



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

“PROPUESTA DE CREACION DE UN CENTRO TURISTICO-GASTRONOMICO EN EL CANTON SAMBORONDON”.

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIATURA EN TURISMO

Presentada por:

REYES GUERRA ILIANA DEL ROCIO

BAYAS GARCIA MIRTHA VANESSA

ARCE TROYA ALEX DANIEL

Guayaquil – ECUADOR

2009

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por permitirnos cumplir la meta, y a todas aquellas personas que hicieron posible la realización del presente documento.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por permitirme obtener este logro,
dándome sabiduría y perseverancia durante el camino
A mis amados padres Víctor Reyes e Irma Guerra
por confiar incondicionalmente en mí,
y darme aliento cada vez que lo necesité.
A mi querida abuelita Rafaelita como cariñosamente le digo,
por ser la que me soportó durante toda la etapa universitaria
a mis hermanos Víctor y Leonardo por ser mis grandes amigos,
a mi sobrino bello Isaac que vino a darle
más felicidad a nuestras vidas
no pueden faltar mis incondicionales amigas
con quienes he vivido grandes momentos y
A todos aquellos que han contribuido de alguna manera a la
culminación de esta etapa.

Iliana del Rocío Reyes Guerra *

La realización de esta tesis va dedicada con todo mi corazón a mi padre y amigo que cada día me muestra todo su amor incondicional, Mí papito Dios.

Por enseñarme el camino por el cual debo andar, protegerme de todo daño y enseñarme a tener paciencia, fuerza, fé y esperanza.

Por darme situaciones y personas inesperadas que me han ayudado a madurar para ser mejor persona y hacer de mí una gran mujer.

Por la sabiduría y todas las bendiciones otorgadas.

A mi hermosa familia: Mi papito Efraín, mis hermanas Virginia y Gaby, mis sobrinas Romina y Emilia y a mi bella mamita Rosita que con amor me han apoyado siempre en cada etapa de mi vida.

A mis amigas por su bella y eterna amistad ya que siempre están y estarán en mi corazón.

A mi futuro esposo Robert Lelanz, al cual amo con alevosía por brindarme las alegrías más bellas, por formar parte de mi vida y por hacerme conocer de una manera maravillosa el significado de la palabra amor.

Y a todos aquellos que de una u otra manera forman parte de mi pasado, presente y futuro.

Mirtha Vanessa Bayas García *

A Dios, a mi familia, a mi novia
y a todos mis amigos que me han
acompañado en mi etapa universitaria,
y a mis compañeras de tesis.

Daniel Arce Troya*

TRIBUNAL DE GRADUACION

José Luis Santos Dávila, Ph.D.
PRESIDENTE TRIBUNAL

M.Sc. Jerry Landivar Zambrano
DIRECTOR DE TESIS

Lic. Cecilia Banderas Avilés
MIEMBRO PRINCIPAL

DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a sus autores, y el patrimonio intelectual de la Tesis de grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”.

ILIANA DEL ROCIO REYES GUERRA

MIRTHA VANESSA BAYAS GARCIA

ALEX DANIEL ARCE TROYA

INTRODUCCIÓN

Samborondón, es un cantón lleno de historia, donde sus habitantes son muy trabajadores, amables, con deseo de superación y pujantes, llegando a convertirse hoy en día en uno de los principales cantones de la Provincia del Guayas. Es un lugar lleno de tradición, de heroísmo e historia, este sector fue considerado un lugar estratégico en la Independencia no solo de Guayaquil, sino también de la República.

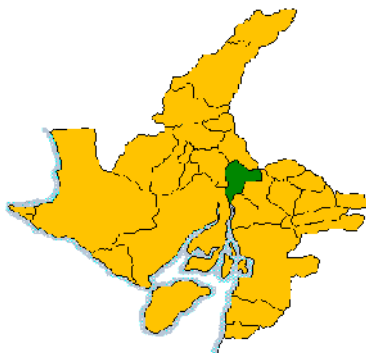
A diferencia de la cabecera cantonal, su parroquia Tarifa y recintos, presentan la otra cara de la moneda en estos sitios encontramos al típico montubio de la costa, gente que trabaja en la agricultura especialmente en el sembrío del arroz, sus casas son humildes pero cuentan con los servicios básicos gracias a esta administración municipal; pero hay que destacar que este sitio es promocionado por sus atractivos turísticos, la belleza de sus ríos, el comercio de los agricultores, la comida típica y muchas cosas que hacen de esta tierra un lugar maravilloso.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Aspectos geográficos

Figura 1. 1
Mapa de la provincia del Guayas



Ubicado en la Provincia del Guayas, es uno de los cantones más importantes de la misma, posee una superficie de 382 kilómetros cuadrados, limitando al norte con el Estero Paula León; al sur con afluencia de los ríos Daule y Babahoyo; al este con el Recinto Bijama, Los Machos, Trapiche y el estero Los Capachos; al oeste con los esteros Caizma y Cebadilla.

Cuenta con una población de 45.476 habitantes aproximadamente (VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado el 25 de noviembre del año 2001), los que están distribuidos a lo largo del cantón. Su división territorial se basa en recintos, parroquias y cabecera cantonal, la cabecera cantonal se llama Samborondón, Tarifa es la parroquia y posee 108 recintos. Además cuenta con el sector denominado “La Puntilla” que en los últimos tiempos se ha desarrollado de una manera acelerada ganando así plusvalía, debido a que posee centros comerciales, unidades educativas de prestigio, lugares turísticos, entre otros.

Clima

Posee dos estaciones: seca y lluviosa, las que duran aproximadamente 8 y 4 meses respectivamente. Su temperatura es templada y oscila entre los 30 a 32 grados en época lluviosa y de 22 a 25 grados en época seca.

1.2 Antecedentes históricos

1.2.1 Origen

Este cantón posee muchas historias y leyendas que relatan el origen del nombre Samborondón, con el cual se ha dado a conocer a través del tiempo.

Figura 1. 2
Bartolomé, el Sambo-Rendón



Elaboración: Autores

Entre las leyendas que existen la más aceptada es la de Fermín de Asiain, quien fue uno de los primeros colonizadores de Samborondón. Cuando él se instaló en estas tierras, además de su familia, don Fermín llegó con su criado africano que se llamaba Bartolomé Rendón, que debido a su descendencia negra era el único habitante con cabello sambo, de tal manera todos los apodaban el Sambo Rendón, de ahí el origen de Samborondón. Esta leyenda es según la mayoría de los historiadores, el origen del nombre de este lugar,

debido a que la gente llegó a identificar esta zona con el apellido de la única persona de color que existía en este entonces.

1.2.2 Fundación

Fue fundado el 24 de mayo de 1776, cuando los pobladores de Samborondón, constituían ya un número importante de habitantes; y habían alcanzado un notorio desarrollo material por el incremento en la construcción de viviendas, que era evidente por la expansión de su superficie poblada; y también por el aumento de la actividad comercial y agrícola, se vieron en la necesidad de luchar por su fundación para figurar en la provincia.

Con este fin las personas más influyentes de la comunidad se reunieron y enviaron una solicitud al cabildo de Guayaquil, pidiendo se funde el pueblo de Samborondón.

Esta solicitud llegó al Cabildo y el expediente fue conocido en la sesión del 19 de diciembre de 1775. A continuación se transcribe una parte de esta acta: ¹

“En la ciudad de Santiago de Guayaquil, en diez y nueve días del mes de diciembre de mil setecientos setenta y cinco años, los señores del Muy Ilustre Cabildo, Justicia y Regimiento, a saber: don Francisco de

¹ Municipio de Samborondón, página web, <http://www.samborondon.gov.ec>

Ugarte, Coronel de los Reales Ejércitos, Gobernador y Comandante General de esta ciudad y su provincia; Dr. Ignacio de Arteta. Alcalde Ordinario; don Baltasar de Avilés, Depositario General; don Francisco Trejo, Procurador General; y el Lcdo. José Lisson, Abogado de la Real Audiencia de Quito y Asesor del Cabildo, estando junto y congregados en la sala de Ayuntamiento, se trató lo siguiente: “Un expediente sobre que se funde pueblo en Samborondón y habiéndose pedido informes por el señor Procurador General, así se mando”. “Inmediatamente se dio el trámite pertinente a esta solicitud y, en sesión de 23 de diciembre del mismo año (1775), se conoce el informe solicitado: En este Cabildo se dio el informe pedido por el señor Procurador General, sobre que se llevase adelante la población del paraje de Samborondón”.

PARTE DEL ACTA DEL 24 DE MAYO de 1776

“En la ciudad de Santiago de Guayaquil, en veinte y cuatro días del mes de Mayo de mil setecientos setenta y seis años, los señores del Muy Ilustre Cabildo, Justicia y Regimiento, a saber: Dr. José Gabriel de Icaza, Teniente Gobernador y Auditor de Guerra, don Marino Crespo y don Miguel Saldaña, Registradores; y don Francisco Trejo, Procurador General, estando juntos y congregados en la sala de su ayuntamiento, se trató lo siguiente”

“En este cabildo represento el señor Gobernador General, las diligencias actuadas a favor de la población de Samborondón y el recurso que con ellos dirigió a su excelencia, pidiendo se diese noticia de ellas al señor Gobernador para que promueva este asunto con noticia a aquellos naturales. Y para ello se mandó pasasen los documentos con el oficio correspondiente al Gobierno”.

Una vez concluida la mencionada acta se firmó dicho documento, mismo que fue tomado del volumen No. 20 del Archivo histórico de los años 1776 – 1777, editado en 1912.

De esta forma se hizo realidad el anhelo de los samborondeños de aquella época, al haber sido nombrados oficialmente como pueblo el 24 de mayo de 1776, por el Cabildo Colonial de Guayaquil; constituyéndose esta fecha como la primera que se estableció en los acontecimientos históricos de Samborondón.

1.2.3 Independencia

El 10 de octubre de 1820, Samborondón, luego que la Perla del Pacífico, proclamó su Independencia. Adhiriéndose a Guayaquil, siendo este el primer pueblo en independizarse

Por su situación geográfica, Samborondón fue considerado sitio estratégico clave en las guerras libertadoras por el General Antonio José de Sucre. Fue aquí donde el Libertador planificó y preparó algunas de las principales estrategias de combate. En Buijo, instaló su cuartel general, desde donde organizó el desalojo de las tropas peruanas que estaban en Guayaquil.

Como Parroquia eclesiástica de Santa Ana de Samborondón, se erigió el 17 de Noviembre de 1786,

1.2.4 Cantonización

Fue cantonizado 2 veces, la primera vez el 28 de julio de 1822 pero debido a las luchas políticas que atravesaba el país en esa época, cuando Guayaquil fue incorporado a la Gran Colombia, este pueblo entró a formar también parte anexa, en el año de 1830, Samborondón pierde su categoría de cantón.

Se cantoniza por segunda vez y en forma definitiva, el 31 de octubre de 1955, durante la tercera administración del Dr. José María Velasco Ibarra. Después de esto el cantón tiene su primer presidente del Concejo el señor Miguel Yúnez Zagía, el mismo que deja asentadas las bases sólidas para el desarrollo de este progresista cantón.

Recinto Buijo

El Recinto Buijo forma parte importante de la historia de Samborondón, tiene a su haber algunos acontecimientos históricos entre los que se destaca la época de la Independencia, cuyos principales protagonistas fueron el Libertador Simón Bolívar y el Mariscal Antonio José de Sucre, los que marcaron gran parte de la historia del Ecuador.

Este Recinto albergó en sus tierras por treinta y cuatro días al libertador Simón Bolívar, a causa de su última campaña militar. Pero debido a los problemas de salud que lo agobiaban tuvo que dejar Buijo.

La campaña militar

Como lo refiere el historiador J. Gonzalo Orellana, el gobierno del Perú no quería entregar el puerto de Guayaquil, en vista de creerse lastimado Lamar por el decreto de honores y premios a los vencedores del Portete de Tarqui, puesto que Sucre ascendió a Flores al grado de General de División y al Coronel O'Leary, al grado de General de Brigada.

Por lo cual Bolívar llegó a Samborondón el 16 de junio de 1829 en donde estuvo diez días, pues, el 26 de este mes y año llegó a BUIJO,

jurisdicción de la actual parroquia La Puntilla, para dirigir las operaciones castrenses en defensa de la ciudad de Guayaquil que desde el 11 de enero de 1829 cayó en manos peruanas que dominaban durante seis meses. Con la victoria del Portete de Tarqui, 27 de febrero de 1829, cuando cuatro mil bravos soldados colombianos (de las actuales Repúblicas de Ecuador, Colombia y Venezuela) pusieron en fuga a ocho mil peruanos, comenzó la liberación de Guayaquil.

El Dr. Gabriel Cevallos García resume con las siguientes frases cómo concluyó esta campaña militar: “Cuando Flores se aprestaba a acometerlos definitivamente en la misma ciudad donde se hicieron fuertes, todavía en cifra de dos mil hombres, estalló una revuelta en el Perú a consecuencia de lo cual fue depuesto el mariscal Lamar”.

Los peruanos hicieron responsable directo de la derrota de Tarqui al Mariscal José Domingo Lamar y Cortázar, nacido en Cuenca del Ecuador, por cuyo motivo el General Agustín Gamarra le hizo prender el 9 de junio de 1829, como lo asevera el historiador Gonzalo Orellana, y luego de que el general Antonio Gutiérrez La Fuente, Vicepresidente del Perú, se declaró Jefe Supremo el 5 de junio de este mismo año. El mariscal Lamar fue desterrado a Costa Rica en donde murió el 11 de octubre de 1830.

Este suceso fue ocasión para suspender las hostilidades en Guayaquil, la misma que fue aprovechada por Bolívar, quien se dirigió al coronel Miguel Benavides, comandante peruano de la plaza de este puerto, para proponerle la citada suspensión. La proposición fue aceptada y acordaron firmarla en Buijo el 27 de junio de 1829 (referencia)

El Tratado de Buijo

El recinto Buijo Histórico fue el lugar donde instaló el Cuartel General el Libertador Simón Bolívar, en este sitio el 26 de junio de 1829 llegó por primera vez a este lugar y el 27 del mismo mes se firma el Tratado del Buijo, hechos de suma importancia que son recordados por los ecuatorianos ya que en este año se inician una serie de actividades históricas como la tan recordada suspensión de hostilidades en la ciudad de Guayaquil.

“Reunidos en el Cuartel General de Buijo a 27 de junio de 1829, los señores General de Brigada León Febres Cordero por parte del ejército colombiano y el Teniente Coronel Francisco Valle Riestra, Jefe del E.M. de la División peruana que está en Guayaquil, por ella, con el objeto de celebrar una suspensión de hostilidades mientras dura la misión que ha llevado de S.E. el LIBERTADOR el Coronel Antonio de la Guerra, cerca del ilustrísimo Sr. Gran Mariscal General en Jefe del

ejercito del Norte del Perú, que está en Piura reclamando la entrega de la plaza de Guayaquil, para celebrar un armisticio que dé lugar a entrar en tratado los Gobiernos supremos de Colombia y el Perú, que se termine una guerra tan calamitosa, y que decididamente ha querido evitar la República de Colombia, desde la primera misión de paz que trajo el General O'Leary, y que fue desoído por el anterior Gobierno del Perú; y canjeados los poderes que recibieron los comisionados, acordaron (referencia):

Art. 1.- Habrá una suspensión de hostilidades entre las fuerzas beligerantes de mar y tierra de los contratantes, hasta que vuelva el Coronel Guerra al Cuartel General del Libertador.

Art. 2.- Ambas fuerzas permanecerán en los cuarteles y campos que ocupan, pudiendo patrullar por tierra y agua hasta la línea divisoria, guardando siempre la distancia de más de un tiro de cañón: los peruanos lo harán dentro de su tiro de cañón.

Art. 3.- La demarcación del territorio que ocupan ambas fuerzas, será una línea trazada desde la Boca del estero de la Matanza, hasta la Boca del río Daule; la de Matanza será prolongada en toda la extensión del estero por ambas partes; y la de Daule para las tropas de Colombia, toda la longitud del río y los límites naturales del cantón

en su parte superior quedando las tropas que ocupan la plaza, poseedoras de la ribera derecha hasta el fuerte del pueblo de Daule.

