



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar

Licenciatura en Turismo

**“PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO Y
RECREACION EN LA PLAYA DE MAR BRAVO”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentado por:

Mariella Alexandra Castillo Zambrano

Priscila Miosotti Martínez Solórzano

Sofía Nataly Villacís Hurtado

Guayaquil – Ecuador

2007

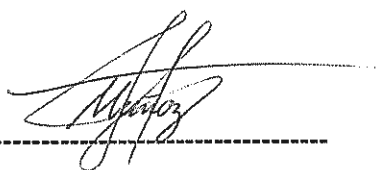
A G R A D E C I M I E N T O

A DIOS, por las bendiciones permanentes en nuestras vidas
A nuestros padres, por su apoyo incondicional
para la consecución de nuestro título
A nuestras familias por su paciencia y respaldo
Al Arq. Miguel A. Castillo A., Ing. José Carrión,
Ing. Juan Carlos Rivas, por la información, conocimientos
y colaboración brindadas en el desarrollo de nuestro proyecto
A nuestro Director, por su asesoría
y guía en esta tesis
A los profesores de la ESPOL, por su cooperación
Y a todas aquellas personas que de una u otra forma,
participaron en la realización de esta investigación.

DEDICATORIA

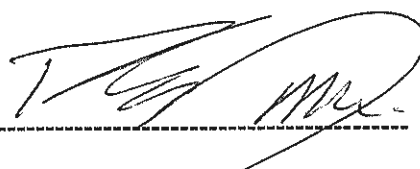
A nuestros padres, esposos e hijos,
con inmenso amor

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



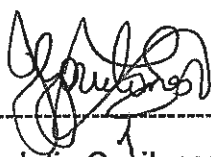
Dr. Marcelo Muñoz

Presidente



David Parra Bozzano

Director de Tesis

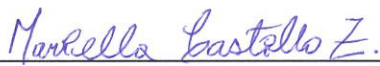


Julio Gavilanes

Miembro Principal

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”



Mariella Castillo Zambrano



Priscila Martínez Solórzano



Sofía Villacís Hurtado

RESUMEN

Mar Bravo, una extensa playa de alrededor de 17 Km. de longitud, es el deleite de los turistas nacionales y extranjeros, por ser uno de los mejores lugares para la observación de atardeceres en la Costa Ecuatoriana, así como por poseer olas favorables para la práctica del surf.

Pero a pesar de poseer estos atractivos naturales, Mar Bravo no cuenta con una oferta de alojamiento, restauración y recreación variada que satisfaga la demanda de turistas que recibe durante el año.

Tomando como base esta premisa, y luego de haber realizado un análisis de las necesidades de los visitantes de esta playa, mediante un estudio de mercado, surge *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”*; un proyecto privado que busca satisfacer las expectativas de los turistas con un servicio de calidad, además de posicionar a Mar Bravo entre los destinos preferentes del turismo de sol y playa, de la recreación urbana y del turismo vacacional.

“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”, con una capacidad total de 216 personas, atenderá las áreas de restauración, recreación y comercio de souvenirs; generando fuentes de trabajo y multiplicando la actividad turística en el sector.

En lo económico, luego de los estudios respectivos, podemos mencionar que el citado proyecto presenta un VAN de \$ 49.379, un TIR del 34% y la inversión (\$ 106.965,00) es recuperada a los 3 años de operación; lo que genera la confianza necesaria y garantiza la inversión de los participantes.

De esta manera, este proyecto de tesis aporta al desarrollo de Mar Bravo, al ampliar la oferta de servicios para los visitantes, generar fuentes de empleo, dinamizar el turismo de la zona y como efecto colateral, al crear un impacto positivo en su economía.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. INFORMACIÓN GENERAL.....	4
1.1 Características Generales de la Zona.....	4
1.1.1 Ubicación Geográfica.....	5
1.1.2 Descripción Poblacional.....	7
1.1.3 Análisis Socioeconómico.....	11
1.1.4 Descripción del Entorno Natural	14
1.1.5 Infraestructura Existente.....	20
1.1.6 Proyectos en Curso	24
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL MERCADO	31
2.1 Características Generales del Mercado	31
2.1.1 Análisis de la Demanda	33
2.1.2 Análisis de la Oferta	56
2.1.2.1 Descripción de la Planta Turística Existente	63
2.1.2.2 Determinación de la Capacidad de Carga	72
2.1.3 Estrategias de la Comercialización.....	82
2.2 Análisis FODA del Destino	89
2.3 Análisis Estratégico.....	96
2.3.1 Análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter.....	97
2.3.2 Análisis FODA del Proyecto	103

