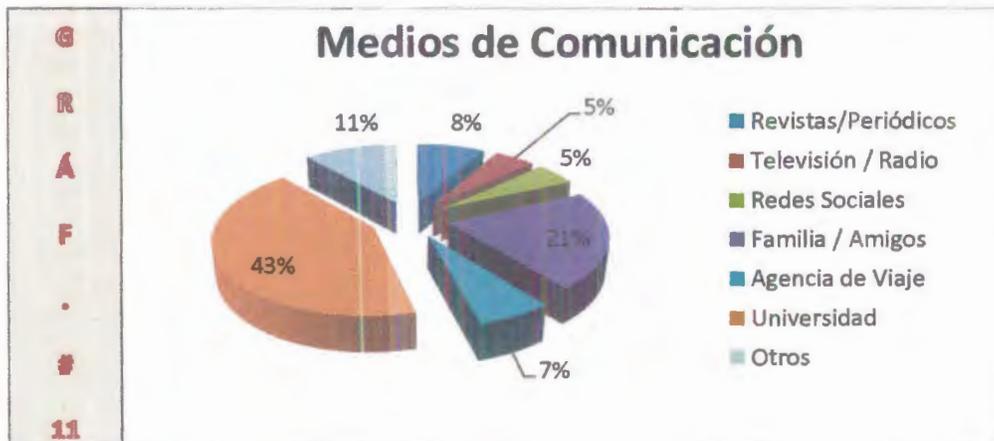
### 10. ¿Con quién viaja al momento de visitar un destino?



Fuente: elaboración propia

Al momento de visitar un destino nuestros encuestados lo realiza mayormente en compañía de sus familias/amigos, un 13% lo realiza en pareja y 8% con grupo de investigación o lo realiza solo, este porcentaje más pequeño es debido a las investigaciones que realizan en el sitio.

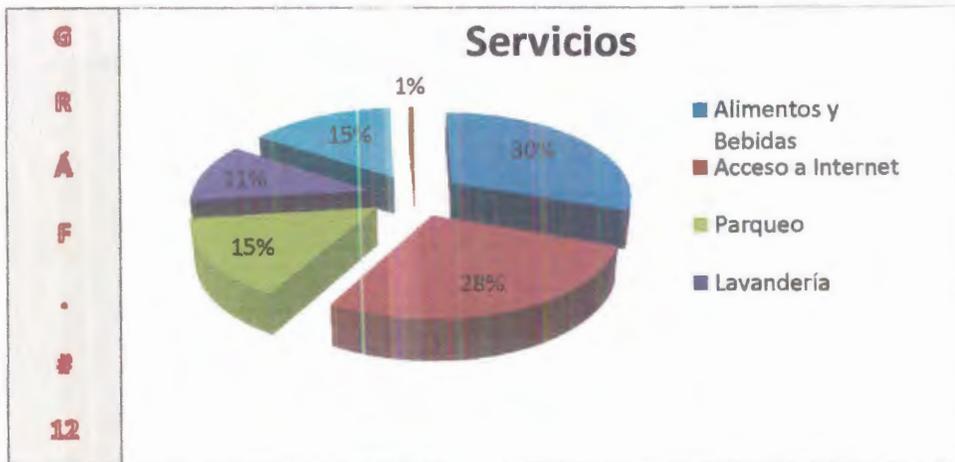
### 11. ¿Por qué medio se enteró usted de Real Alto o la Parroquia Chanduy



Fuente: elaboración propia

El 43% de los que conocen la zona o el complejo se han enterado de su existencia por medio de la universidad y el 21% a través de familiares/amigos pues habitan en la zona, el resto por medio de revistas, televisión o redes sociales. También hubo un porcentaje que se enteraron por otros medios pero no especificaron cuales eran.

**12. ¿Qué servicios espera usted encontrar en un centro de alojamiento?**



Fuente: elaboración propia

En un centro de alojamiento el servicio que más requieren es el de alimentos y bebidas y acceso ilimitado a internet, quienes pasen más tiempo en lugar desean el servicio de lavandería, y quienes viajan con sus propios vehículos el acceso a parqueo también es necesario.

**13. ¿Conoce otro centro de alojamiento que brinde apoyo en el hospedaje a sus estudiantes/catedrático?**



Fuente: elaboración propia

El 96% de los encuestados no conoce de algún centro de alojamiento que brinde apoyo logístico en sus investigaciones. El 4% restante referenciaron al CENAIM como un complejo dedicado a la investigación científica y brinda servicio de alojamiento a sus estudiantes/catedráticos cuando lo solicitan.

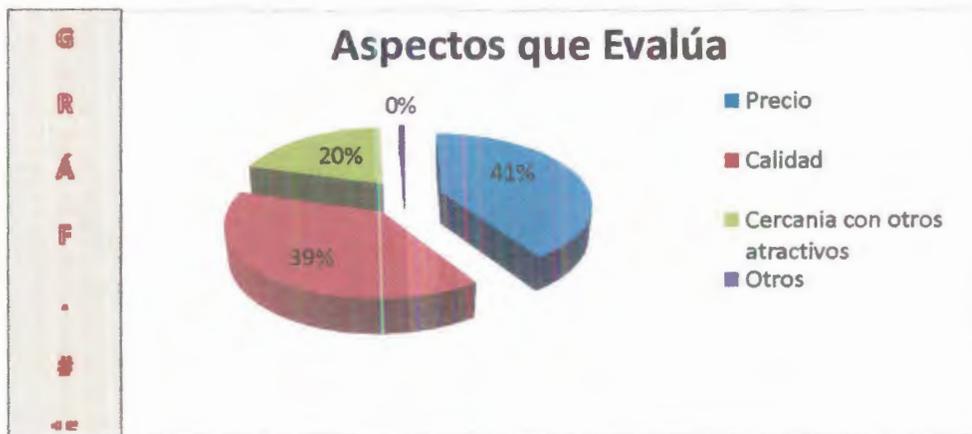
14. ¿Está usted de acuerdo con la creación de un Centro de Alojamiento que supla las necesidades de los estudiantes/docentes que realicen investigación?