Art. 4.- Ni el Gobierno de Colombia, ni la División peruana podrán tener más fuerza que la de 25 hombres, desde los puntos de Mapasingue y Batán, en las respectivas riberas del Daule, sin poder subir al territorio de este río con fuerza armada, más allá del punto señalado.

Art. 5.- No podrán recibir ninguna de las partes beligerantes refuerzo alguno durante la suspensión de las hostilidades, ni tampoco mantener tropas en depósito ni escala dentro de los límites del Departamento. Se exceptúan de esta prohibición los buques conocidos de la escuadra peruana, con la precisa condición de que no traigan tropas de desembarco.

Art. 6.- El comercio de víveres y tropas será permitido en el territorio que ocupan ambos ejércitos llevando todo el que lo haga, pasaporte de los Estados mayores.

Art. 7.- Los esquifes colombianos que vayan a Guayaquil, no podrán llevar a su bordo más que un oficial que podrán usar todas sus divisas y ceñir su espada, y seis hombres de tropa desarmados, con la

precisa condición de presentarse a su arribo al Estado Mayor peruano. Tampoco podrán estar a la vez en Guayaquil, más de dos esquifes.

Art. 8.- Los simples ciudadanos que por razones particulares quieran pasar a Guayaquil a territorio que ocupa el ejército colombiano, podrán hacerlo libremente sin ser molestados a su regreso, en cualquier tiempo que lo verifiquen.

Art. 9.- Si desgraciadamente fuese necesario volver a romper las hostilidades, no podrá verificarse sin que se anuncie setenta y dos horas antes.

Art. 10.- Este convenio será ratificado dentro del perentorio término de veinticuatro horas, así por parte del Estado Mayor General Libertador a nombre de S.E. LIBERTADOR, por cuya orden ha entrado en esta negociación como por la del señor Comandante General de las tropas que ocupan a Guayaquil.

A cuyo efecto firmamos dos de un tenor en el mencionado Cuartel General de las tropas que ocupan Guayaquil.

A cuyo efecto firmamos dos de un tenor en el mencionado Cuartel General, día y fecha citados, a las siete de la noche. (f) León de Febres Cordero.- (f) Francisco Valle Riestra.- (f) Alejandro A. López, Secretario.- (f) J.G. Alcira.

Cuartel General Libertador en Buijo, a 27 de Junio de 1829 a las ocho de la noche. Se prueba y ratifica este tratado en todas sus partes. Por S.E. el LIBERTADOR el Jefe del Estado Mayor General, (f) Tomás Cipriano Mosquera.

El armisticio consiguiente se estipuló en Piura, siendo el coronel Carlos Demarquet, delegado de Bolívar para conferenciar con el Jefe peruano quien aceptó devolver Guayaquil; por lo que el 10 de julio de 1829 se firmó un armisticio de sesenta días hasta que el Congreso peruano se reuniese, lo que apunta Alfredo Pareja.

1.3 Aspectos Socioeconómicos

Gran parte de la población samborondeña recibe un nuevo día con las faenas del campo, la mujer está en la casa preparando los alimentos para el esposo que esta labrando la tierra.

La mayoría de los hombres después de las labores en el campo acuden a distraerse viendo su juego favorito, las peleas de gallos.

1.3.1 Población

De acuerdo a datos obtenidos del Censo realizado en el 2001 por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), consta que

Samborondón tiene una población total de 45.476 habitantes². Los cuales se encuentran distribuidos sobre todo el Cantón. En la actualidad estos datos han variado en gran magnitud debido al aumento poblacional, esto se debe a que en el sector denominado La Puntilla se han desarrollado gran cantidad de Urbanizaciones que atraen a Guayaquileños a residir en esta área.

Tabla I

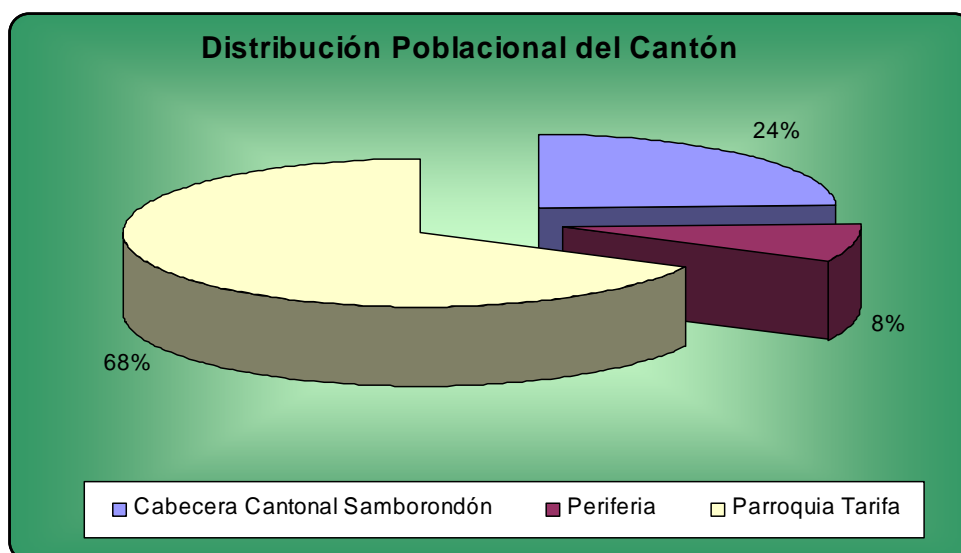
Distribución Poblacional	
Sector	Nº Habitantes
Cabecera Cantonal Samborondón	11.030
Periferia	3.774
Parroquia Tarifa	30.672
TOTAL de Habitantes	45.476

Fuente: INEC, Censo realizado en el año 2001

Elaborado: Autores

² VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado en noviembre de 2001

Gráfico 1.1



Fuente: INEC, Censo realizado en el año 2001

Elaborado: Autores

A lo largo del tiempo la población se ha ido desplazando hacia diferentes puntos del Cantón, tal como lo muestra el gráfico 1.1 y tabla 1.1. De acuerdo a estos se observa que la mayor cantidad de habitantes están en la Parroquia Tarifa abarcando el 68% de la población total, seguida de la Cabecera Cantonal con un 24%, y el 8% distribuido en las periferias del Cantón.

1.3.1.1 División poblacional de acuerdo al sexo

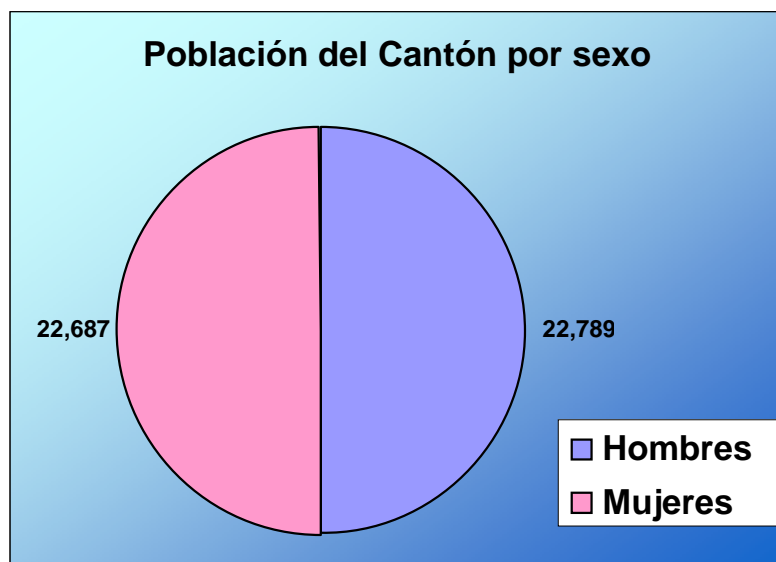
En el gráfico 1.2 y tabla 1.2, se observa la cantidad de hombres y mujeres en la que se divide el cantón. Dando como resultado que existe una distribución equitativa, teniendo hombres y mujeres casi un 50% cada uno.

Tabla II
División Poblacional

Población por sexo, según parroquias			
Sector	Total		
	Total	Hombres	Mujeres
CANTÓN: SAMBORONDÓN	45.476	22.789	22.687
Cabecera Cantonal	11.030	5.538	5.492
Periferia	3.774	2.057	1.717
Parroquia Rural Tarifa	30.672	15.194	15.478

Fuente: INEC, Censo realizado en el año 2001
Elaborado: Autores

Gráfico 1.2

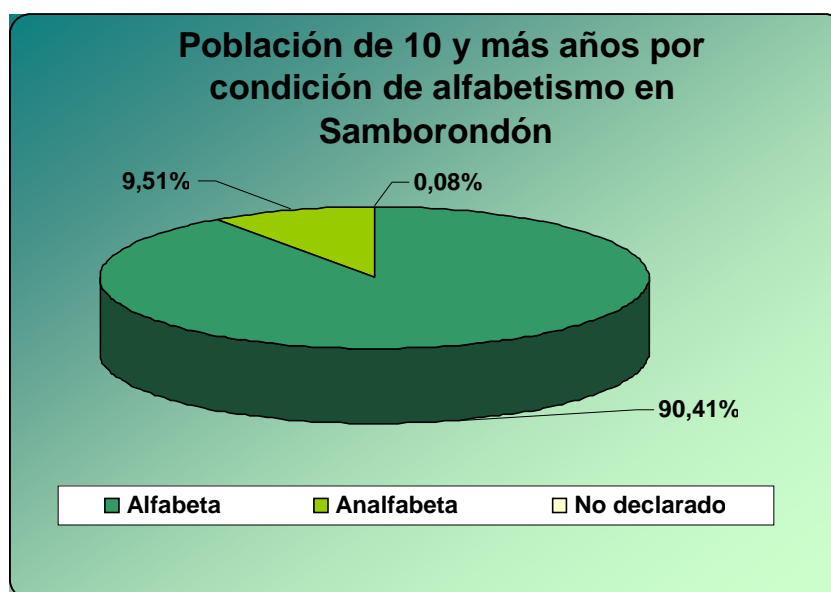


Fuente: INEC, Censo realizado en el año 2001
Elaborado: Autores

1.3.1.2 Nivel de Escolaridad

De acuerdo a datos del Censo realizado por el INEC en el año 2001, se registra que el 90.41% de la población de Samborondón son alfabetos, es decir poseen algún grado de estudio, sabiendo leer y escribir. El porcentaje de analfabetismo es menor teniendo un 9.51%.

Gráfico 1.3



Fuente: INEC, Censo realizado en el año 2001

Elaborado: Autores

El Municipio en la actualidad está emprendiendo labores a favor de la niñez del cantón, entre estas la creación, adecuación y mejoramientos de planteles educativos. Contando en la actualidad con 13 centros de instrucción primaria y 23 de instrucción

secundaria, en horarios diurnos, vespertinos y nocturnos, para de esta forma poder abarcan gran cantidad de la población.

Existen escuelas fiscales tales como la Escuela Fiscal Mixta "Dolores Veintimilla de Galindo N°2", la Escuela Fiscal Urbana Diurna "Elias Yúnez Simón N°3"; escuelas particulares como la Escuela Particular Católica "Manuela Romero de Massabot N°1", la misma que está regentada por las Hermanas Marianitas, la Escuela Particular Urbana Mixta "Isidro Pavón Valarezo N°6", entre otras muy importantes.

En la vía a Samborondón, también se encuentran algunas escuelas y colegios de prestigio, así como universidades.

1.3.2 Producción económica

El poder económico se basa principalmente en la agricultura y ganadería. Samborondón es uno de los mayores productores de arroz de la provincia. Tal como lo demuestra el último censo realizado por el INEC en el año 2001.

Figura 1. 3
Sembríos de arroz



Elaborado: Autores

Tiene extensas hectáreas de cultivos de arroz, maíz, café, cacao, banano y diversas frutas, siendo la actividad arrocera la principal fuente de ingresos económicos para los residentes del sector.

Otra de las actividades productivas gracias a los ríos que posee es la pesca de agua dulce. Obteniendo una extensa variedad de peces como: corvina, dicas, bagre, bocachico, además de gran cantidad de camarones y langostinos.

1.3.2.1 Alfarería

Samborondón ha sido siempre un centro de trabajo de alfarería y sus artesanos han tenido fama por la calidad, perfección y delicadeza en la realización de los productos de cerámica, los realizan tanto a mano como a torno, siempre con el mismo estilo,

esto llama la atención a turistas y a sus propios habitantes. Es muy conocido en todos los pueblos del Litoral Ecuatoriano y en otras partes del País.

Figura 1. 4
Alfareros de Samborondón



Elaborado: Autores

En la alfarería Samborondeña se destacan la elaboración de: ollas, cazuelas, maceteros, tinajas, jarrones, ceniceros y todo lo que se pueda elaborar con el barro. Considerada una industria artesanal básica para la economía de la comunidad, un numeroso grupo de habitantes de esta Cabecera Cantonal, se ha dedicado a esta ocupación hasta la actualidad conservando esta tradición.

1.3.2.2 Construcción de canoas

Desde la época colonial Samborondón poseía carpinteros especializados que labraban la madera para convertirla en grandes

embarcaciones. Por tener un activo puerto fluvial y bañado de numerosos ríos y esteros, este cantón es una de las más importantes vías de comercio y transporte, la industria artesanal de la construcción de canoas, era una de las importantes actividades a la que se dedicaban los artesanos de Samborondón; las embarcaciones son el principal medio para poder realizar las labores diarias en las riberas vecinas y para desplazarse hasta las demás poblaciones para vender o adquirir productos.

Figura 1. 5
Carpinteros



Elaborado: Autores

En la actualidad las canoas son utilizadas principalmente como transporte público, llevando pasajeros a los sitios donde aún no han llegado las carreteras, son empleadas también para las labores agrícolas y para la pesca.

1.3.2.3 La pesca artesanal

Otra de las principales actividades debido a la variada riqueza ictiológica de los ríos de esta región es la pesca a la cual se dedica un gran sector de la población samborondeña; especialmente los residentes de Tarifa. Los habitantes salen diariamente en sus pequeñas canoas principalmente por la noche, para iniciar la jornada en busca de las especies. Las variedades que abundan en estos ríos son: la corvina, el bocachico, las viejas, las tilapias, el bagre, las lisas, el robalo, el ciego, las dicas, el barbudo, el sábalo, el guanchiche, el bío, el ratón, la guaija, etc., y sobre todo los camarones de agua dulce, muy apreciados por su exquisito sabor.

Figura 1. 6
Venta de Mariscos



1.3.2.4 Las rosquitas samborondeñas

Una de las más conocidas tradiciones del cantón son las rosquitas samborondeñas, la panadería “Central” es en la actualidad la única

que se dedica a la elaboración tradicional de esta delicia. Su exquisito sabor se debe a que aun las hornean de forma artesanal, en hornos de leña. La panadería se inició en el año 1906, siendo su fundador Don Manuel Barroso Viejó y desde ese entonces “La Central” ha pasado de generación tras generación, conservando la misma receta.

Por ahí han pasado Presidentes, Diputados, que compran estas rosquitas debido a su inigualable sabor, consistencia y durabilidad, ya que conserva su contextura crocante hasta 15 días después de su preparación. Es así el caso que muchas personas las compran para mandarlas a sus familiares en el exterior.

Figura 1. 7
Rosquitas Samborondenas



Elaborado: Autores

1.3.3 Servicios básicos

Cuentan en su mayoría con todos los servicios básicos, agua potable, luz eléctrica, teléfono, establecimientos educativos, de salud y vías de acceso. Desde hace 10 años aproximadamente, Samborondón se ha convertido en un polo de desarrollo urbanístico, sus grandes ciudadelas privadas y hermosas urbanizaciones están ubicadas en este cantón con grandes centros comerciales, cines, sucursales bancarias, centros educativos, servicios, entre otros.

1.3.4 Atractivos turísticos

Samborondón debido al gran desarrollo que ha tenido posee diversos atractivos turísticos en los que brevemente se mencionan a continuación:

El **Hipódromo de Buijo** donde se puede disfrutar de carreras de caballo, se encuentra en el Km. 10 de la vía Puntilla-Samborondón.

El **Parque Histórico Guayaquil**, mediante un recorrido guiado, se disfruta de la naturaleza, se conoce costumbres y tradiciones enmarcadas por la población.

La **Cabaña Dos Cerritos**, lugar de esparcimiento que se especializa por le preparación de platos típicos.

El **Cerro de Santa Ana** de Samborondón, cuenta con una exuberante flora y fauna, cuyas faldas son bañadas por el río Vinces, es ideal para el descanso.

Paseos en canoa por el río Babahoyo hasta el Malecón de la parroquia Tarifa donde puedes admirar la belleza e intensidad del caudaloso Río Babahoyo.

El Malecón de Tarifa, donde puede realizar una tranquila caminata, disfrutando del paisaje que brinda.

Buijo Histórico, Lugar que albergó a Bolívar, Sucre e Isidro Pavón, antes de la campaña libertadora del 24 de Mayo de 1822.

River Park, Centro de entretenimiento para niños, ubicado en el Km 7 de la vía a Samborondón

1.3.4.1 **Costumbres y tradiciones**

Los pobladores por tradición los fines de semana concurren al coliseo de gallos para presenciar las peleas de estas aves, que conllevan interesantes apuestas entre los asistentes. Está ubicado en las calles 24 de Mayo y El Oro.

El 12 de octubre, Samborondón lleva a efecto el Rodeo Montubio donde se exponen los mejores ejemplares de las diferentes haciendas.

Al visitar Samborondón uno puede disfrutar de algunos platos típicos como: cazuelas de pescado, corvina frita, caldo de bola rellena, bollo de corvina, caldo de bagre, fritada y las inigualables rosquitas que son el orgullo de los samborondeños.

CAPITULO II

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

Para el desarrollo exitoso de cualquier proyecto es necesario conocer el mercado al que irá dirigido, de igual manera su competencia actual y potencial, para de esta forma poder crear y proponer las medidas pertinentes que mitiguen los efectos que pudieran afectar al proyecto.

2.1 Análisis de la oferta turística

Samborondón posee gran diversidad de atractivos turísticos para ofrecer a toda persona deseosa de disfrutar de la naturaleza y de la exquisita gastronomía local que el cantón brinda. Debido a esto se propone la creación del centro turístico-gastronómico para así satisfacer una demanda deseosa de nuevos destinos representativos del Ecuador, de una forma dinámica e interactuando con la comunidad.

La demanda se hace cada día más exigente, solicitando servicios de buena calidad, con precios módicos y sobre todo con una atención amable y cordial. Lo que crea un entorno más competitivo entre los establecimientos que ofrecen servicios similares al propuesto que buscan satisfacer las expectativas de los consumidores.

En este capítulo se estudiará la oferta turística del Cantón Samborondón, se analizará el mercado potencial, la competencia y demás temas importantes que se deben tomar en cuenta para el desarrollo satisfactorio del proyecto.

2.1.1 Análisis de atractivos turísticos

A pesar que Samborondón no ha sido difundido turísticamente, no significa que no posea sitios para ofertar a sus visitantes, de lo

contrario, tiene gran variedad para todos los gustos, los mismos que se detallan:

2.1.1.1 Sitios Naturales

Los Sitios Naturales son lugares que no han sido alterados sustancialmente por el hombre o que persisten aunque hayan sido intervenidos por los seres humanos.

A continuación se detallan los atractivos naturales que posee el cantón Samborondón.

Tabla III
Sitios Naturales

TIPO	NOMBRE
Montaña	Cerro Santa Ana
Ríos	Babahoyo
	Vinces
	Los Tintos

Elaborado: Autores

Montaña

- **Cerro Santa Ana**

El Cerro Santa Ana cuyas faldas son bañadas por el río Vinces se encuentra ubicado a las afueras de la cabecera cantonal, se

destaca debido a la hermosa vista que se puede disfrutar, la exuberante flora y fauna que posee.

Imagen 2. 1
Cerro Santa Ana



Elaborado: Autores

Ríos

- **Río Babahoyo**

El Río Babahoyo recorre gran parte del cantón aproximadamente 40 km. Por su magnitud, es aprovechado creando espacios en sus riberas, diseñados para llevar a cabo actividades comerciales y turísticas.

Existe una variedad de lanchas que realizan el transporte de pasajeros en el río, transportando a los samborondeños hacia los recintos aledaños donde muchos de ellos residen. Siendo este su medio de transporte hacia la Cabecera cantonal.

Imagen 2. 2
Lanchas en río Babahoyo



Elaborado: Autores

Río Vinces

Atraviesa gran parte del Cantón siendo ideal para realizar paseos en canoa y disfrutar de la vegetación del sector.

- **Río los Tintos**

Importante afluente que cruza las orillas de Tarifa, siendo este uno de los principales atractivos al visitar el Malecón de esta parroquia.

Imagen 2. 3
Río Los Tintos



Elaborado: Autores

2.1.1.2 Manifestaciones Culturales

Manifestaciones culturales son las costumbres y tradiciones que diferencian un sitio de otro. Samborondón es un cantón rico en cultura, posee una variedad de atractivos que identifican en gran parte la idiosincrasia de sus habitantes y hace trascender la historia a través del tiempo y en la memoria de todos aquellos que lo visitan.

En la siguiente tabla se detallan todos los atractivos culturales que posee Samborondón.

Tabla IV
Manifestaciones Culturales

TIPO	NOMBRE
A.- Arquitectónico e Histórico	Parque Histórico
B.- Histórico	Casa de Bolívar y Sucre
C.- Expresiones Religiosas	Iglesia Santa Ana
	Iglesia Santa Teresita
	Gruta del Divino Niño
D.- Manifestaciones Folclóricas	Pelea de Gallos
	Rodeo Montubio
	Hipódromo de Buijo
	Rosquitas Samborondeñas
E.- Realizaciones Técnicas Científicas	Taller de Alfarería
	Taller de Construcción de canoas
F.- Grupos de especial Interés	Montubio Costeño
	Yumbos

Elaborado: Autores

A.- Arquitectónico e Histórico

Parque Histórico

Se encuentra ubicado en la Ciudadela Entre Ríos, a diez minutos de la ciudad de ciudad de Guayaquil, ocupa 8 hectáreas y se encuentra rodeado de bosques y exóticas especies como el platanillo, árbol que generalmente crece junto a los esteros.

Imagen 2. 4
Parque Histórico



Fuente: Parque Histórico

El Parque Histórico es una combinación de manglar e historia donde se puede caminar por un sendero de madera que te transporta directo al pasado. En el lugar se destacan dos zonas, la natural y urbana.

En el Parque se pueden observar los tradicionales manglares, 28 especies de animales en cautiverio y noventa especies de aves. Una de las mayores atracciones son las estructuras del Guayaquil a principios del siglo XX con sus calles empedradas replicas de ferrocarriles, magnificas representaciones de arquitectura colonial y antiguas haciendas cacaoteras. Es un lugar ideal para un paseo corto de fin de semana.

B.- Histórico

Casa de Bolívar y Sucre

Ubicada en el Recinto el Buijo, esta casa fue hogar de Bolívar y Sucre durante el tiempo de la independencia, en la actualidad se construye un monumento a estos a estos dos próceres en el malecón de Buijo en el lugar exacto donde se ubicaba la casa.

C.- Expresiones Religiosas E Históricas

Imagen 2. 5
Gruta del Divino Niño



Elaborado: Autores

Los pobladores de Samborondón en su mayoría practican el catolicismo, así como el resto del país, de tal manera en el Cantón y sus alrededores se encuentran iglesias y representaciones religiosas que denotan su fe en Dios, tales como:

- Iglesia Santa Ana
- Iglesia Santa Teresita
- Gruta del Divino Niño

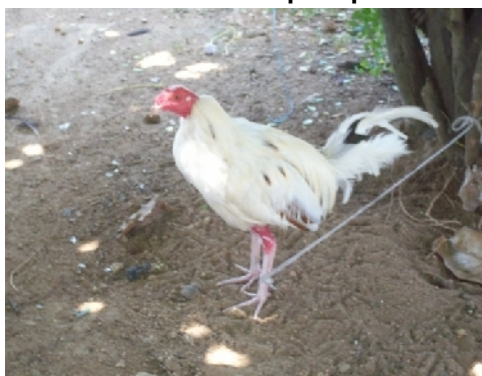
La Gruta del Divino Niño está ubicada en el Recinto Tarifa. Algunos creyentes visitan la gruta para que el Divino niño le conceda deseos, bendiga a sus familias y darle gracias por las bendiciones recibidas.

D.- Manifestaciones Folclóricas

Pelea de Gallos

De todas las costumbres de los samborondeños, las peleas de gallos es una de las más tradicionales, que a perdurado con el pasar de los años. Es una expresión folclórica que invita a apostar dinero pero con moderación. En la actualidad los hombres de familia asisten periódicamente a las galleras para relajarse y apostar por el gallo de preferencia. Existen 3 reconocidas galleras (sitios para las peleas) que son muy concurridas los domingos.

Imagen 2. 6
Gallo entrenado para pelea



Elaborado: Autores

Rodeo Montubio

Esta actividad se la realiza en especial el 12 de octubre debido a que se celebra el descubrimiento de América. El Rodeo Montubio se basa en la competencia entre diferentes haciendas que existen en el sector, estas exponen los mejores ejemplares y participan en

una variedad de concursos diseñados para escoger a la mejor. Entre los concursos que se realizan son: Domar al caballo chúcaro, lazar al chivo, la elección de la criolla bonita, etc...

Hipódromo De Buijo

Se encuentra ubicado en el Km. 10 Vía La Puntilla – Samborondón en el Recinto el Buijo. Este es un lugar ideal para los amantes del turf. El Hipódromo abre sus puertas cada domingo a los hípicas que van a disfrutar de las emocionantes carreras.

Este hipódromo es uno de los más modernos de América, tiene un sistema de apuestas computarizado llamado "SIMULCAST". A través de este es posible retransmitir vía satélite y en tiempo real las carreras desde otros hipódromos internacionales, pudiendo realizar apuestas.

Los domingos se transmiten las carreras del hipódromo Presidente Remón de ciudad de Panamá, y el resto de días de la semana se recibe en las diferentes agencias del Hipódromo la transmisión de carreras de todos los hipódromos de Estados Unidos a través de Simulcast.

Rosquitas samborondeñas

Otra curiosa estampa del cantón son sus rosquitas. Existen numerosas panaderías que la fabrican, pero solo una posee más de 98 años en elaborarla. La panadería “La Central” forma parte de la idiosincrasia samborondeñas que acostumbra tomar roquitas con café tinto cada tarde.

Imagen 2. 7
Panificadora “La Central”



Elaborado: Autores

Esta panadería ah pasado de generación, de igual manera la receta para su elaboración, es así que las rosquitas poseen el mismo sabor y consistencia que tenían hace 98 años atrás. Son las únicas que aun se hornean en hornos de leña. Son tan cotizadas por sus pobladores y visitantes debido a que poseen un sabor sin igual y pueden durar hasta 15 días.

E.- Realizaciones Técnicas Científicas

Taller de Alfarería

Los samborondeños son excelentes alfareros, herencia de sus antepasados por lo que moldean vasijas, ollas, macetas, adornos, y toda clase de instrumentos a la perfección. En la década del 50 se podía afirmar que Samborondón contaba con los mejores alfareros, en la actualidad exquisitos objetos aun sirven para decorar casas y oficinas en todo Guayaquil.

Imagen 2. 8
Vasijas de Samborondón



Elaborado: Autores

Taller De Construcción De Canoas

Los habitantes del cantón también se dedican a la fabricación de pequeñas embarcaciones caladas o canoas. Estas canoas, pintadas en forma de arco iris, sirven como medio de transporte

para los samborondeños. La elaboración de las estas es posible gracias a los árboles de guachapelí, típico en la zona.

F.- Grupos de especial interés

Montubio Costeño

Representan la idiosincrasia y costumbres de los samborondeños. El montubio hace de la vida rural y agropecuaria su modo de supervivencia

Constituyen una etnia social porque los montubios participan de ciertas características y comparten, entre ellos, un conjunto de ideas, creencias, valores, hábitos, costumbres, normas, rituales, símbolos y un imaginario sociocultural que aceptan y reconocen como propios del hombre o mujer del campo.

Los montubios son la base social de la estructura de la sociedad regional rural costeña. Sustentando no solo a ellos y a toda la población rural, sino también generando y produciendo para todo el país.

Yumbos

Desde tiempos remotos los Yumbos animan las fiestas del cantón. Estos singulares personajes tienen su connotación histórica, pues acompañaban a los guerreros de las tribus de Atahualpa en sus campañas. Ellos no peleaban si no que entretenían a los guerreros con sus danzas y cantos, animándolos a seguir.

2.1.1.3 Festividades Y Eventos

Este atractivo se genera a través de la realización de eventos con contenido actual o tradicional en los cuales la población es actora o espectadora.³

Tabla V
Festividades y Eventos

TIPO	NOMBRE
A.- Ferias y Exposiciones	Feria del Buijo
	Festival de Carnaval
B.- Aniversarios	Fundación de Samborondón
	Independencia del cantón
	Cantonización

Elaborado: Autores

A.- Ferias Y Exposiciones

³ Diccionario Enciclopédico Universal AULA, Cultural S.A., 1997

Feria De Buijo

Esta feria se la realiza en el sector denominado Buijo Histórico ubicado en el km 9 de la vía a Samborondón, en el mes de octubre para sus fiestas de cantonización, entre las actividades que realizan son: festival de comida típica, rodeo montubio, etc.

Festival De Carnaval

Samborondón a partir del año 2008 comenzó a celebrar con música, bailes, desfiles, varias actividades artísticas y turísticas el feriado de carnaval. El que culminó con la elección de la Reina del Carnaval.

Esta fiesta fue organizada por la Municipalidad de Samborondón y los miembros de la Comisión integrada por los Concejales Vicente Barroso y Luís Ortega. Quedando establecida esta fiesta para los años venideros.

B.- Aniversarios

Entre los aniversarios que celebra el cantón Samborondón se encuentran: Fundación cada 24 de mayo; Independencia el 10 de octubre de cada año y Cantonización el 31 de octubre. En estas fechas todos los samborondeños festejan con algarabía realizando

desfiles estudiantiles y folklóricos, exposiciones de pinturas, conciertos y presentaciones artísticas populares.

2.1.2 Análisis de la infraestructura

La Infraestructura es de gran importancia para el desarrollo económico de la población, permite el buen uso y funcionamiento de recursos y planta turística, ya que incluye las infraestructuras relativas al transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos...), comunicaciones (telefónicas...) energía, agua potable, alcantarillado, recolección de basura. El cantón Samborondón posee todos estos servicios básicos necesarios.

INFRAESTRUCTURA VIAL. Se puede llegar a la Cabecera cantonal tomando la Vía Samborondón partiendo desde la ciudad de Guayaquil. Las carreteras del cantón actualmente se encuentran en buen estado, por el continuo mantenimiento que se les da, debido a planes de mejoramiento vial que lleva actualmente la Prefectura de la Provincia del Guayas. lo cual le genera ventajas comparativas con otras regiones.

En referencia a la transportación pública el cantón goza de dos líneas de transporte intercantonal que tienen rutas constantes hacia

Samborondón. Estas parten del Terminal terrestre de la ciudad de Guayaquil,

Tabla VI
Cooperativas de Transportes a Samborondón

Distancia	Compañía	Horarios de atención
32 km	Santa Ana, C.I.S.A	05h30-23h00
	Salitre	05h30-19h30

Fuente: Terminal Terrestre de Guayaquil
Elaborado: Autores

En la cabecera cantonal y sus recintos, para la transportación interna se utilizan las conocidas tricimotos, las cuales tienen un costo de \$0.25 por persona, prestando un servicio de puerta a puerta.

Imagen 2. 9
Tricimoto



Elaborado: Autores

2.1.3 Análisis de la planta turística

La planta turística es la base que interactúa con las actividades y proyectos de índole turístico que se desarrollen. Por lo tanto es

necesario que sea analizada y estudiada para así conocer con lo que en el futuro contará el proyecto.

La planta turística del Cantón Samborondón, aun no está desarrollada en su totalidad, por lo que no se existen muchos establecimientos que presten este tipo de servicio.

ALOJAMIENTO. En la actualidad no cuenta con una infraestructura hotelera significativa debido a que el cantón se encuentra a pocos kilómetros de la ciudad de Guayaquil, quien posee gran variedad de infraestructura hotelera desarrollada.

En la actualidad cuenta con 2 establecimientos registrados que brindan el servicio de alojamiento. Entre estos se enlistan a continuación.