Fuente: elaboración propia

El 98% de los encuestados apoyan la creación de un centro de alojamiento para los estudiantes/docentes que necesiten realizar investigación dentro del complejo o en la zona parroquial o comunidades aledañas.

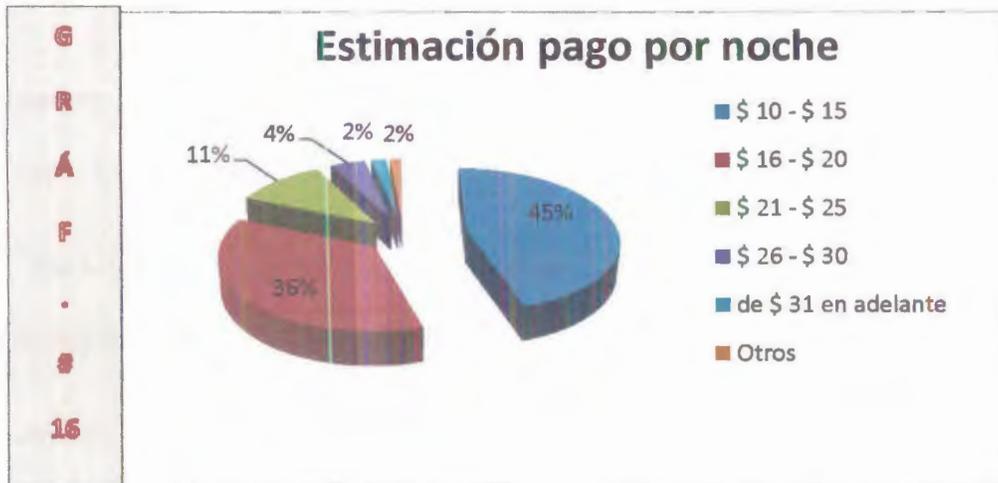
15. ¿Cuándo usted elige un hospedaje que aspectos evalúa?



Fuente: elaboración propia

El precio fue el mayor factor decisivo al momento de escoger un lugar para hospedarse, la calidad está en segundo lugar y si da una vez que se realiza la venta de habitación y sirve un factor que fideliza al huésped.

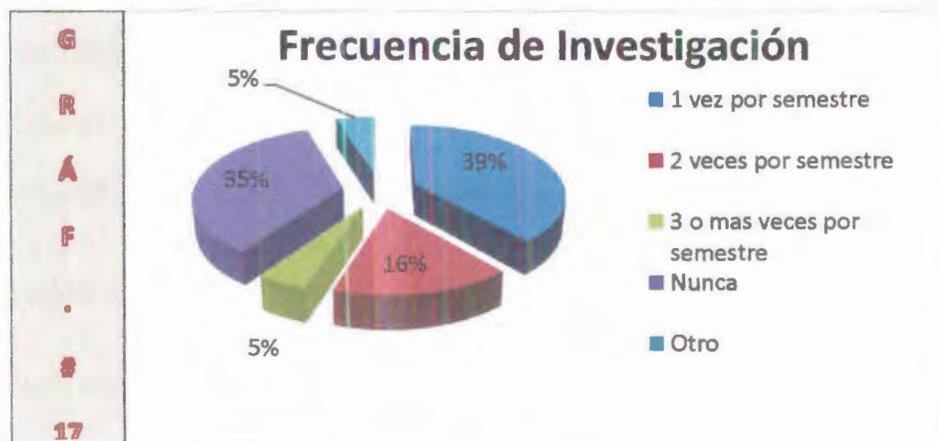
16. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en hospedaje por noche?



Fuente: elaboración propia

El 45% de los estudiantes/docentes están dispuesto a pagar entre 10 – 15 dólares la noche, el otro porcentaje más alto entre 16 a 20 dólares con los servicios de lavandería, el resto podría pagar más pero la calidad tiene que ser excelente.

17. ¿Con qué frecuencia su unidad académica realiza trabajos de investigación en el perfil costero?



Fuente: elaboración propia

Según la recolección de datos la mayoría de las unidades académicas realizan salidas de campo o viajes de investigación 1 vez por semestre, el 16% también acoto que si se viajas dos veces por semestre es debido a que se juntaron dos materias de diferentes niveles en el mismo semestre.

## **Anexos F: Resultado Entrevista - CCRA**

**Nombre:** Dr. Jorge Marcos

**Cargo:** Director de la CONAH y del Complejo Cultural Real Alto

- 1. Mencionó que los de Agronomía hacían prácticas en el huerto que tenían  
¿Actualmente lo siguen haciendo o no?**

Actualmente no, pero se plantea retomar las prácticas para dar vida de nuevo al huerto.

- 2. ¿Estaría interesado en que readecuemos la infraestructura ya existente o prefiere una nueva infraestructura muy aparte del que existe?**

Podrían ser ambas, plantearse una readecuación de la infraestructura existente, pero como demanda la gente que ha estado viniendo a investigar aquí lo que más se hace necesario aquí la utilización de carpas porque han conversado el con el rector y no está interesado en construir otra infraestructura residencial.

- 3. ¿Aproximadamente cuántos estudiantes vienen a investigar?**

Usualmente entre treinta a cuarenta personas cuando se organizan grupos que necesitan venir a realizar excavaciones o investigaciones por el momento de arqueología.

**4. ¿Cómo obtuvieron los terrenos del Complejo Cultural Real Alto?**

Las comunas por consenso decidieron cedieron doce hectáreas a la ESPOL por los años setenta. Y los estudiantes extranjeros pueden venir a través de convenios con la Universidad.

**5. ¿Para hospedarse aquí realizan algún pago los estudiantes y/o investigadores?**

No es que se cobra la estadía, lo que se realiza para mantener el Complejo es como todos participamos todos ponemos un parte, por ejemplo cuando vienen los Rusos, les damos el espacio, trabajamos con ellos, investigamos nosotros y ellos también, al final del análisis, algo paga la Universidad de Rusia, otra parte la ESPOL.