Tabla VII
Alojamiento

Establecimiento	Categoría	Dirección
Hosterías San Andrés	2°	
Hostal orilla del Río	1°	Cdla. Entrerios calle 7ma Mz K1

Elaborado: Autores

RESTAURANTES. Los establecimientos de Alimentos y Bebidas son variados, ubicándose la mayoría de estos en el sector denominado La Puntilla. En la cabecera cantonal donde se va a llevar cabo el proyecto

no se encuentran registrados muchos establecimientos y no cubren las expectativas de los clientes.

En la siguiente tabla se enlistan los establecimientos registrados.

Tabla VIII
Restaurantes

Establecimiento	Categoría	Dirección
El Farolito	2°	Bolívar 507 y Calixto Romero
Edimar	2°	
Lolita	2°	
Cover Barra	2°	
Pangorita	2°	
Casira de Caña	1°	
Cafetería Bopan	1°	C.C. Riocentro Entreríos Local A-7
Cafetería Deli Express	1°	C.C. Río Plaza Local 4
Dulcería Bombon's	1°	C.C. Riocentro Entreríos
Sushi Express	2°	C.C. Riocentro Entreríos Local C6B
Varillada El Nato	2°	Km. 2 vía Samborondón

Elaborado: Autores

2.2 Análisis de la Demanda Turística

Para analizar la demanda del proyecto nos hemos basado en tres pasos principales:

Primer paso: Realizar una encuesta piloto para luego sacar el tamaño de la muestra para la encuesta real; y los datos obtenidos son:

Tabla IX
Análisis de encuesta

Nº. de preguntas	Pregunta 2
1	Si
2	Si
3	Si
4	Si
5	Si
6	Si
7	Si
8	Si
9	Si
10	Si
11	Si
12	Si
13	Si
14	Si
15	Si
16	Si
17	No

18	No
19	No
20	No
total +	80
total -	20

Elaborado: Autores

Segundo paso: Contar cuantas personas de la encuesta piloto afirmaron que si se trasladarían al cantón Samborondón.

Tabla X
Personas que visitarían Samborondón

Número de personas encuestadas:	20
Número de personas que tienen la intención de ir a x:	16
P	0.8
q = 1 - p	0.2

Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

Tercer paso: Sacar el tamaño de la muestra reemplazando los valores en la formula.

$$\text{Formula: } N = \frac{K^2 (p * q)}{E^2}$$

Tabla XI
Tamaño de la Muestra

K	95.00
P	1.8
Q	0.2
E	5
Numerador	3249
Denominador	25
Tamaño de la muestra	130

Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

2.2.1 Análisis de encuestas con gráficos estadísticos

Después de haber obtenido el tamaño de la muestra, se procedió a realizar las encuestas en diferentes puntos estratégicos de la ciudad (La Puntilla, Vía Samborondón a la altura de Riocentro, Ciudadela La Alborada y Kennedy) y de esta forma despejar algunas dudas con la creación del Centro Turístico Gastronómico.

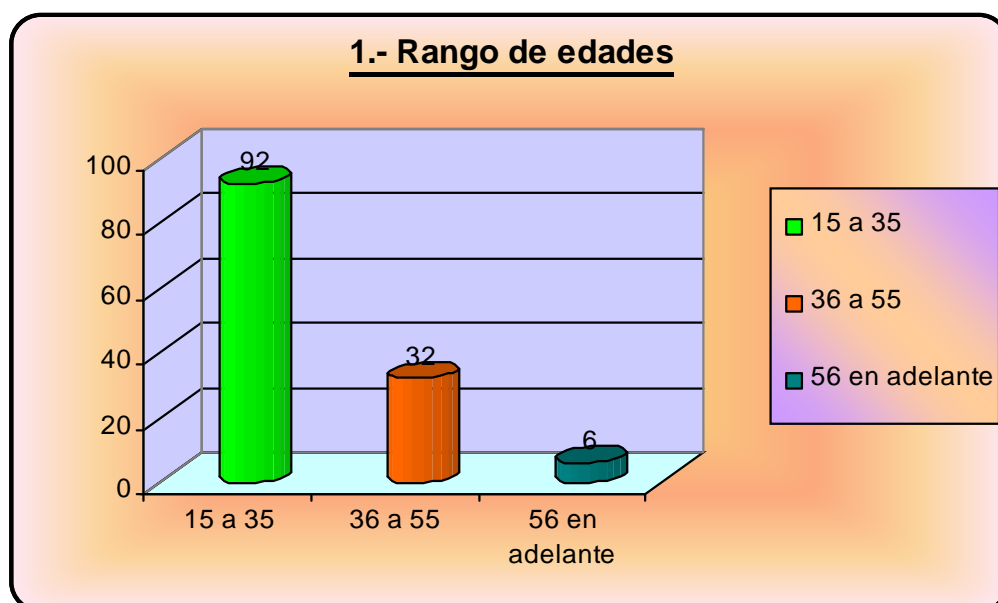
A continuación se analizarán las preguntas realizadas.

Edad

De los 130 encuestados más del 50% oscila entre los 15 y 35 años de edad tomando en cuenta que la mayor parte tienen más de 20 años de

edad; siendo este el mercado potencial hacia el cual va dirigida la propuesta y hacia los cuales se direccionan las estrategias de promoción.

Gráfico 2.1

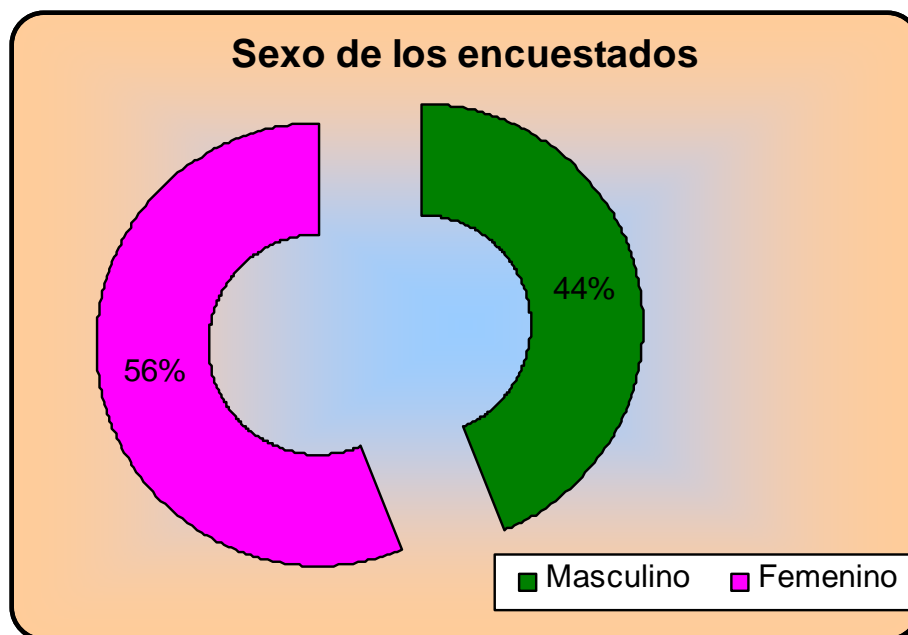


Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

Sexo de los encuestados

Entre los encuestados encontramos que predominan las personas de género femenino con un porcentaje del 56%, seguido del género masculino con un 45%.

Gráfico 2.2

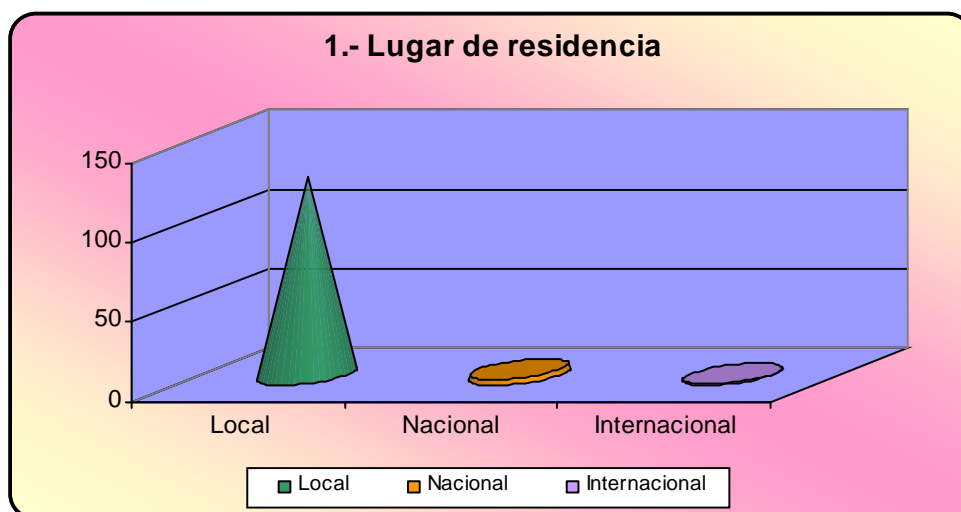


Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

1. ¿Cuál es su lugar de residencia?

La mayor parte de las personas que se encuestaron fueron de índole local; la propuesta está dirigida a este mercado por tal motivo ellos serán nuestro objeto de análisis para la toma de decisiones para el proyecto. Aunque dentro de la muestra nos encontramos con un índice muy bajo del mercado nacional o internacional que no tiene mayor representatividad dentro del cuadro del proyecto propuesto.

Gráfico 2.3



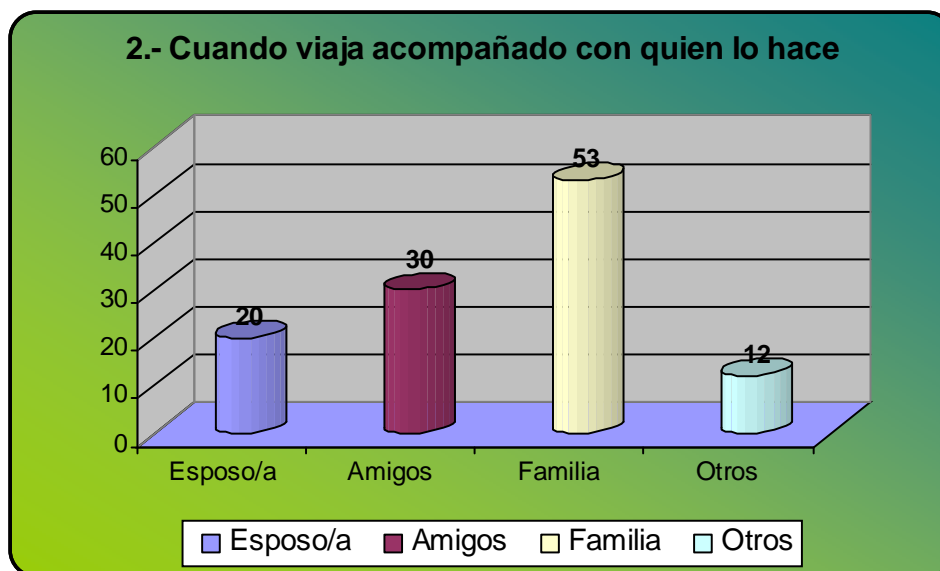
Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

2. ¿Si viaja acompañado con quien lo hace?

De acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados, se obtuvo que 53 de ellos realizan viajes acompañados de su familia, seguido de 30 personas que viajan con amigos y 20 personas que viajan con sus esposos-as.

Esta pregunta muestra que la mayoría de las personas que formaron parte de la encuesta realizan sus viajes en familia, grupo hacia el cual se proyecta llegar con la creación del Centro turístico-gastronómico.

Gráfico 2.4



3. ¿Ha visitado anteriormente el cantón Samborondón?

En este grafico se aprecia que el 64% de los encuestados han visitado y conocen el cantón Samborondón. El porcentaje correspondiente a las personas que no han visitado el cantón es de 36%.

Con esta pregunta se concluye que el cantón es conocido dentro de la muestra del grupo hacia el cual se dirigirá el proyecto.

Gráfico 2.5

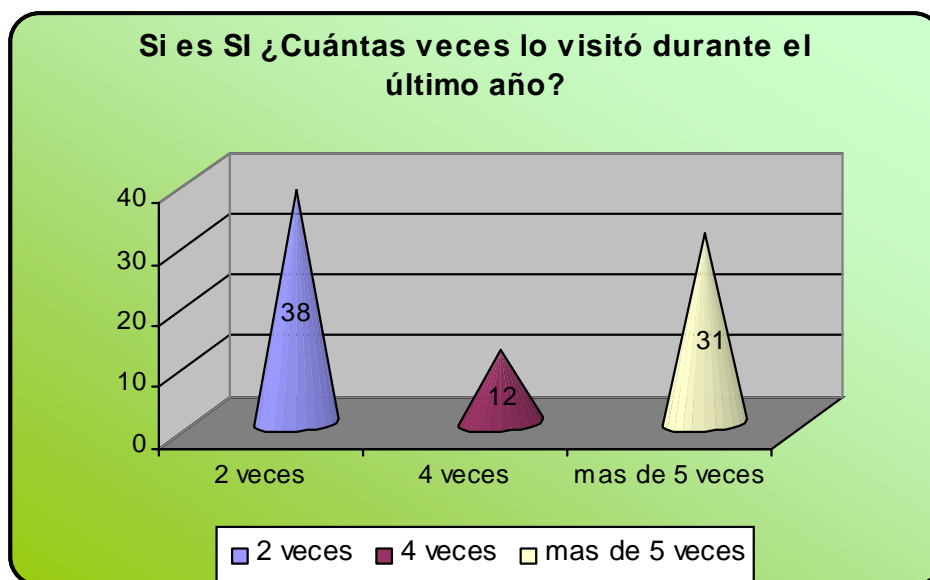


Si su respuesta es SI; ¿Cuántas veces lo visitó durante el último año?

De las personas que han visitado el cantón encontramos que la mayoría han visitado el cantón más de una vez en el último año.

Con esta pregunta se muestra la periodicidad de visita que existe entre las personas que visitan Samborondón, aunque este no este turísticamente desarrollado.

Gráfico 2.6



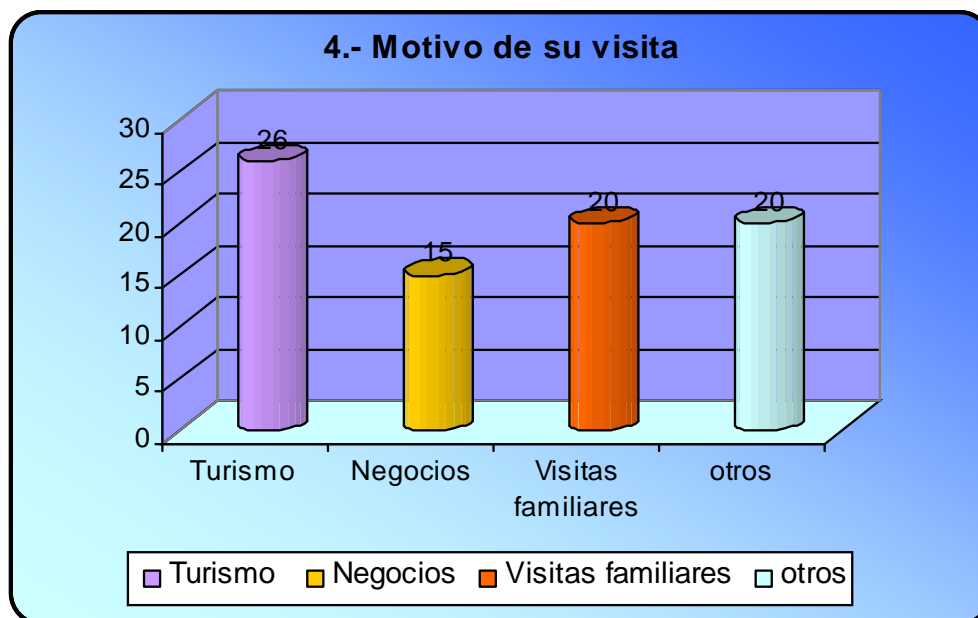
Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

4. ¿Cuál es el motivo de su visita?

De la muestra que se analizó 26 han visitado el cantón por turismo, 20 por visita a familiares, seguido de otros motivos con un valor de 20 que van por compras o diversión nocturna y 15 que lo han hecho por negocios.