**6. En un caso hipotético de que una entidad privada desee construir un centro de Alojamiento dentro del complejo ¿Cuáles serían los pasos seguir para la creación del proyecto?**

Una entidad privada no podría realizar proyectos dentro del complejo, la ESPOL tendría que realizar la inversión para la realización de la obra.

**7. Concerniente al proyecto ¿Qué área podríamos utilizar para la realización del proyecto?**

La mayoría del terreno cedido es zona arqueológica, para la realización del proyecto el espacio que se podría utilizar es la que en la actualidad esta destina para la bodega provisional o detrás de la casa etnográfica, claro otra de las cosas que podríamos hacer es si el proyecto trae beneficios para la comunidad hablar con ellos para ver si nos ceden otra hectárea de terreno y eso podríamos utilizarlo para la realización de la misma.

**8. ¿Qué tan necesario es para los estudiantes de investigación contar con área de estudios equipada (Equipos de Cómputo) donde puedan trabajar con tranquilidad dentro del centro de hospedaje?**

Para que utilice los investigadores no sería necesario, cada investigador sabe traer su laptop y trabaja en su cama o en alguna otra área del complejo, ellos más bien requieren el acceso a internet que no se ha podido contratar por falta de financiamiento. Ahora un área de cómputo es necesaria cuando pienso en la comuna y dábamos clases a los estudiantes de escuela/colegios, algo que se podría retomar si se cuenta con equipos de cómputo.

**9. Actualmente ¿Cuánto es aproximadamente la demanda de estudiantes y/o profesionales que hacen investigación dentro de Real Alto?**

Como tal no sabría decirte tendríamos que revisar el libro de registro con la que cuenta el Complejo hacer una sumatoria y poder darte el dato, pero si gusta podrían acompañarme y revisar ustedes mismo los registro que tenemos, se tiene información

desde que se inició la actividad como tal, e incluso podrán notar como ha ido bajando y subiendo la demanda.

**10. ¿Cuántos estudiantes están viendo la maestría de arqueología?**

En la primera maestría, la primera corte que terminó hace dos años tuvimos diecinueve alumnos, en la segunda corte que terminó el año pasado y de los cuales están preparando tesis teníamos treinta y un alumnos, de los cuales 8 ya cuentan con maestría.

**11. ¿Cuándo empezarían las nuevas maestrías?**

Eso no lo sabemos, el asunto está en que nos lo tienen que aprobar ya qué está en proceso porque hay que enviarla al CES, me refiero a la Licenciatura en Arqueología que tendría una duración de nueve semestres y la maestría por su parte estaría compuesta de quince módulos de los cuales los que terminen la licenciatura en arqueología pueden seguir su masterado en la misma.

## **Anexos G: Resultados Entrevistas - Decanos**

**Nombre:** Ing. Jorge Duque Rivera

**Cargo:** Decano de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Ciencias de la Producción.

**1. El Complejo Cultural Real Alto es un espacio dedicado a la investigación arqueológica y que también cuenta con un museo que muestra las formas de vida y tradiciones de las primeras culturas que se asentaron en la península. ¿Realiza la facultad algún tipo de investigación, de cualquier índole, en este complejo?**

Que yo sepa no, ahorita, por lo menos no nuestros estudiantes, pero que este escrito en alguna parte que nuestra gente esté haciendo algo en Real Alto, no que yo sepa. La gente que podría estar haciendo algo podría ser Agropecuaria. Así que la respuesta a esta pregunta sería no que yo sepa, y ya es bastante porque generalmente estoy muy bien informado.

**2. ¿Qué carreras podrían a realizar prácticas en la parroquia como tal?**

Agropecuaria podría ir, en especial porque nuestros estudiantes tienen que realizar horas de prácticas con vínculos con la comunidad, especialmente con trabajos comunitarios, ellos podrían ir por la parte de agricultura. Si hubiera equipos allá talvéz estudiantes de otras carreras como mecánica podrían ir.

**3. ¿Entonces si ponemos énfasis en las prácticas solo Agropecuaria sería la población que estaría interesada en ir?**

No, haber Ingeniería Industrial también hace análisis de operación en el sentido si hay problema de logística son cosas que también pueden hacer, pero será cosa de hacerlo una vez y no más. No es algo que se realiza todo el tiempo. A menos que pases a la realización de artesanías o una plantita para reproducir estas figuritas, en todo caso ahí ya hablamos del diseño de una planta. Lo otro es material, por ejemplo de que material van hacer las reproducciones, si se realiza alfarería, bueno entonces necesitan a personas que sepan realizar hornos.

**4. ¿De las dos carreras que menciono más o menos cuál sería el número de estudiantes que estudian actualmente?**

Agropecuaria ha de tener alrededor de unos 120 estudiantes, Ing. Industrial 400, pero no creo que ese sea el número que le interese, porque talvéz el 2 % de esos estudiantes estarían interesados en ir para allá.

**Nombre:** Ing. Paola Romero

**Cargo:** Sub-decana de la Facultad de Ingeniería en Ciencias de la Tierra.

**1. De las carreras que se imparten en la FICT ¿considera usted que alguna(as) de esta(s) se involucra con el complejo cultural o con la zona en general?**