La información da a conocer que uno de los motivos por el cual es visitado el cantón es mayormente por turismo, demostrando que pueden ser desarrollados proyectos de esta índole, por el impacto que causa en sus visitantes.

Gráfico 2.7



Elaborado: Autores

Fuente: Encuestados

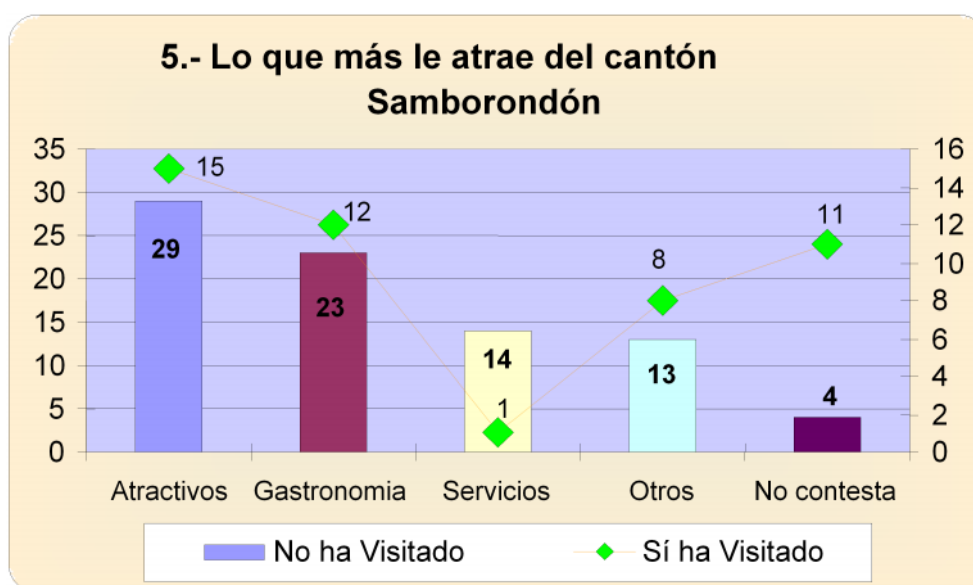
5. ¿Qué es lo que más le atrae del cantón Samborondón?

En este grafico se pueden encontrar dos índices:

- Las columnas representan las personas que no han visitado el cantón pero conocen o han escuchado información referente al cantón. Los datos de más relevancia son: Atractivos 29 personas y gastronomía 23.
- La línea de tendencia nos muestra que las personas que si han visitado y conocen el cantón lo que más les atrae son los atractivos seguido muy de cerca de la gastronomía y servicios que se ofrecen.

Con los datos presentados se fortalece la atracción que proyecta el cantón al turismo, con lo cual se afianza y brinda una perspectiva positiva a la propuesta del proyecto.

Gráfico 2.8



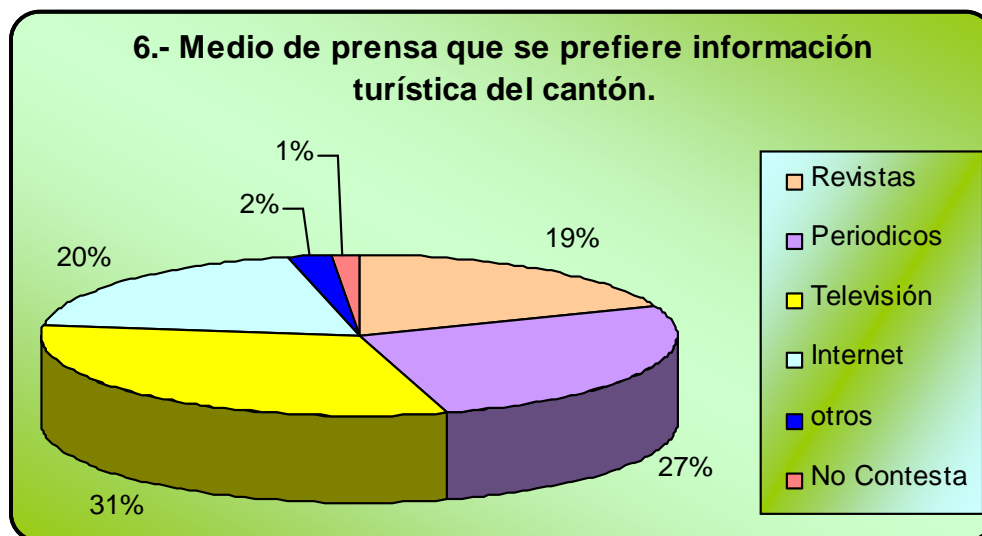
Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

6. ¿En qué medio de prensa le gustaría recibir información turística del cantón Samborondón?

Los medios publicitarios más atractivos para que las personas de la muestra analizada reciban información turística acerca del cantón fueron televisión con un 31%, periódico 27% e Internet 20%.

Expresando este resultado que el medio que las personas prefieren es la televisión, debido a que este llega de una forma más directa a la población.

Gráfico 2.9

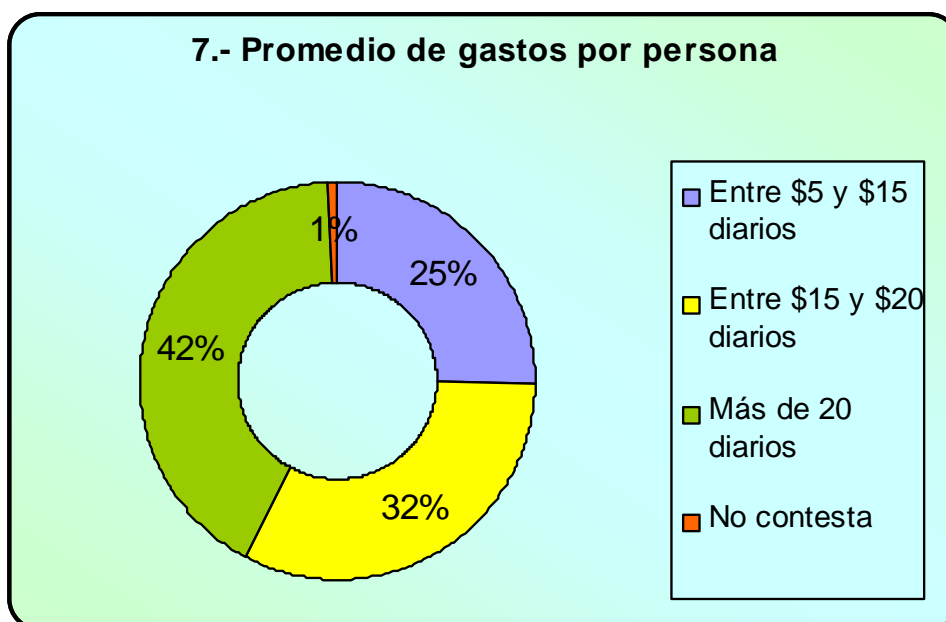


Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

7. ¿Cuál es el promedio de gastos por persona cuando hace turismo fuera de la ciudad?

Entre los encuestados se obtuvieron tres porcentajes representativos para nuestro análisis. Las proporciones oscilan en: Más de \$20 diarios 42%, entre \$15 y \$20 diarios 32% y entre \$5 y \$15 diarios el 25%. Siendo más de \$20 diarios el índice más definido dentro del promedio de gastos por día entre las personas encuestadas.

Gráfico 2.10



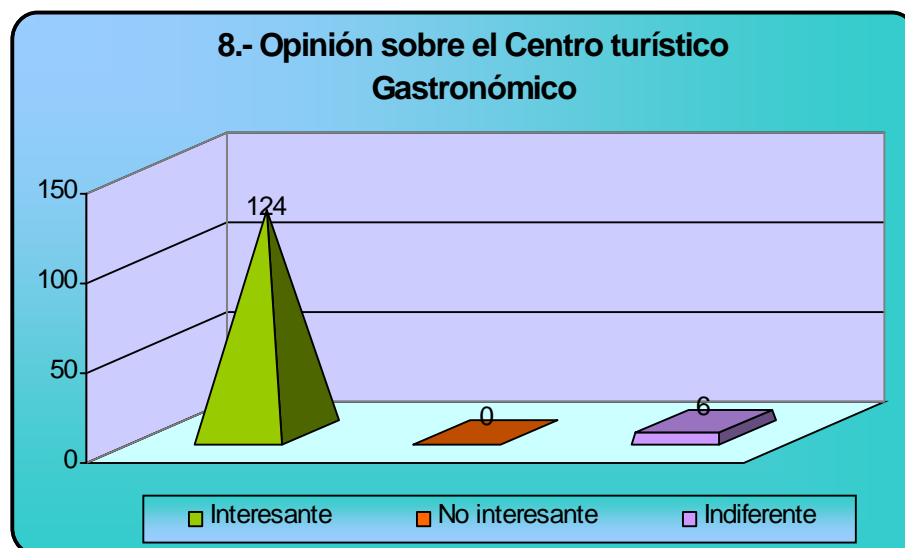
Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

8. ¿Qué opina sobre la creación de un Centro Turístico-gastronómico en el cantón Samborondón?

El 95% de las personas encuestadas contestaron que la creación del Centro Turístico – Gastronómico es una propuesta muy interesante para el cantón Samborondón.

Indicando esta respuesta que al llegarse a realizar el proyecto sería de gran interés para las personas. Teniendo un interesante mercado potencial.

Gráfico 2.11



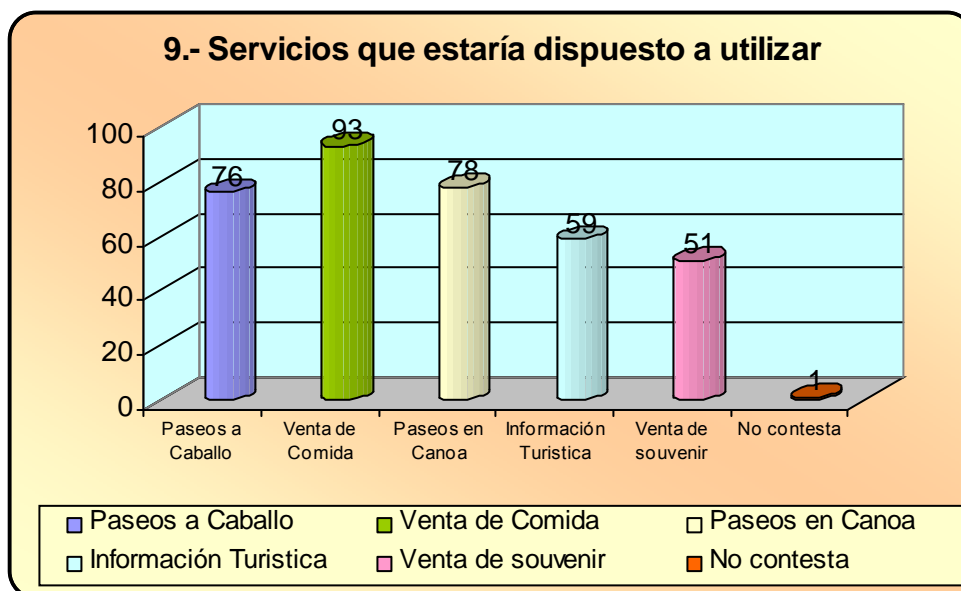
Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

9. ¿Cuál de los siguientes servicios que ofrecerá el Centro turístico Gastronómico estaría usted dispuesto a utilizar?

Los servicios más atractivos entre las personas encuestadas fueron venta de comida 72%, paseos en canoa 60%, paseos a caballo 58%, Información turística 45% y encontrándose en último lugar la venta de souvenir con un 39% del total encuestado.

Esta pregunta afianza los servicios que se ofrecerán en el Centro Turístico – Gastronómico, ya que son atractivos hacia las personas con las cuales se realizó la encuesta.

Gráfico 2.12



Elaborado: Autores

Fuente: Encuestados

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por utilizar los servicios antes mencionados?

Con esta pregunta se analizó que nuestros costos podrán oscilar entre \$4 y \$8 para la utilización de los servicios que se proponen en el proyecto ya que el 46% está de acuerdo con este parámetro de precio, seguido del 38% que representa el costo de \$1 a \$4.

Gráfico 2.13

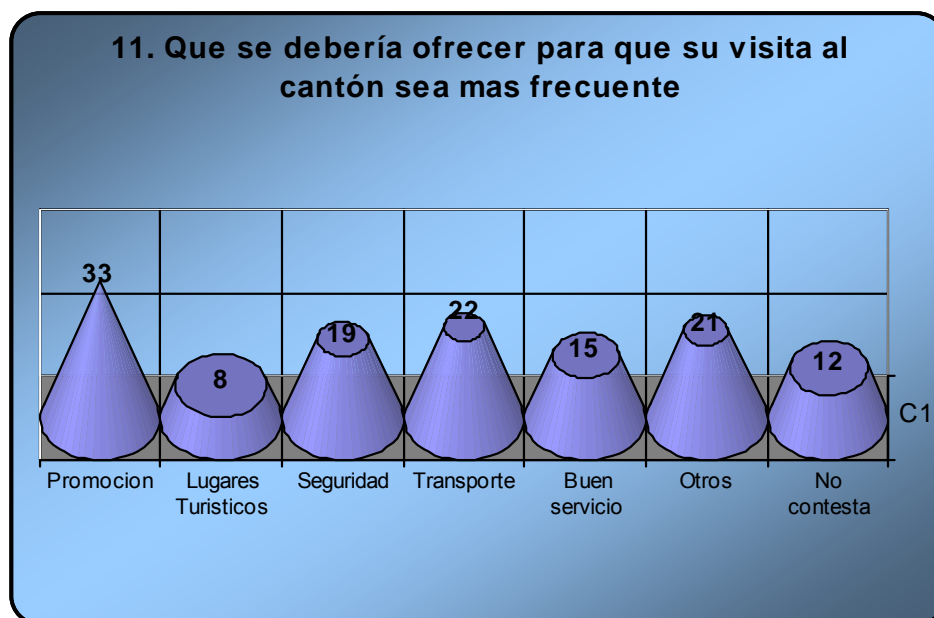


Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

11. ¿Qué opina usted que se debería ofrecer para que su visita al cantón sea más frecuente?

Los índices analizados representan que la mayoría de los encuestados se preocupan mucho por la falta de promoción o publicidad que tiene el cantón. Otros puntos muy importantes también son el transporte y la seguridad que al parecer de los encuestados le hace mucha falta al lugar donde se elaborara la propuesta.

Gráfico 2.14



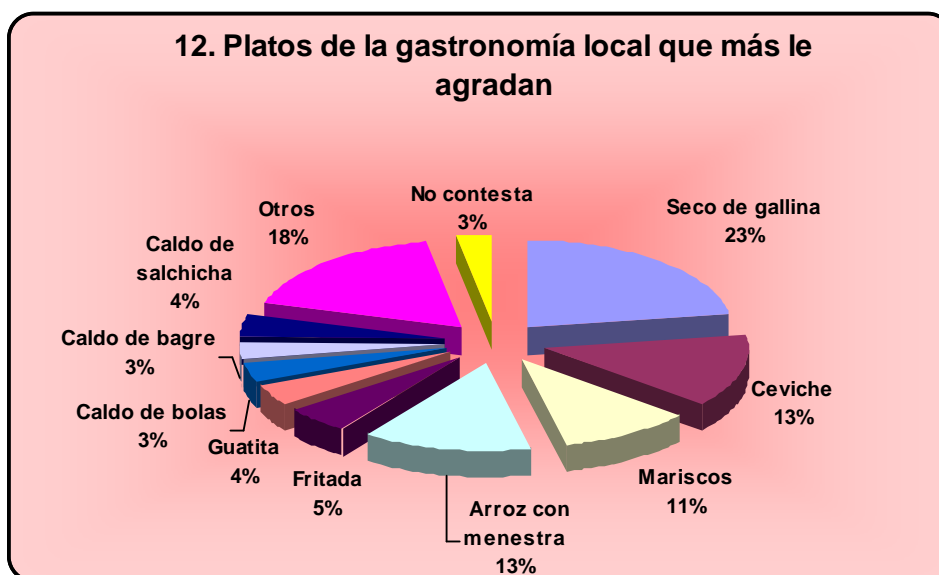
Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

La información presentada ayudara a fortalecer los puntos débiles con los que cuenta el lugar para así convertirlos en una fortalece que atraigan al turista.