Tradicionalmente hemos tenido cuatro carreras, sin embargo ahora van a ser cinco carreras. Dentro de estas estamos hablando de Ingeniería Civil, Ingeniería Petróleo, Ingeniería Geología, Ingeniería Minas y Arqueología. Nosotros ya hemos terminado

con el Dr. Jorge Marcos, que es el coordinador de la carrera, hemos terminado de diseñar la Licenciatura en Arqueología y de enviarla al *Consejo de Educación Superior*. El CES aquí ya paso el proceso de aprobación interno, luego tiene que pasar otro proceso de aprobación para comenzar a aceptar estudiantes de pre-grado a la licenciatura. Vamos a tener esa demanda para la licenciatura en Arqueología pero no solo eso pues nosotros tenemos estudiantes de Geología, todo ese sector de Chanduy y toda la parte arqueológica están muy ligados al tema geológico, también a los riesgos geológicos, etc. También el sector es una zona donde existe un alto potencial hidrogeológico de explotación de aguas subterráneas puesto que todo ese sector se ha abastecido durante años de aguas subterráneas. Desde el punto de vista geológico y arqueológico tiene mucho interés para nosotros. Por otro lado, a nivel de la carrera de Ingeniería Civil estamos planeando un proyecto de vínculos con la Licenciatura en Turismo donde la idea es desarrollar viviendas que estén acordes al entorno y al medio ambiente del sector. Con respecto a la carrera de Ingeniería Civil queremos propiciar que se enrumbe en este tipo de construcciones sostenibles. Ingeniería Civil por un lado, Geología por el tema de riesgos y Arqueología completamente.

**2. ¿Cuál es la cantidad de estudiantes que actualmente cursan Geología e Ingeniería Civil?**

De Ingeniería en Geología tenemos 132, Ingeniería Civil son 500 e Ingeniería en Minas 128. Pueden llegar a tener una apertura de entre 30 y 50 alumnos, esa es mi

proyección. La carrera de Minas y Arqueología la gente siempre la ha cogido muy poco.

**3. ¿En el tema de prácticas en el Complejo Cultural o en la zona en general, también sería un gran aporte para los de esta facultad?**

En el tema de Arqueología lo que queremos es difundir, no solamente a nivel de universidad, sino también a que los colegios visiten Real Alto.

Real Alto es un sitio que tiene una riqueza arqueológica muy importante y que no ha sido explotada turísticamente por el momento, porque nosotros nos dejamos solamente llevar por las grandes edificaciones o las cosas convencionales pero no cosas tan importantes como la arqueología y la parte cultural, puesto que nosotros en la parte cultural somos muy pobres porque cuando hacemos turismo no buscamos sobre estos temas entonces hay que hacerlo atractivo para cualquier tipo de turista ya que cuando lo visitas realmente es un sitio muy acogedor y que tiene muestras muy importantes. Queremos difundir el tema de Arqueología para tratar de atraer más estudiantes a través de Bienestar Estudiantil se trabaja con las ferias de los colegios ¿Para qué? Para que los colegios conozcan y tener más apertura, más estudiantes de arqueología, crear más conciencia y promover que este tipo de turismo cultural se dé. Es un tema de responsabilidad en cuanto a la educación.

**4. ¿Cuántos estudiantes se estima que tendría la carrera de Licenciatura en Arqueología?**



En general las carreras de Geología, Minas son carreras que a nivel mundial tienen pocos estudiantes y eso no significa que tenga que cerrarse, más bien tiene que mantenerse ese tipo de carreras porque si no hay aunque sea cinco arqueólogos, cinco ingenieros en minas pues esto no funcionaria. Son carreras imprescindibles aunque el número de profesionales sea poco y de hecho son muy bien pagados, siempre tienen trabajo y justamente porque son muy pocos.

**5. ¿Desde qué semestre consideran a los estudiantes para hacer prácticas?**

A partir del 300-II en todas las carreras.

## **Anexos H: Resultado Entrevista - GAD Parroquial**

**A:** Miguel Moreira

**Cargo:** Técnico en Administración del Departamento de Planificación – GAD

Parroquial de Chanduy

**1. ¿Existe turismo en la parroquia de Chanduy?**

Muy mínimo.

**2. ¿Cuentan con algún registro de turistas que llegan a la parroquia?**

No existe un registro como tal. Dentro de las instituciones de turismo en la provincia, Chanduy no está tomado en cuenta como un destino turístico. Estamos en una lucha para que puedan incluir a la parroquia como lugar turístico, porque la verdad no estamos.

Alguien alguna vez vino y declaró a la parroquia Chanduy en su totalidad como industrial por las fábricas que hay cerca del puerto. Este año nos hemos propuesto luchar para que Chanduy esté dentro de los archivos de turismo que tienen las instituciones, incluso estamos trabajando actualmente en un plan de desarrollo turístico pero aún no está aprobado.

**3. ¿Cuáles son los meses en los cuales hay una mayor visita de turistas a la zona?**

Exactamente meses no podría decirte, pero sí puedo decir que Carnaval, Semana Santa y Día de los Difuntos son feriados fuertes en los que recibimos gente.

**4. Se han llevado acabo cursos de capacitación. ¿Cuáles han sido y en qué áreas?**

No. Yo soy parte de una Asociación de Jóvenes Emprendedores del Real que por medio de esto nosotros seguimos al respaldo del GAD Parroquial para iniciar un proyecto de ecoturismo y luego nos llegó la oportunidad para hacer una

capacitación como guías nativos pero solos fuimos a la primera fase, quedaron en convocarnos para la segunda fase pero nunca se dio.

Y analizando el tema pensamos que es por este mismo problema de que Chanduy no está considerado como destino turístico y realmente no se ha explotado aquí el turismo y tenemos muchos recursos por explotar.

**5. ¿Cómo parroquia se muestran interesados en el turismo?**

Sí.

**6. ¿La parroquia posee algún Plan de Turismo?**

Si, un Plan de Desarrollo Turístico 2015-2020. Queremos lograr muchas cosas porque aquí no se ha explotado nada. Nos estamos agarrando fuerte de esta asociación de la cual soy parte en El Real. Ya tenemos un producto, un poco de publicidad y estamos trabajando en la promoción por medio de instituciones que esperamos algún momento tener el respaldo.

El proyecto lo hemos entregado a la prefectura, al municipio pero sin respuestas positivas. Apuntamos más por el turismo comunitario y ecoturismo puesto que tenemos montañas, senderos y biodiversidad; no tanto al turismo de sol y playa porque eso se vende solo, ya que las personas que han llegado acá a Chanduy se enteran por conocidos o familiares. No es como estar en Salinas, donde hay mucha gente, los costos están un poco elevados.

Aquí es muy distinto ya que es más tranquilo, cada quien tiene su espacio en la playa pero parecería que la gente lo valora menos que Salinas porque dejan basura

sin tomar las precauciones necesarias. De lo poco que se ha trabajado aún no se logran resultados visibles.

Pretendemos hacer proyectos productivos sostenibles. En el 2020 podría decirte que vamos a explotar EL Real y San Rafael con el proyecto de ecoturismo, Chanduy como sol y playa. Esperamos que la gente cuando llega a la provincia de Santa Elena no solo piense en Montañita, Salinas o Ayangue porque la parte sur de acá está un poco olvidada en lo que respecta a turismo.

**7. ¿Han existido iniciativas de centros de alojamientos en el lugar? ¿Cuál ha sido la apertura con ellos?**

No. Hay una sola persona que vino, tuvo un terreno y lo hizo un hotel, que es el más acondicionado. Luego de ese hay dos más que pueden brindar alojamiento pero no como se quisiera. La oferta hotelera aquí es bajísima.

**8. ¿La parroquia de Chanduy cuenta con infraestructura hotelera?**

La oferta es muy escasa. Actualmente hay tres hoteles que dan el servicio de alojamiento y están en el centro de la parroquia.

**9. ¿Cuál o cuáles son los procesos que se deben seguir si se desea hacer la compra de un terreno con fines de negocio dentro de la parroquia?**

Primero, acercarse al GAD como líder de todas las comunidades, hacer una carta donde diga que desea implementar un proyecto. Luego de hablar con nosotros dirigirse con el presidente comunal porque nosotros no podemos decidir sobre la

directiva comunal. Estamos en un acuerdo y trabajamos de manera articulada. Una vez aprobada las dos cartas realizar una socialización. Primero en la comunidad donde piensa hacer el proyecto y segundo con las autoridades y demás vocales parroquiales.

**10. ¿Las comunidades se sienten interesadas en proyectos turísticos?**

Todos tenemos un límite de conocimiento porque a diario aprendemos. Dentro de las directivas comunales son muy pocas las personas que tienen un conocimiento abierto hacia el tema que están tratando, porque yo también puedo ir a una comunidad y presentar un proyecto en el cual a la comunidad le va a quedar \$20.000 al año.

La comunidad se despierta cuando le hablas de asuntos de dinero, entonces cuando alguien les dice esto convencen a los comuneros. Hay pocos que realmente te piden que les pruebes lo que dices. Si el proyecto es de turismo, este es un buen año para trabajar con ese tipo de proyectos.

**11. ¿Actualmente trabajan en la promoción del destino?**

Actualmente es difícil encontrar información en la web. Lo que pretendo a manera personal es convocar a un concurso fotográfico para recopilar los mejores paisajes que existan dentro de toda la parroquia Chanduy. No es solo la playa, puedes hacer turismo del trabajo minero que realizan en San Rafael, de los trabajos que hacen en las camaroneras, etc. Luego de eso crear una pestaña adjunta a la página oficial del GAD parroquial o un blog donde se aprecie los

atractivos del destino. Actualmente existe una página de Facebook pero que está muy poco trabajada.

**12. ¿Qué problemas afectan a la Parroquia Chanduy?**

El problema ambiental directo es la erosión del perfil costero porque estamos en la segunda línea, la primera se la llevó el mar y en esto también se está trabajando. La contaminación de las fábricas, están tienen chatas que se ubican en la parte trasera de todas las fábricas y el agua sucia la botan al mar y en un momento determinado no se puede ir a la playa porque huele muy mal y porque el agua está muy sucia, aunque las fabricas cuentan con los respectos permisos ambientales, de salud, etc. En su momento contaminaban demasiado pero hay que reconocer que se ha reducido la contaminación.

**13. En el Ámbito Socioeconómico ¿Ha recibo apoyo de entidades gubernamentales, privadas para el desarrollo de las actividades económicas?**

Nosotros como gobierno parroquial hemos sido entidad ejecutora de ciertos proyectos comunitarios. Proyectos avícolas, porcinos en su momento nosotros ejecutamos y financiamos y entregamos el proyecto una vez que puede “caminar solo”. Algunos de estos continúan y otros no.

**14. ¿Cuáles son los atractivos de la parroquia?**

Atractivos turísticas hay muchísimos. Primero, no solo en Salinas pasan las ballenas aquí también en la temporada. Segundo las tortugas, por lo que yo veo

personalmente, siempre las sé ver cuando voy a la playa. Los lobos marinos también saben estar aquí y salen a la orilla.

Tenemos el cerro San Rafael donde puedes ver Salinas con una vista impresionante: practica de ecoturismo en El Real, donde se pueden ver catorce tipos de aves en donde aquí mismo hay un sendero que incluye un paseo en bote que les permite a las personas conocer un poco más la diversidad y la provincia en sí. Otros de los ejes puede ser explotar el trabajo de agricultura, trabajo de los pescadores: por ejemplo, un extranjero viene y ve a la gente lo que hace en el puerto y entonces qué mejor que regalarle esa experiencia dentro de una futura ruta turística.