12. ¿Cuáles son los platos de la gastronomía local que más le agradan?

Los platos más atractivos para las personas encuestadas son: Seco de gallina, Arroz con menestra, ceviches y mariscos; los cuales forman parte de la gastronomía del cantón Samborondón y algunos de los que se ofrecerán en el Centro Turístico – Gastronómico.

Gráfico 2.15



Elaborado: Autores
Fuente: Encuestados

2.3 Análisis FODA del destino

En el cuadro que se muestra a continuación se analizará el FODA del cantón para de esta manera tener una mejor visión del proyecto.

Tabla XII
Análisis FODA del Destino

Factores Internos	Lista de fortalezas	Lista de debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> * Atractivos turísticos. * Rosquitas Samborondeñas *Alfarería *Tradiciones (cultura) *Cercanía a Guayaquil *Historia 	<ul style="list-style-type: none"> * Falta de promoción turística * Poco desarrollo de la infraestructura * Falta de preparación turística * Transporte Público
Factores Externos		
Lista de oportunidades	FO (Maxi - Maxi)	DO (Mini - Maxi)
<ul style="list-style-type: none"> * Plan de difusión turística del Guayas. * Desarrollo urbanístico * Crecimiento comercial 	<ul style="list-style-type: none"> * Difusión de los atractivos turísticos de la zona * Aprovechar el crecimiento comercial para promover las tradiciones y alfarería 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar la infraestructura del cantón * Preparar la población para el turismo
Lista de amenazas	FA (Maxi - Mini)	DA (Mini - Mini)
<ul style="list-style-type: none"> * Fenómeno Natural (Inundaciones, sequías y vientos huracanados) 	<ul style="list-style-type: none"> * Desarrollar un programa para prevenir las consecuencias de los fenómenos naturales 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar el transporte público

Elaborado: Autores

2.4 Análisis estratégico del producto propuesto

El proyecto se basa en promover la gastronomía del cantón Samborondón, en una infraestructura que combine armoniosamente los materiales típicos de la zona, donde el visitante a más de degustar los platos tradicionales podrá realizar actividades de entretenimiento y conjuntamente conocer un poco sobre la historia y tradiciones del cantón Samborondón.

Se tomó en cuenta que el perfil de nuestros futuros compradores serán familias residentes en la ciudad de Guayaquil y sus alrededores, así como turistas que visiten la ciudad.

2.4.1 Análisis del entorno competitivo

Para analizar el entorno competitivo del proyecto se examinará la competencia existente y la futura, para de esta forma tener claras las posibles barreras con las que se puede contar para el desarrollo exitoso del proyecto.

A continuación se enlistarán las posibles competencias:

2.4.1.1 Competidores potenciales

Pueblos.- Los pueblos aledaños pueden convertirse en una fuerte competencia, debido a que satisfacen relativamente la necesidad

turística y gastronómica. Entre esas se enlistan a continuación:

- Cantón Nobol: Visita a la gruta de la santa Narcisa de Jesús, de igual manera ofrece a los turistas poder disfrutar del queso criollo y maduro asado.
- Salitre: Ofrece una Playa artificial y cabañas que venden comida típica.
- Duran: Brinda la deliciosa fritada en su malecón y en el mes de octubre la feria de Duran que brinda múltiples atractivos. De igual manera miles de feligreses acuden el 25 de cada mes al Santuario del Divino niño.
- Daule: De igual manera ofrece fritada y en los meses de cosecha del mango, recibe cientos de turistas ansiosos de degustar esta exquisita fruta, típica de la región.

Complejos Turísticos.- Ofrecen diversas actividades de entretenimiento y algunas variedades de platos a degustar, los cuales no son precisamente los típicos de sector al que pertenecen pero de igual manera cumplen con satisfacer momentáneamente las necesidades fisiológicas de los turistas. Entre estas se mencionan:

- Finca la Gloria: Ubicado en el Km. 15 vía la Costa. Ofrece paseos a caballo, canchas deportivas, piscinas, áreas de camping, alojamiento y restaurantes.
- Complejo Río Vices
- Complejo 3 Cerritos
- Club Biblos

Haciendas.-

- Hacienda la Veenita, ubicada en km 3.5 vía a Samborondón.

Restaurantes

- Centro Agro turístico

Proveedores.- Aquellos que prestarían servicios directa e indirectamente al centro Turístico- gastronómico pueden llegar a convertirse en una competencia.

- Mano de obra
- Pescadores
- Pobladores

- Sr. De las Rosquitas
- Fabricantes de Balsas
- Alfareros
- Canoeros

Compradores

- Seguridad (Caballos y Canoas)
- Percepción negativa de la cabecera cantonal
- Desconocimiento de gastronomía local
- Salubridad

2.4.1.2 Productos Sustitutos

Dentro de los productos sustitutos que podrían ser una competencia directa para el proyecto y los cuales pueden satisfacer las necesidades del mercado al que se está dirigido.

A pesar que no sean productos iguales al que se ofrece pueden cautivar la atención de los turistas

2.4.2 FODA

En este punto se analiza las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que posee el producto a ofrecer.

Tabla XIII
Análisis FODA del Producto

<p align="center">Factores Internos</p> <p align="center">Factores Externos</p>	Lista de fortalezas	Lista de debilidades
	Lista de oportunidades	FO (Maxi - Maxi)
<ul style="list-style-type: none"> * Plan de difusión turística del Guayas * Desarrollo urbanístico * Crecimiento comercial 	<ul style="list-style-type: none"> * Difusión de los atractivos turísticos de la zona * Aprovechar el crecimiento comercial para promover las tradiciones y alfarería 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar la infraestructura del cantón * Preparar la población para el turismo
Lista de amenazas	FA (Maxi - Mini)	DA (Mini - Mini)
<ul style="list-style-type: none"> * Fenómeno Natural (Inundaciones, sequías y vientos huracanados) * Apoyo de la población 	<ul style="list-style-type: none"> * Desarrollar un programa para prevenir las consecuencias de los fenómenos naturales * Capacitación de los Pobladores 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar el transporte público

Elaborado: Autores

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Tamaño y localización

El centro de Samborondón es un sector de gran desarrollo comercial, se encuentran locales de expendio alimentos, ropa, artículos para el hogar, una extensión de la Universidad de Guayaquil, y demás locales que hacen de esta una zona de afluencia masiva durante el día.

Además se encuentra: el Municipio de Samborondón donde se realizan todo tipo de actividades de índole municipal, permisos, etc.; un Centro

de Información Turística, y actualmente se está terminándose de construir el Malecón que cuenta con un muelle para canoas que transportan a los pobladores de los recintos aledaños hacia la cabecera cantonal, un mirador turístico, etc. Al ser un lugar relativamente pequeño en extensión, a pocas cuadras se encuentran la iglesia del sector, el mercado municipal, la asociación de ganaderos, el taller de alfarería, el taller de canoas, el coliseo, la panificadora “La Central”, donde venden las típicas rosquitas samborondeñas, la gallera y más lugares que reflejan la identidad de los residentes.

El Centro turístico-gastronómico estará ubicado en la provincia del Guayas, Cantón Samborondón, Cabecera cantonal, en la calle Malecón y Simón Bolívar.

El terreno en que se puede llevar a cabo la construcción del Centro Turístico-Gastronómico, es actualmente propiedad del municipio de Samborondón con un área aproximada de 720m², el mismo que en un futuro podrá materializar la propuesta con un área de 300m² de construcción.

3.2 Determinación de actividades y servicios a desarrollar

El Centro Turístico Gastronómico basará sus actividades en ofrecer el servicio de Alimentos y Bebidas, poniendo a la venta de los turistas los platos típicos del sector, básicamente con los ingredientes predilectos de la zona así como: Camarón de río, pescado de río, hoja de banano (vijao), arroz, pato, res, limón, etc..

A continuación se detallan los platos a ofrecer, los cuales fueron estudiados y facilitados por estudiantes del seminario de graduación número 3, quienes inventariaron la gastronomía del cantón: ⁴

- Seco de pato
- Ceviche de camarón de río
- Bagre hornado
- Caldo de bola
- Corvina de río frita fileteada
- Estofado de corazón
- Sancocho de bagre
- Cazuela de bocachico
- Estofado de corvina

⁴ Análisis, Inventario Gastronómico del Cantón Samborondón” (Tesis, Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2007, G. Medina, V. Triviño. P. Blum.

- Ayampaco
- Ceviche de corvina

3.2.1 Paseos a Caballos

Se ofrecerá a los turistas el alquiler de caballos para que puedan realizar paseos por el centro del cantón, por el lapso de 30 minutos teniendo la probabilidad de visitar parte sus atractivos, como son:

- La panificadora “La Central” donde podrán degustar las exquisitas rosquitas samborondeñas tan codiciadas por todos;
- El taller de alfarería donde puede observar el proceso que sigue el alfarero para elaborar las vasijas, de igual manera comprar la que sea de su agrado;
- Los talleres de elaboración de canoas.
- Las Gallera del sector
- Y conocer los alrededores de la cabecera cantonal

El cliente tendrá la opción de visitar los lugares que él crea pertinente de acuerdo sus gustos. El centro turístico-gastronómico le facilita un mapa el cual resalta los lugares aconsejados para visitar durante su recorrido.

El alquiler del caballo por persona es de \$4,00 por un periodo de 30 minutos.

3.2.2 Paseos en Canoa

Por un lapso de 30 minutos los turistas podrán disfrutar de un recorrido por los lugares aledaños que se encuentran a las orillas del río Babahoyo, así como conocer más sobre la flora y fauna del cantón.

Se realizará un convenio con la asociación de canoeros que trabaja en el sector, ofreciendo un porcentaje del 50% por cada recorrido en canoa que se realice desde el centro turístico-gastronómico. Se capacitará a las personas que trabajan en las canoas para que ellos puedan servir de guías para los turistas.

El precio del recorrido es de \$3,00 por persona, por un periodo de 30 minutos. Se necesita un mínimo de 6 personas para realizar el recorrido, caso contrario se espera a que se complete el cupo.

En caso de existir un grupo de más de 15 personas se realizará un descuento de \$1,00 por cada uno, es decir el precio será de \$2 por persona.

3.2.3 Venta de Suvenir

Se contará con un área de información turística del cantón y de las actividades que ofrece el Centro Turístico-gastronómico. De igual manera podrán comprar recuerdos de su visita.

3.3 Características de las instalaciones turísticas

Las instalaciones del Centro Turístico-Gastronómico serán de construcción mixta, se combinarán armoniosamente los materiales típicos de la zona como madera, caña y balsa sin excluir el concreto que será necesario para fortalecer la infraestructura. Tratando de ofrecer a los clientes un lugar agradable durante su estadía que les brinde sensación de confort y les recuerde un poco la infraestructura típica del Cantón.

El restaurante del Centro Turístico, está diseñado para que flote anclado a orillas del río Babahoyo, junto al Centro turístico, este dará la sensación de estar en una de las casas flotantes típicas del cantón que existían hace algunos años atrás, de las cuales aun se preservan 2 casas de la localidad pero lamentablemente el M.I. Municipio de Samborondón nos informó que próximamente serán demolidas.

3.4 Descripción del equipamiento a requerir

Para realizar las actividades del Centro se van a requerir algunos materiales y equipos para facilitar y hacer más ágiles las operaciones. El detalle de los equipos se lo realizó dividiendo los que se utilizarán para cada área de trabajo, los mismos que se detallan a continuación:

- Alimentos y Bebidas (Restaurante)
- Recreación
- Atención al cliente
- Administración
- Limpieza
- Decoración

Para la elección de los mismos se considera la funcionalidad de los equipos, los costos para que estos no excedan el presupuesto del proyecto, sin dejar de un lado la calidad, para que al momento que estén en operaciones tengan un óptimo funcionamiento.

Alimentos y Bebidas

En esta área se tomó en cuenta todos los materiales y equipos que se van a utilizar para la cocina, comedor y atención de los clientes en el restaurante. Los mismos que se detallan a continuación:⁵

- *Loza*: Son todos los trastos de barro fino que se utiliza para prestar el servicio (platos, tazones, tazas, etc.)
- *Cristalería*: Son todos los trastos de cristal que se utiliza para brindar el servicio (vasos, jarras de agua, copas, etc.)

⁵ Manual del Puesto del mesero, Secretaría de turismo, 1987

- *Plaqué:* Los cubiertos que se utiliza para brindar el servicio (cuchillo, cucharas, tenedores, etc.)
- *Utilería:* Demás objetos que se utilizan para brindar el servicio en el restaurante así como: azucareras, cafeteras, salseras, mantequilleras, saleros, pimenteros, etc.
- *Charola de servicio:* En la charola se transportan los platillos que se servirán a los clientes en la mesa.
- *Mantelería:* Todos los manteles, trapos de servicio, servilletas de trapo, etc., que se requieren en el salón.
- *Aparador:* Es el lugar donde el mesero y su ayudante tienen todo su equipo de trabajo para prestar el servicio. Evita los frecuentes viajes a la cocina.
- *Electrodomésticos.-* Equipos que facilitarán la elaboración y preservación de los alimentos. (Refrigeradora, congelador, cocina, licuadora, batidora)

Recreación

Se entiende como recreación los espacios utilizados para brindar esparcimiento a los visitantes del Centro Turístico. Entre los cuales constan los paseos en canoa y paseos en caballo, a pesar que estos serán operados por la asociación de canoeros y de ganaderos

respectivamente, necesitarán ciertos equipos para operar y ofrecer la seguridad que los clientes exigen.

Para los paseos en canoa serán necesarios los chalecos salvavidas, tanto para niños, jóvenes y adultos, brindándoles la seguridad que estos requieren.

Para los paseos caballos son necesarias las monturas, pero esto no será un costo de inversión porque la asociación de ganaderos provee de todo los implementos para los paseos.

Atención al cliente

Se implementará un área para atender a los clientes, que servirá para descansar, espera de los servicios, y obtener información turística del cantón.

El área de caja, información turística, y sala de espera se toman en cuenta al momento de enlistar los equipos que se utilizarán para empezar con las actividades, los cuales se detallan a continuación:

Administración

Se contará con un área administrativa en la que se realizaran las actividades de logística para operar el centro, la misma que requerirá los siguientes equipos:

- Computadoras
- Útiles de Oficina
- Escritorios

Limpieza

Es de gran importancia la higiene y la limpieza en cualquier bien que reciba turistas y brinde un servicio al público, centro de atención al cliente Para mantener el centro en buen estado y acto

- Escobas
- Tachos de basura
- Trapeador

Decoración

Para brindar un ambiente agradable la decoración influye mucho para la comodidad del turista. El centro turístico priorizará implementar objetos que den un toque rustico y elegante.

- Petates
- Muebles y enseres
- Cuadros

3.5 Evaluación de zonas de riesgos

Toda actividad turística como cualquier actividad humana, se desarrolla sobre un territorio determinado, generando sobre él una serie de impactos para la sociedad y medio ambiente, pudiendo ser positivos o negativos.

En este punto se analizará los impactos que genere la creación del centro turístico-gastronómico en el cantón Samborondón, para reducir los posibles impactos que pueda traer consigo la visita de pequeños y grandes grupos de turistas.

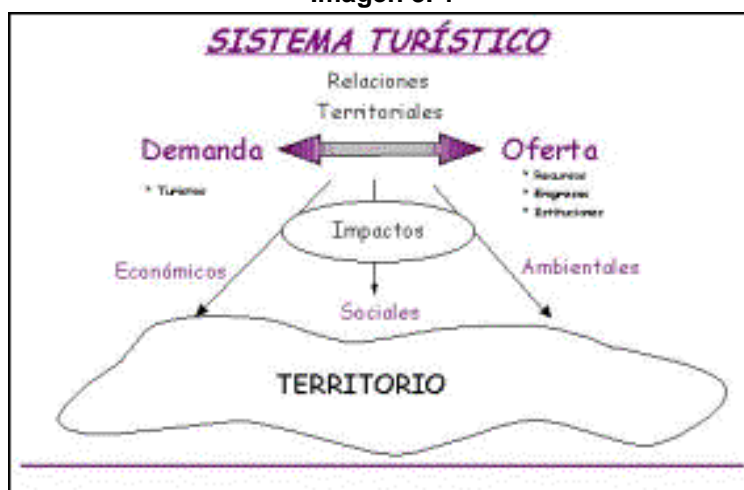
De acuerdo al Sistema Turístico, analizando los impactos de la oferta y la demanda, se determino lo siguiente:

Económicos.- Puesto que la actividad turística da empleo a muchos trabajadores, con lo que se dinamizan las zonas de destino, aunque como aspecto negativo presente una alta inflación en los precios;

Culturales.- Las relaciones entre culturas y pueblos diferentes, producirá un intercambio cultural enriquecedor tanto para los habitantes del lugar de destino, como para los turistas; y como aspectos negativos, la difusión de hábitos urbanos poco saludables por las zonas turísticas;

Ambientales.- La construcción de edificios, carreteras, y otras infraestructuras turísticas destruyen parcialmente el recurso turístico paisajístico, por ejemplo en las zonas litorales o la presencia masiva de turistas acaba degradando los ecosistemas naturales, aunque la visita de estos espacios genera una concienciación social que ayuda a protegerlos legalmente.

Imagen 3. 1



3.5.1 Matriz Causa Efecto

Para un mayor estudio de de los impactos Socio-Ambientales, identificar y valorar los posibles impactos que generaría este proyecto durante su diseño, construcción, y operación se ha considerado el uso de la Matriz Causa-Efecto.

Se definieron cuatro niveles para medir e interpretar los impactos de una manera ágil y práctica.; definiendo así: NEUTRO: N, ACEPTABLE: A, CRÍTICO: C, INACEPTABLE: I.

Neutro: Actividades que provoquen un impacto casi imperceptible en el ambiente.

Aceptable: Cuando la acción provoque algún tipo de impacto que se considera manejable y de menor magnitud al ambiente, los cuales no afectan gravemente al área de estudio.

Críticos: Aquella actividad que generará impactos de significativa importancia que con el tiempo y la constancia podría convertirse en Inaceptables, por lo tanto requieren mayor atención y medidas correctivas a ejecutarse oportunamente.

Inaceptable: Impactos de gran importancia provocados por acciones drásticas que conllevan un alto grado de Irreversibilidad, los cuales afectarían la ejecución y operación de proyecto alguno.

A través del uso de la Matriz Causa-Efecto se pudo identificar varios impactos, los cuales se consideran manejables, es decir las acciones ejecutadas durante estas etapas no influyen dramáticamente en el ambiente. A continuación analizaremos los posibles impactos con nivel aceptable y crítico, identificados por medio de la Matriz Causa-Efecto.

Tabla XIV
Matriz Causa y Efecto

ACCIONES DEL PROYECTO		DURANTE LA		
		ETAPA DE:		
IMPACTO AMBIENTAL		DISEÑO	CONSTRUCCION	OPERACIÓN
AIRE	CALIDAD	N	A	A
	RUIDO	N	A	A
AGUA	CALIDAD	A	A	A
	CANTIDAD	N	A	A
SUELO	EROSION	N	N	N
	PRODUCTIVIDAD	N	N	N
	RELLENO	N	N	N
	EXCAVACION SUPERFICIAL	N	A	N
PAISAJE	BELLEZA	N	A	A
	VISUAL	N	A	A
POBLACION	EMPLEO	C	A	A
	COSTUMBRES	N	A	A
OTROS	ECOSISTEMAS	N	N	N
	MANEJOS DE DESPERDICIOS	A	C	C

Elaborado: Autores

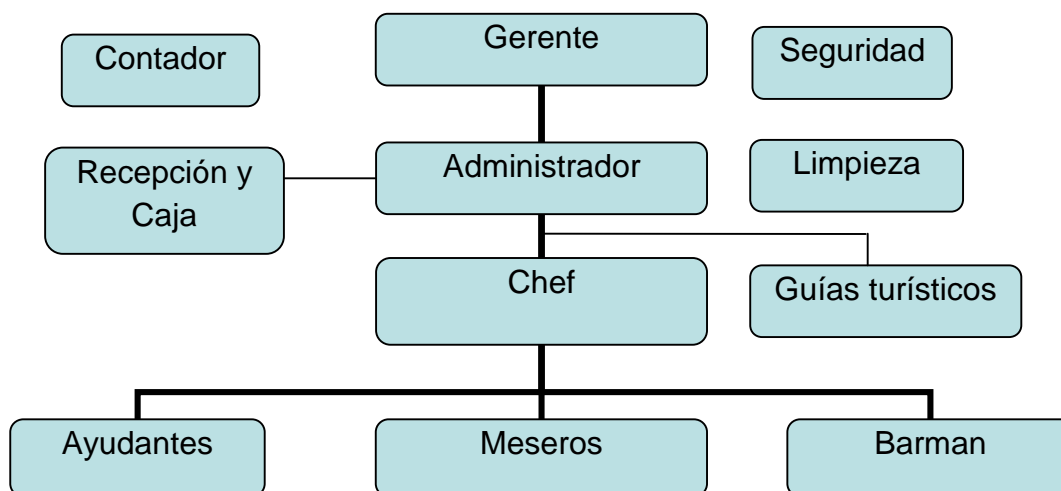
CAPITULO IV

GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

4.1 Estructura organizacional

Para realizar las actividades del Centro Turístico-gastronómico es necesario contar con equipo humano capacitado para ejecutar las diferentes tareas que se les encomendaran. A continuación se adjunta el organigrama, especificando los cargos a requerir.⁶

⁶ Libro de Marketing, Philip Kotler



4.2 Estrategias de comercialización

De acuerdo a los servicios que se ofrecerán en el Centro Turístico-gastronómico y la ubicación del mismo, se seleccionó como nombre comercial **“Plaza Samborondón”**. Teniendo en cuenta que una representación gráfica, más visual que verbal es importante para comenzar a posicionarse en la mente de los consumidores, se tiene como resultado el siguiente logotipo:

Gráfico 4. 1
Logo del Proyecto



Elaborado: Autores

Plaza Samborondón, tiene como fin el posicionarse como un lugar de recreación familiar donde puedan degustar los mejores platos típicos y disfrutar de variadas opciones de esparcimiento.

Los tres primeros meses después de su inauguración la entrada al centro Turístico-gastronómico será totalmente gratuita para todo el público con el fin de que conozcan todos los servicios e instalaciones que Plaza Samborondón les ofrece.

Después de los tres primeros meses en adelante la entrada tendrá un costo de 5 dólares por persona con opción de consumir un plato típico que este dentro del precio antes indicado o pueden canjearlo por un paseo en caballo o en canoa.

4.2.1 Estrategias de Comunicación

Para llegar al consumidor se plantean diferentes opciones de comercialización que sean atractivas, las cuales inciten a los futuros clientes a visitarnos y de esa manera posicionar nuestro mercado meta.⁷

El plan de comunicación persigue los siguientes objetivos hacia el turista.

- Que Plaza Samborondón les brindará los mejores platos típicos del sector.
- Proyectar que es un lugar para disfrutar de la naturaleza en familia y con amigos.
- Confianza que encontrarán un lugar con excelente atención, ambiente agradable y seguridad.

Entre los medios de comunicación que se tomaran en cuenta para dar a conocer y comercializar el establecimiento son:

Televisión.- Por medio de cuñas televisivas antes de la inauguración de Plaza Samborondón.

⁷ Tácticas de “Guerrilla de Marketing”, Jay Conrad Levidson,

Prensa escrita.- Publicidad en la “Revista Samborondón” que circula en las Urbanizaciones de la vía Samborondón, y en la “Guía de Guayaquil” que circula gratis en principales puntos de la ciudad, como hoteles, restaurantes, lugares de esparcimiento, universidades, etc.

Vallas Publicitarias.- Ubicadas en diferentes puntos de la ciudad.

4.2.2 Lanzamiento Plaza Samborondón

La primera impresión es importante en cualquier ámbito y más aún en el ámbito empresarial, de tal manera se propone para el lanzamiento, realizar una carrera de 8km en la cabecera cantonal, la misma que va a partir desde un punto estratégico en la vía a Samborondón hasta llegar al centro Turístico-gastronómico Plaza Samborondón donde culminarán los 8 Kilómetros de recorrido. La hora de la partida de la carrera será a las 9 de la mañana y para lo que se espera contar con la presencia de gran cantidad de participantes tanto del cantón como de los sectores aledaños.

Premios: Primer lugar: Paquete Familiar para pasar un día en el centro gastronómico Plaza Samborondón con todos los gastos incluidos; el segundo lugar se ganara un paquete para dos personas con todos los gastos incluidos y el tercer lugar un paseo en canoa y en caballo gratis.

Auspiciantes: Se conseguirán empresas interesadas en auspiciar la carrera y adicional ellos ganarán publicidad.

Publicidad: La publicidad de la carrera se la realizará por medio de carteles, volantes, anuncios publicitarios en el semanario que circula en la vía Samborondón y en la revista del diario el Universo.

4.3 Plan de promoción

El Centro Turístico Gastronómico contará con algunas promociones para familias que les guste ir frecuentemente al Centro, así como precios especiales para excursiones escolares, colegiales y para universidades.

La entrada se la paga en caja, las reservaciones se podrán realizar vía telefónica, por la cual tendrán que cancelar el 50% de anticipado ya sea directamente en el centro o haciendo un depósito en una cuenta bancaria.

4.3.1 Segmento Del Mercado

El segmento del mercado al que estará dirigido el centro Turístico-gastronómico es el siguiente:

- Residentes de la ciudad de Guayaquil y pueblos aledaños
- Familias

- Jóvenes mayores de 20 años
- Personas que aprecian la gastronomía
- Interesados en el turismo nacional
- Escuelas, colegios y universidades

4.3.1.1 Mercado Objetivo

Grupo Objetivo A

Nuestro G.O. es de nivel socio económico medio alto que habitan en la vía Samborondón y en la Ciudad de Guayaquil, que les gusta salir en familia y disfrutar de actividades al aire libre, hacer ejercicios caminar, trotar, cabalgar, dar paseos en canoa etc.

Se determina un mercado global potencial de 272,196 personas que cumplen con un perfil de ingresos y educación adecuado con el poder adquisitivo para el consumo del producto ofertado. Está compuesto de un 12.03% de habitantes del cantón Samborondón y un 13.07% del cantón Guayaquil.

Grupo Objetivo B

Personas que viven en Samborondón y sus alrededores como tarifa, las maravillas, salitre, Daule etc.

- Nivel socio económico medio alto y medio
- Nivel de adquisición mediano

4.3.2 Objetivos y Acciones de Marketing

Después de realizar el estudio de marketing para el proyecto se obtiene como resultado los siguientes objetivos y acciones proyectados a corto, mediano y largo plazo.

4.3.2.1 Corto Plazo

Objetivos de Marketing

- Alcanzar un reconocimiento de marca de un 30% con respecto a nuestro grupo objetivo, en un lapso de 2 meses, y que sepan los servicios a ofrecer por Plaza Samborondón
- Obtener en un lapso de 3 meses que el 20% de nuestro grupo objetivo haya visitado Plaza Samborondón.
- Posicionar a Plaza Samborondón como el mejor lugar de comida Típica, familiar, en el sector y ser la primera opción de esparcimiento para su salida familiar.

Acciones De Marketing (Lanzamiento)

- Volantes informativas de Plaza Samborondón (ubicación, servicios que brinda, y menú de comida)

- HTML, mandar mails, masivos con la información de Plaza Samborondón
- Pop ups en páginas de Internet en los servidores de la empresa.
- Banners informativos en las afueras de Plaza Samborondón.
- Invitaciones personalizadas para el lanzamiento de Plaza Samborondón
- Sanqueros, repartidores de volantes en los semáforos

4.3.2.2 Mediano Plazo

Objetivos de Marketing

- Alcanzar un reconocimiento de marca de un 70% en un lapso de 4 meses, y que sepan que es Plaza Samborondón
- Obtener en un lapso de 2 meses que el 30% de nuestro grupo objetivo consuma en Plaza Samborondón.
- Posicionar a Plaza Samborondón como el mejor lugar de comida Típica, familiar, en el sector y ser la primera opción para su salida familiar.

Acciones de Marketing (Mantenimiento)

- Volantes informativas de plaza Samborondón (menú de comida y promociones)
- Enviar mails masivos con la información de Plaza Samborondón
- Pop ups en páginas de internet en los servidores de la empresa
- Invitación a amigos y familiares por medio del facebook
- Banners informativos en las afueras de restaurant
- Campaña de mantenimiento de un cronograma diario, relacionando el tipo de información, con los colores, las promociones y ofertas por día, ejemplo: sábados de dulces 2x1.

Objetivos de Marketing

- Alcanzar un reconocimiento de marca de un 70% en un lapso de 4 meses, y que sepan que es Plaza Samborondón
- Obtener en un lapso de 2 meses que el 30% de nuestro grupo objetivo consuma en Plaza Samborondón.

- Posicionar a Plaza Samborondón como el mejor lugar de comida Típica, familiar, en el sector y ser la primera opción para su salida familiar.

4.3.2.3 Largo Plazo

Objetivos De Marketing

Alcanzar que un 50% de nuestro G.O. cercanas a Plaza Samborondón nos reconozca como un lugar de reuniones y de buen ambiente para pasarla en familia.

- Obtener el 30% de consumo de nuestro grupo objetivo de los alrededores y de nuestra cabecera cantonal en un lapso de 4 a 5 meses.
- Posicionar a Plaza Samborondón como el mejor lugar de comida Típica, familiar, en el sector y ser la primera opción para su salida familiar.

Acciones de Marketing (Mantenimiento para las otras empresas y edificios)

- Flyer informativo de Plaza Samborondón (menú de comida, cocteles y promociones)

- HTML, mandar mails, masivos con la información de fashion café
- Vallas Publicitarias con la información de Plaza Samborondón.
- Anuncios de prensa
- Banners informativos en las afueras de Plaza Samborondón

CAPITULO V

ASPECTOS FINANCIEROS

5.1 Costos

5.1.1 Costos Fijos

Los costos fijos son los que no varían y se mantienen constantes independientemente de la actividad de la empresa durante ciertos rangos de tiempo. Los costos fijos deben ser siempre solventados ya sea que existan o no ingresos para la empresa.

Al momento de iniciar actividades y durante el transcurso de las mismas el Centro Turístico Gastronómico tendrá diferentes costos fijos que se especifican mensuales y anuales en la siguiente tabla:

Tabla XV
Costos Fijos

Costos	Mensual	Anual
Mano de obra Indirecta	\$ 643.08	\$ 7,717.00
Mantenimiento	\$ 30.00	\$ 360.00
Internet	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Luz Eléctrica	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Suministros de limpieza	\$ 9.43	\$ 113.14
Agua Potable	\$ 4.68	\$ 56.16
Teléfono	\$ 15.00	\$ 180.00
Sueldos	\$ 700.00	\$ 8,400.00
TOTAL	\$ 1,622.19	\$ 19,466.30

Elaborado: Autores

5.1.2 Costos variables

Los costos variables son los que varían proporcionalmente en forma directa, en relación al nivel de actividad de la empresa, ya sea aumentando o disminuyendo sus valores. Son los costos por "producir" o "vender".

El Centro Turístico contará con los siguientes costos variables según el tipo de plato a preparar. Apoyándonos en las encuestas realizadas diariamente se venderán un promedio de 144 platos y según estos datos se ha realizado la proyección mensual y anual de los costos variables (tabla XVI)

Tabla XVI
Costos variables

DETALLE	Valor unitario	Mensual	Anual
Arroz	\$ 0.09	\$ 301.00	\$ 3,612.00
Papa	\$ 0.10	\$ 344.00	\$ 4,128.00
Cebolla	\$ 0.05	\$ 180.60	\$ 2,167.20
Tomate	\$ 0.03	\$ 103.20	\$ 1,238.40
Pimiento	\$ 0.03	\$ 103.20	\$ 1,238.40
Sal	\$ 0.01	\$ 17.20	\$ 206.40
Azúcar	\$ 0.02	\$ 68.80	\$ 825.60
Aliños	\$ 0.01	\$ 27.52	\$ 330.24
Naranja	\$ 0.01	\$ 17.20	\$ 206.40
Agua en Botella para Jugos	\$ 0.01	\$ 43.00	\$ 516.00
Pollo	\$ 0.75	\$ 2,580.00	\$ 30,960.00
Carne	\$ 1.00	\$ 3,440.00	\$ 41,280.00
Otros insumos	\$ 0.02	\$ 68.80	\$ 825.60
Total	\$ 2.12	\$ 7,294.52	\$ 87,534.24

Elaborado: Autores

5.2 Inversiones

La inversión es el monto inicial que se realiza en toda empresa para el inicio de actividades, para de esta manera adquirir instrumentos de producción, que la empresa utilizará durante varios años para cumplir sus metas y objetivos.