### **Anexos I: FICHA - Servicio de A&B**

**NOMBRE DEL RESTAURANTE: "CHIVO ERÓTICO"**

**NOMBRE DEL PROPIETARIO:** Edwin Geovanny Lindao

**DIRECCIÓN:** Calle Principal, Parroquia Chanduy

**TELEFONOS:** 2535068

**PLATOS TRADICIONALES:**

- Ceviche de Michulla
- Sopa de Michulla
- Arroz con michulla y maduro asado
- Picante de pescado.
- Sopa marinera
- Arroz con arveja y ensalada de pescado salado.
- Seco de chivo
- Humitas



**Fotos:** autoría propia

## Anexos J: Resultados Financieros - Presupuesto de Inversión

Recurso	Monto	Vida Útil	% depreciación deducible	Valor Deducible	VD / VU	VD - DD
<b>Pre-operación</b>						
Terreno	\$4,095.00					
Permisos de Funcionamiento	\$2,000.00					
Creación de Marca	\$500.00					
Edificio	\$9,792.70	20	5%	\$489.64	\$24.48	\$465.15
Mano de Obra	\$7,020.00					
Decoración	\$1,000.00	3	33.33%	\$333.30	\$111.10	\$222.20
<b>Operación</b>						
Mobiliario de Recepción	\$335.00	5	20%	\$67.00	\$13.40	\$53.60
Mobiliario de Sala	\$890.00	10	10%	\$89.00	\$8.90	\$80.10
Mobiliario de Habitaciones	\$2,308.00	10	10%	\$230.80	\$23.08	\$207.72
Mobiliario de Baño	\$1,105.00	10	10%	\$110.50	\$11.05	\$99.45
Mobiliario de Terraza	\$521.00	5	20%	\$104.20	\$20.84	\$83.36
Mobiliario de Lavandería	\$73.89	5	20%	\$14.78	\$2.96	\$11.82
Equipos Electrónicos	\$3,502.00	10	10%	\$350.20	\$35.02	\$315.18
Menaje	\$2,132.92	3	33.33%	\$710.90	\$236.97	\$473.93
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$35,275.51</b>			<b>\$2,500.32</b>	<b>\$487.79</b>	<b>\$2,012.52</b>

## Anexos K: Resultado Financiero - Amortización

### DATOS GENERALES

**Inversión:** \$ 24,692.86

**Tasa de Interés:** 11%

**Plazo en años:** 10 años

**Periodo de Pago:** 4

**Número de Cuotas:** 40 cuotas

	Períodos	Interés	Pago de Capital	Préstamo Pendiente	Flujo de Préstamo	
	1	\$679.05	\$617.32	\$24,075.54	\$1,296.37	
	2	\$662.08	\$617.32	\$23,458.21	\$1,279.40	
	3	\$645.10	\$617.32	\$22,840.89	\$1,262.42	
<b>Año 1</b>	4	\$628.12	\$617.32	\$22,223.57	\$1,245.45	\$5,083.64
	5	\$611.15	\$617.32	\$21,606.25	\$1,228.47	
	6	\$594.17	\$617.32	\$20,988.93	\$1,211.49	
	7	\$577.20	\$617.32	\$20,371.61	\$1,194.52	
<b>Año 2</b>	8	\$560.22	\$617.32	\$19,754.29	\$1,177.54	\$4,812.02
	9	\$543.24	\$617.32	\$19,136.96	\$1,160.56	
	10	\$526.27	\$617.32	\$18,519.64	\$1,143.59	
	11	\$509.29	\$617.32	\$17,902.32	\$1,126.61	
<b>Año 3</b>	12	\$492.31	\$617.32	\$17,285.00	\$1,109.64	\$4,540.40
	13	\$475.34	\$617.32	\$16,667.68	\$1,092.66	
	14	\$458.36	\$617.32	\$16,050.36	\$1,075.68	
	15	\$441.38	\$617.32	\$15,433.04	\$1,058.71	
<b>Año 4</b>	16	\$424.41	\$617.32	\$14,815.71	\$1,041.73	\$4,268.78

	17	\$407.43	\$617.32	\$14,198.39	\$1,024.75	
	18	\$390.46	\$617.32	\$13,581.07	\$1,007.78	
	19	\$373.48	\$617.32	\$12,963.75	\$990.80	
<b>Año 5</b>	20	\$356.50	\$617.32	\$12,346.43	\$973.82	\$3,997.16
	21	\$339.53	\$617.32	\$11,729.11	\$956.85	
	22	\$322.55	\$617.32	\$11,111.79	\$939.87	
	23	\$305.57	\$617.32	\$10,494.46	\$922.90	
<b>Año 6</b>	24	\$288.60	\$617.32	\$9,877.14	\$905.92	\$3,725.53
	25	\$271.62	\$617.32	\$9,259.82	\$888.94	
	26	\$254.65	\$617.32	\$8,642.50	\$871.97	
	27	\$237.67	\$617.32	\$8,025.18	\$854.99	
<b>Año 7</b>	28	\$220.69	\$617.32	\$7,407.86	\$838.01	\$3,453.91
	29	\$203.72	\$617.32	\$6,790.54	\$821.04	
	30	\$186.74	\$617.32	\$6,173.21	\$804.06	
	31	\$169.76	\$617.32	\$5,555.89	\$787.08	
<b>Año 8</b>	32	\$152.79	\$617.32	\$4,938.57	\$770.11	\$3,182.29
	33	\$135.81	\$617.32	\$4,321.25	\$753.13	
	34	\$118.83	\$617.32	\$3,703.93	\$736.16	
	35	\$101.86	\$617.32	\$3,086.61	\$719.18	
<b>Año 9</b>	36	\$84.88	\$617.32	\$2,469.29	\$702.20	\$2,910.67
	37	\$67.91	\$617.32	\$1,851.96	\$685.23	
	38	\$50.93	\$617.32	\$1,234.64	\$668.25	
	39	\$33.95	\$617.32	\$617.32	\$651.27	
<b>Año 10</b>	40	\$16.98	\$617.32	\$0.00	\$634.30	\$2,639.05

## Anexos L: Resultado Financiero - Pronóstico de Ingreso

		TP		TH		Año 1
Costo por Habitación	Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH	
single	3	\$20.00	\$60.00	152	\$3,040.00	
dobles	4	\$25.00	\$100.00	152	\$3,800.00	
suite	1	\$62.00	\$62.00	152	\$9,424.00	
<b>TOTAL</b>						<b>\$16,264.00</b>
		TP		TH		Año 2
Costo por Habitación	Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH	
single	3	\$20.97	\$62.92	160	\$3,347.45	
dobles	4	\$26.22	\$104.87	160	\$4,184.31	
suite	1	\$65.02	\$65.02	160	\$10,377.10	
<b>TOTAL</b>						<b>\$17,908.86</b>
		TP		TH		Año 3
Costo por Habitación	Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH	
single	3	\$22.00	\$65.99	168	\$3,685.99	
dobles	4	\$27.49	\$109.98	168	\$4,607.49	
suite	1	\$68.19	\$68.19	168	\$11,426.58	
<b>TOTAL</b>						<b>\$19,720.07</b>