Tabla XVII
Inversión del proyecto

	MONTOS (\$)	
INVERSION INICIAL	286,339.00	
CAPITAL DE TRABAJO	40,504.00	PORCENTAJE
<i>MONTO REQUERIDO</i>	<i>326,844.00</i>	<i>100%</i>
CAPITAL PROPIO	98,053.00	30%
PRESTAMO	228,791.00	70%

Elaborado: Autores

El monto total requerido está compuesto por la inversión inicial y el capital de trabajo. Dentro del rubro de la inversión inicial se encuentran los costos por equipos de operación, equipos de oficina, amueblamiento complementario, edificio, terreno, gastos pre-operacionales y otros equipos. El capital de trabajo que son los recursos necesarios para el primer año de funcionamiento ha sido calculado por el método del mayor déficit acumulado, lo que significa que durante un año se

calculan los ingresos y gastos que se obtendrán mensualmente y se establecerá un saldo acumulado de la diferencia de egresos menos los gastos.

Por lo tanto la inversión inicial será por \$286.339 y el capital de trabajo en el caso de este proyecto el valor mayor acumulado obtenido corresponde a \$40.504, lo que hace un total de \$326.844. La inversión se realizará para el Centro Turístico Gastronómico estará conformada por capital propio que es el patrimonio de la empresa y representa el 30% por \$98.053 y el 70% restante se realizará un préstamo bancario por \$228.791 a 10 años.

5.3 Plan de financiamiento

El plan de financiamiento comprende los recursos monetarios necesarios para llevar a cabo la actividad económica, que nos ayudan a complementar los recursos propios y se cubren con los ingresos generados por el proyecto.

El Centro Turístico Gastronómico se financiara con un préstamo que corresponde al 70% de la Inversión Inicial por \$228.790,53, el cual consiste en la suma de las inversiones en maquinarias, capital de trabajo, y gastos iniciales de publicidad y arriendo, se ha considerado un préstamo con un plazo de 10 años con una tasa de 12.5% anual.

Tabla XVIII
Tabla de Amortización

Periodo	Pago	Interés	Capital	SALDO
0				-\$228,790.63
1	-\$41,324.57	-\$28,598.83	-\$12,725.74	-\$216,064.89
2	-\$41,324.57	-\$27,008.11	-\$14,316.46	-\$201,748.43
3	-\$41,324.57	-\$25,218.55	-\$16,106.02	-\$185,642.41
4	-\$41,324.57	-\$23,205.30	-\$18,119.27	-\$167,523.14
5	-\$41,324.57	-\$20,940.39	-\$20,384.18	-\$147,138.96
6	-\$41,324.57	-\$18,392.37	-\$22,932.20	-\$124,206.76
7	-\$41,324.57	-\$15,525.85	-\$25,798.73	-\$98,408.03
8	-\$41,324.57	-\$12,301.00	-\$29,023.57	-\$69,384.47
9	-\$41,324.57	-\$8,673.06	-\$32,651.51	-\$36,732.95
10	-\$41,324.57	-\$4,591.62	-\$36,732.95	\$0.00

Elaborado: Autores

5.4 Proyección de estados de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es el que nos muestra los ingresos, gastos, utilidades y pérdidas que ha tenido o tendrá el proyecto. Aquí se resume de manera ordenada los resultados netos del proyecto durante un periodo de tiempo de 10 años.

Los valores se han calculado en base al costo unitario y luego multiplicado por 5 días laborables, 4 semanas del mes y luego por 12 meses. Los datos utilizados para cabalgatas son: \$4.00 costo cabalgata, 8 recorridos por cada caballo, 4 caballos hacen 640 recorridos al mes; Paseos en canoas: \$4.00 costo cabalgata, 8 recorridos por cada canoa, 2 canoas con capacidad para 15 personas hacen 240 recorridos al mes. Los ingresos gastronómicos son basados en las encuestas y luego multiplicado por el costo para así saber la cantidad mensual.

Se ha considerado también en el cuadro la compra de nuevos equipos a los 5 años de funcionamiento y equipos de computación cada 3 años.

En el cuadro a continuación también podemos observar valores negativos en el año 0 y 1 que es a nivel de los resultados del proyecto como tal y están considerados en el monto total requerido para emprender el proyecto ya que los gastos diarios se han considerado en el cálculo del capital de trabajo. A partir del año 3 el flujo de caja se muestra positivo y en función del flujo de caja la recuperación de la inversión se logrará al cabo del cuarto año de operaciones como lo podremos visualizar en el estado de pérdidas y ganancias del Centro Turístico Gastronómico:

Tabla XIX

FLUJO DE CAJA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Cabalgatas		15,360	35,213	40,363	46,267	53,034	60,791	69,682	79,874	91,556	104,947
Paseos en lancha		115,200	264,098	302,726	347,002	397,755	455,931	522,616	599,054	686,672	787,105
Ingresos Gastronómicos		105,660	242,228	277,656	318,266	364,816	418,174	479,337	549,445	629,807	721,922
TOTAL INGRESOS		236,220	541,539	620,745	711,536	815,605	934,896	1,071,634	1,228,372	1,408,034	1,613,974
COSTOS DE FABRICACION											
Materiales Directos		117,052	244,638	255,647	267,151	279,172	291,735	304,863	318,582	332,918	347,900
Materiales Indirectos		708	1,553	1,703	1,868	2,049	2,248	2,466	2,705	2,967	3,254
MOD		55,224	91,795	103,645	117,075	132,302	149,572	169,167	191,407	216,656	245,333
MOI		7,717	8,465	9,285	10,185	11,172	12,254	13,442	14,744	16,173	17,740
CFP		16,884	18,520	20,314	22,283	24,442	26,810	29,408	32,258	35,384	38,812
COSTO DE VENTA TOTAL	0	197,584	364,970	390,594	418,562	449,137	482,620	519,346	559,695	604,098	653,039
UTILIDAD BRUTA	0	38,636	176,569	230,151	292,974	366,468	452,276	552,288	668,677	803,936	960,935
GASTOS OPERACIONALES											
Gastos Administración		11,066	11,777	12,538	13,354	14,229	15,168	16,175	17,258	18,421	19,671
Gasto de Ventas		6,150	6,746	7,400	8,117	8,903	9,766	10,712	11,750	12,889	14,138
Gasto de Publicidad		10,080	11,057	12,128	13,303	14,592	16,006	17,558	19,259	21,125	23,172
DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN		17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059
Equipos de Operación		946	946	946	946	946	946	946	946	946	946
Equipos de Oficina		603	603	603	603	603	603	603	603	603	603
Otros Equipos		76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Amoblamiento Complementario		1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294

Edificio		12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448
Gastos pre operacionales		1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	0	44,355	46,638	49,124	51,832	54,783	57,999	61,504	65,325	69,493	74,039
UTILIDAD OPERATIVA	0	-5,719	129,931	181,027	241,142	311,685	394,277	490,785	603,351	734,443	886,895
OTROS INGRESOS / GASTOS											
Gasto de Interés		28,599	27,008	25,219	23,205	20,940	18,392	15,526	12,301	8,673	4,592
UTILIDAD DESPUES DE INTERESES	0	-34,318	102,923	155,808	217,936	290,744	375,885	475,259	591,050	725,770	882,304
Utilidad por venta de Activos Fijos											
Equipos de Operación						473					473
Equipos de Oficina						135	100			100	135
Otros Equipos						38					38
Amoblamiento Complementario						647					647
Edificio											49,790
UTIL. ANTES PART. TRAB.	0	-34,318	102,923	155,808	217,936	292,037	375,985	475,259	591,050	725,870	933,387
Participación trabajadores (15%)	0	0	15,438	23,371	32,690	43,806	56,398	71,289	88,658	108,881	140,008
UTIL ANTES DE IMP.	0	-34,318	87,484	132,437	185,246	248,232	319,587	403,970	502,393	616,990	793,379
IMP. (25%)	0	0	21,871	33,109	46,311	62,058	79,897	100,992	125,598	154,247	198,345
UTILIDAD NETA	0	-34,318	65,613	99,328	138,934	186,174	239,690	302,977	376,794	462,742	595,034
DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN		17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059	17,059
Equipos de Operación		946	946	946	946	946	946	946	946	946	946
Equipos de Oficina		603	603	603	603	603	603	603	603	603	603
Otros Equipos		76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Amoblamiento Complementario		1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294	1,294
Edificio		12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448	12,448
Gastos pre operacionales		1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692	1,692
VALOR EN LIBROS											

Equipos de Operación											
Equipos de Oficina											
Otros Equipos											
Amoblamiento Complementario											
Edificio											
PRESTAMO	228,791										
AMORTIZACION		12,726	14,316	16,106	18,119	20,384	22,932	25,799	29,024	32,652	36,733
INVERSION											
Equipos de Operación	4,728					4,728					
Equipos de Oficina	2,350		1,000			1,350	1,000			1,000	
Otros Equipos	380					380					
Amoblamiento Complementario	6,471					6,471					
Edificio	248,950										
Terreno	15,000										
Gastos pre operacionales	8,460										
CAP. TRABAJO	40,504										
VALOR DE DESECHO											2,761,870
FLUJO DE CAJA	-98,053	-29,985	68,356	99,280	137,874	169,919	232,817	294,237	364,830	446,149	3,337,230

VNA	\$971,548
TIR	70%

Elaborado: Autores

CONCLUSIÓN

En la actualidad el cantón Samborondón no cuenta con una infraestructura adecuada para el turismo receptivo, pero sí con una variedad de atractivos, hermosos paisajes naturales, deliciosa gastronomía y habitantes acogedores, que hacen de cualquier visita un momento agradable.

Para impulsar la actividad turística del cantón, se desarrolla esta propuesta que busca fomentar la comida típica, actividades recreativas y paseos en el lugar, siendo la comunidad parte importante su desarrollo, debido a que ellos serán los ejecutores del Centro Turístico-gastronómico

Después de las investigaciones realizadas y la redacción de la tesis se concluyó que el proyecto es rentable económicamente, aportando con empleo a la comunidad, obteniendo ganancias y aportando con un área agradable con buena atención y rica comida para recibir a los próximos turistas.

RECOMENDACIONES

Una vez estudiado y analizado el lugar y la propuesta se consideran las siguientes recomendaciones:

- Es importante que se fomente la visita a los sitios rurales y de importancia para la provincia como lo es el cantón Samborondón, esté aparte de tener una gama de atractivos turísticos también posee mucho valor histórico y cultural.
- Es necesario capacitar y orientar a la población referente al turismo y lo que este puede aportar a su bienestar ya sea directa e indirectamente, para que así se involucren como parte activa de cada uno de los proyectos turísticos que se implementen en el lugar.
- A pesar que en la actualidad se está realizando un agresivo plan de promoción para el cantón, es necesario que esto sea continuo hasta que quede perenne en la mente de sus futuros turistas y consumidores.
- Promover costumbres, tradiciones y comida típica para que de esta manera Samborondón se autopromocione.
- Impulsar el uso de los recursos de la zona siempre en armonía con el paisaje de una manera renovable.

Se espera que con este proyecto y los que se realicen en el futuro el cantón se desarrolle paulatinamente y se afiancé como un destino importante en el turismo receptivo.



ANEXOS



BIBLIOGRAFÍA

1. Municipio de Samborondón, página web, <http://www.samborondon.gov.ec>
2. VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado el 25 de noviembre del año 2001.
3. Diccionario Enciclopédico Universal AULA, Cultural S.A, 1997.
4. “Análisis, Inventario Gastronómico del Cantón Samborondón” (Tesis, Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2007, G. Medina, V. Triviño. P. Blum.
5. Manual del puesto de mesero, Secretaria de Turismo, 1987, Pág. 113-121.
6. Libro de Marketing, Philip Kotler
7. Tácticas de “Guerrilla Marketing”, Jay Conrad Levinson, Plaza & James Editores S.A., 1990.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	2
ASPECTOS GENERALES	2
1.1 Aspectos geográficos	2
1.1.1 Clima	3
1.2 Antecedentes históricos	4
1.2.1 Origen	4
1.2.2 Fundación	5
1.2.3 Independencia	7
1.2.4 Cantonización	8
1.3 Aspectos Socioeconómicos	15
1.3.1 Población	15
1.3.1.1 División poblacional de acuerdo al sexo	17
1.3.1.2 Nivel de Escolaridad	19
1.3.2 Producción económica	20
1.3.2.1 Alfarería	21
1.3.2.2 Construcción de canoas	22
1.3.2.3 La pesca artesanal	24
1.3.2.4 Las rosquitas samborondeñas	24
1.3.3 Servicios básicos	26

1.3.4	Atractivos turísticos	26
1.3.4.1	Costumbres y tradiciones	27
CAPITULO II		29
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO		29
2.1	Análisis de la oferta turística	30
2.1.1	Análisis de atractivos turísticos	30
2.1.1.1	Sitios Naturales	31
2.1.1.2	Manifestaciones Culturales	34
2.1.1.3	Festividades Y Eventos	43
2.1.2	Análisis de la infraestructura	45
2.1.3	Análisis de la planta turística	46
2.2	Análisis de la Demanda Turística	49
2.2.1	Análisis de encuestas con gráficos estadísticos	51
2.3	Análisis FODA del destino	66
2.4	Análisis estratégico del producto propuesto	67
2.4.1	Análisis del entorno competitivo	68
2.4.1.1	Competidores potenciales	68
2.4.1.2	Productos Sustitutos	71
2.4.2	FODA	71

CAPITULO III	73
ESTUDIO TÉCNICO	73
3.1 Tamaño y localización	73
3.2 Determinación de actividades y servicios a desarrollar	75
3.2.1 Paseos a Caballos	76
3.2.2 Paseos en Canoa	77
3.2.3 Venta de Souvenirs	77
3.3 Características de las instalaciones turísticas	78
3.4 Descripción del equipamiento a requerir	78
3.5 Evaluación de zonas de riesgos	83
3.5.1 Matriz Causa Efecto	84
CAPITULO IV	87
GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO	87
4.1 Estructura organizacional	87
4.2 Estrategias de comercialización	88
4.2.1 Estrategias de Comunicación	90
4.2.2 Lanzamiento Plaza Samborondón	91
4.3 Plan de promoción	92
4.3.1 Segmento Del Mercado	92
4.3.1.1 Mercado Objetivo	93

4.3.2	Objetivos y Acciones de Marketing	94
4.3.2.1	Corto Plazo	94
4.3.2.2	Mediano Plazo	95
4.3.2.3	Largo Plazo	97
CAPITULO V		99
ASPECTOS FINANCIEROS		99
5.1	Costos	99
5.1.1	Costos Fijos	99
5.1.2	Costos variables	100
5.2	Inversiones	102
5.3	Plan de financiamiento	103
5.4	Proyección de estados de Pérdidas y Ganancias	104
CONCLUSION		108
RECOMENDACIONES		109
ANEXOS		
BIBLIOGRAFIA		

INDICE DE TABLAS

Tabla I: Distribución Poblacional _____	16
Tabla II: División Poblacional _____	18
Tabla III: Sitios naturales _____	31
Tabla IV: Manifestaciones Culturales _____	34
Tabla V: Festividades y Eventos _____	43
Tabla VI: Cooperativas de Transporte a Samborondón _____	46
Tabla VII: Alojamiento _____	47
Tabla VIII: Restaurantes _____	48
Tabla IX: Análisis de encuestas _____	49
Tabla X: Personas que visitarían Samborondón _____	50
Tabla XI: Tamaño de la muestra _____	51
Tabla XII: Análisis FODA del Destino _____	67
Tabla XIII: Análisis FODA del Producto _____	72
Tabla XIV: Matriz Causa y Efecto _____	86
Tabla XV: Costos Fijos _____	100
Tabla XVI: Costos Variables _____	101
Tabla XVII: Inversión del Proyecto _____	102
Tabla XVIII: Tabla de Amortización _____	104
Tabla XIX: Flujo de Caja _____	106

**PLANO DEL
“CENTRO TURISTICO-GASTRONOMICO”**