Costo por Habitación	TP			TH	Año 4
	Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH
single	3	\$23.07	\$69.20	176	\$4,058.78
dobles	4	\$28.83	\$115.33	176	\$5,073.47
suite	1	\$71.51	\$71.51	176	\$12,582.21
<b>TOTAL</b>					<b>\$21,714.46</b>
Costo por Habitación	TP			TH	Año 5
	Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH
single	3	\$24.19	\$72.57	185	\$4,469.26
dobles	4	\$30.24	\$120.95	185	\$5,586.58
suite	1	\$74.99	\$74.99	185	\$13,854.71
<b>TOTAL</b>					<b>\$23,910.55</b>
Costo por Habitación	TP			TH	Año 6
	Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH
single	3	\$25.37	\$76.10	194	\$4,921.26
dobles	4	\$31.71	\$126.84	194	\$6,151.58
suite	1	\$78.64	\$78.64	194	\$15,255.91
<b>TOTAL</b>					<b>\$26,328.75</b>
Costo por Habitación	TP			TH	Año 7
	Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH
single	3	\$26.60	\$79.81	204	\$5,418.97
dobles	4	\$33.25	\$133.02	204	\$6,773.72
suite	1	\$82.47	\$82.47	204	\$16,798.82

**TOTAL****Costo por Habitación**

single

dobles

suite

**TOTAL****Costo por Habitación**

single

dobles

suite

**TOTAL****Costo por Habitación**

single

dobles

suite

**TOTAL**

					\$28,991.51
		TP	TH		Año 8
Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH	
3	\$27.90	\$83.70	214	\$5,967.02	
4	\$34.87	\$139.50	214	\$7,458.78	
1	\$86.49	\$86.49	214	\$18,497.76	
					<b>\$31,923.56</b>
		TP	TH		Año 9
Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH	
3	\$29.26	\$87.77	225	\$6,570.50	
4	\$36.57	\$146.29	225	\$8,213.12	
1	\$90.70	\$90.70	225	\$20,368.54	
					<b>\$35,152.15</b>
		TH			Año 10
Núm. de hab	Precio por habitación	Total	# de huéspedes	TP * TH	
3	\$30.68	\$92.05	236	\$7,235.00	
4	\$38.35	\$153.41	236	\$9,043.75	
1	\$95.12	\$95.12	236	\$22,428.51	
					<b>\$38,707.26</b>

### Anexos M: Resultado Financiero - Pronóstico de Costos

Costos Fijos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos	\$9,279.56	\$9,557.95	\$9,844.69	\$10,017.61	\$10,318.13	\$10,627.68	\$10,946.51	\$11,274.90	\$11,613.15	\$11,961.54
Seguro Social	\$2,111.09	\$2,174.42	\$2,239.65	\$2,347.36	\$2,347.36	\$2,417.78	\$2,490.32	\$2,565.02	\$2,641.98	\$2,721.23
Agua	\$300.00	\$309.00	\$318.27	\$327.82	\$337.65	\$347.78	\$358.22	\$368.96	\$380.03	\$391.43
Luz	\$500.00	\$515.00	\$530.45	\$546.36	\$562.75	\$579.64	\$597.03	\$614.94	\$633.39	\$652.39
Teléfono e Internet	\$360.00	\$370.80	\$381.92	\$393.38	\$405.18	\$417.34	\$429.86	\$442.75	\$456.04	\$469.72
Pago de Crédito	\$5,083.64	\$4,812.02	\$4,540.40	\$4,268.78	\$3,997.16	\$3,725.53	\$3,453.91	\$3,182.29	\$2,910.67	\$2,639.05
Depreciación	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52	\$2,012.52
Licencias y Permiso	\$2,000.00	\$2,060.00	\$2,121.80	\$2,185.45	\$2,251.02	\$2,318.55	\$2,388.10	\$2,459.75	\$2,533.54	\$2,609.55
<b>Total de Costos Fijos</b>	<b>\$21,646.81</b>	<b>\$21,811.71</b>	<b>\$21,989.71</b>	<b>\$22,099.28</b>	<b>\$22,231.78</b>	<b>\$22,446.82</b>	<b>\$22,676.46</b>	<b>\$22,921.14</b>	<b>\$23,181.31</b>	<b>\$23,457.43</b>
<b>Costos Variables</b>										
Promoción	\$1,124.00	\$505.00	\$520.15	\$535.75	\$551.83	\$568.38	\$585.43	\$603.00	\$621.09	\$639.72
Suministros	\$645.00	\$664.35	\$684.28	\$704.81	\$725.95	\$747.73	\$770.16	\$793.27	\$817.07	\$841.58
<b>Total de Costos Variables</b>	<b>\$1,769.00</b>	<b>\$1,169.35</b>	<b>\$1,204.43</b>	<b>\$1,240.56</b>	<b>\$1,277.78</b>	<b>\$1,316.11</b>	<b>\$1,355.60</b>	<b>\$1,396.27</b>	<b>\$1,438.15</b>	<b>\$1,481.30</b>

## Anexos N: Resultado Financiero - Pérdidas y Ganancias

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ingresos operacionales</b>	\$16,264.00	\$17,908.86	\$19,720.07	\$21,714.46	\$23,910.55	\$26,328.75	\$28,991.51	\$31,923.56	\$35,152.15	\$38,707.26
<b>Otros Ingresos Operacionales</b>	\$5,038.80	\$5,548.40	\$5,825.82	\$6,117.11	\$6,422.97	\$6,744.11	\$7,081.32	\$7,435.39	\$7,807.15	\$8,197.51
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	\$21,302.80	\$23,457.26	\$25,545.89	\$27,831.57	\$30,333.52	\$33,072.86	\$36,072.82	\$39,358.95	\$42,959.31	\$46,904.78
<b>Costos variables</b>	\$1,769.00	\$1,169.35	\$1,204.43	\$1,240.56	\$1,277.78	\$1,316.11	\$1,355.60	\$1,396.27	\$1,438.15	\$1,481.30
<b>Margen de contribución</b>	\$19,533.80	\$22,287.91	\$24,341.46	\$26,591.01	\$29,055.74	\$31,756.75	\$34,717.23	\$37,962.68	\$41,521.15	\$45,423.48
<b>Gastos fijos</b>	\$21,646.81	\$21,811.71	\$21,989.71	\$22,099.28	\$22,231.78	\$22,446.82	\$22,676.46	\$22,921.14	\$23,181.31	\$23,457.43
<b>Beneficio antes de participación de empleados</b>	-\$2,113.01	\$476.20	\$2,351.75	\$4,491.73	\$6,823.96	\$9,309.93	\$12,040.77	\$15,041.54	\$18,339.84	\$21,966.05
<b>Participación de empleados (15%)</b>		\$71.43	\$352.76	\$673.76	\$1,023.59	\$1,396.49	\$1,806.11	\$2,256.23	\$2,750.98	\$3,294.91
<b>Beneficio antes de impuestos o base imponible</b>	-\$2,113.01	\$404.77	\$1,998.99	\$3,817.97	\$5,800.37	\$7,913.44	\$10,234.65	\$12,785.31	\$15,588.87	\$18,671.14
<b>Impuestos (IR 25%)</b>		\$101.19	\$499.75	\$954.49	\$1,450.09	\$1,978.36	\$2,558.66	\$3,196.33	\$3,897.22	\$4,667.78
<b>Beneficio después de impuestos o beneficio neto</b>	-\$2,113.01	\$303.58	\$1,499.24	\$2,863.48	\$4,350.27	\$5,935.08	\$7,675.99	\$9,588.98	\$11,691.65	\$14,003.35

## Anexos O: Galería de Fotos - Complejo Cultural Real Alto

Foto # 1



Complejo Cultural Real Alto, Comuna Pechiche, Chanduy.

Foto # 2



Casa Etnográfica, brinda hospedaje a investigadores.

**Foto # 3**



**Casa Etnográfica, instalación de habitaciones.**

**Crédito: Dr. Jorge Marcos**

**Foto # 4**



**Auditorio Guiriquinge, espacio dedicado a impartir charlas con capacidad para 100 personas.**

Foto # 5



Laboratorio Chiriquima, habitación doble de hormigón.

Foto # 6



Bar Cafeteria Chocotorrin, servicio adicional de alimentos y bebidas.

**Foto # 7**



**Visita guiada por el Dr. Jorge Marcos junto a colaboradores del decanato de investigación.**

**Foto # 8**



**Arqueólogos de Rusia, Japón y Ecuador realizando excavaciones en los cimientos.**

## Anexos P: Galería de Fotos - Parroquia Chanduy

Foto #9



Hotel Chanduy y Hosteria La Capitana, actual competencia de alojamiento.

Foto # 10



Hosteria La Capitana, es la oferta estrella de alojamiento en la parroquia.

**Foto # 11**



**Playa de Chanduy, uno de los principales atractivos de la zona.**

**Foto # 12**



**Puerto pesquero de Chanduy, una de las principales actividades que genera ingresos es la pesca.**

## Anexos Q: Galería de Fotos - Levantamiento de Información

Foto # 13



Entrevista al Ing. Eduardo Cervantes, decano de FIMCBOR.



Entrevista a la Msc. Glenda Jácome, coordinadora de pasantías de

Foto # 14



Realización de encuestas en el Campus Prosperina a la comunidad Politécnica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Chila, Fernando. (2012, Junio 4) "Parroquia Chanduy". <http://parroquiaancestralchanduy.blogspot.com/>
- Ecuador, GAD Parroquial Chanduy. 2013. Atractivos Turísticos. Santa Elena: "http://chanduy.gob.ec/index.php/2012-12-20-22-55-35/attractivos-turisticos".
- Ecuador, Complejo Cultural Real Alto. 2011. CCRA Historia. Santa Elena. " <http://www.complejoculturalrealalto.org/>".
- Perrone, A., D. Cajiao y M. Burgos. 2009. Turismo de naturaleza en la zona marino costera del Ecuador continental. Conservación Internacional Ecuador, Ministerio del Ambiente del Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador. Guayaquil, Ecuador.

- Comisión técnica de comunas. (2012, Septiembre 4). *Propuesta de Ley de Comunas*, Quito- Ecuador.
- <http://www.rutasviajeras.com/articulo.php?ID=1631&articulo=Los-valores-turisticos-de-la-Parroquia-Rural-de-Chanduy,-Provincia-de-Santa-Elena>
- Ecuador. Gad Parroquial de Chanduy. (2014). Plan de Gobierno. Santa Elena. Autores Varios. Desde: [http://vototransparente.ec/apps/resultados2014/images/planes\\_trabajo/SANTA%20ELENA/VOCALES%20JUNTAS%20PARROQUIALES/SANTA%20ELENA/CHANDUY/LISTAS%2035/LISTAS%2035.pdf](http://vototransparente.ec/apps/resultados2014/images/planes_trabajo/SANTA%20ELENA/VOCALES%20JUNTAS%20PARROQUIALES/SANTA%20ELENA/CHANDUY/LISTAS%2035/LISTAS%2035.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Chanduy. (2012) *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2016*. Ecuador, Santa Elena: GAD Parroquial.
- Gonzales, H. (2014). "*Plan De Desarrollo Turístico Sostenible Para La Comuna Tugaduaja, Parroquia Chanduy, Cantón Santa Elena, Provincia De Santa Elena*" Tesis Pre-Grado. Santa Elena.
- Ribera, E. (1999, Diciembre 13). "*Los valores turísticos de la Parroquia Rural de Chanduy, Provincia de Santa Elena*".