CAPÍTULO III. ESTUDIO TÉCNICO Y GESTION DEL PROYECTO...	106
3.1 Análisis de las Características.....	106
3.1.1 Conceptualización del Producto.....	106
3.2 Especificaciones Técnicas.....	107
3.2.1 Localización del Proyecto	107
3.2.2 Tamaño del Proyecto	109
3.2.3 Distribución de los Servicios del Proyecto.....	110
3.2.4 Diseño del Proyecto Bar Mirador Boutique.....	115
3.3 Gestión del Proyecto	120
3.4 Estimación de Costos y Beneficios.....	124
3.4.1 Análisis de los Costos.....	124
3.4.2 Beneficios Socio - Ambientales.....	131
3.4.3 Beneficios Económicos.....	155
CONCLUSIONES.....	162
RECOMENDACIONES.....	165
ANEXOS.....	169
BIBLIOGRAFÍA.....	283

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Población Flotante Mínima en Mar Bravo	8
Tabla 2	Población Flotante Máxima en Mar Bravo	9
Tabla 3	Número de Socios Asociación “Sirena del Mar”	12
Tabla 4	Artículos de Venta Asociación “Sirena del Mar”	13
Tabla 5	Infraestructura de Apoyo al Sector Turístico.....	21
Tabla 6	Temporadas Turísticas del Ecuador	33
Tabla 7	Capacidad de Carga Física	77
Tabla 8	Capacidad de Carga Establecimientos de Alojamiento	78
Tabla 9	Capacidad de Carga Establecimientos Alimentos y Bebidas..	79
Tabla 10	Capacidad de Carga Sitios de Parqueo	80
Tabla 11	Resumen de Capacidad de Recepción de Usuarios	81
Tabla 12	Matriz de Objetivos y Estrategias “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	83
Tabla 13	Fortalezas y Oportunidades Atractivos, Equipamientos y Facilidades Turísticas	91
Tabla 14	Debilidades y Amenazas Atractivos, Equipamientos y Facilidades Turísticas	92
Tabla 15	Fortalezas y Oportunidades Infraestructura	93
Tabla 16	Debilidades y Amenazas Infraestructura	94
Tabla 17	Fortaleza y Oportunidades Turistas	94
Tabla 18	Debilidades y Amenazas Turistas	95
Tabla 19	Fortalezas y Oportunidades “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	104
Tabla 20	Debilidades y Amenazas “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	105
Tabla 21	Servicios del Bar Mirador Boutique	110
Tabla 22	Distribución de Servicios del Bar Mirador Boutique	113
Tabla 23	Capacidad de Carga del Bar Mirador Boutique	114
Tabla 24	Horario de Atención del Bar Mirador Boutique	115

Tabla 25	Inversión en Activos Fijos	125
Tabla 26	Inversión en Activos Nominales.....	127
Tabla 27	Capital de Trabajo Primer Ciclo	128
Tabla 28	Gastos de Administración	129
Tabla 29	Identificación de Impactos Ambientales.....	135
Tabla 30	Producción de Desechos Sólidos Bar Mirador Boutique	150
Tabla 31	Consumo de Agua Potable Bar Mirador Boutique	154
Tabla 32	Indicadores de Rentabilidad del Proyecto en Tres Escenarios Posibles	158
Tabla 33	Análisis Costo Beneficio Proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	161

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Población Flotante Mínima en Mar Bravo.....	9
Gráfico 2	Población Flotante Máxima en Mar Bravo.....	10
Gráfico 3	Número de Socios Asociación “Sirena del Mar”	12
Gráfico 4	Artículos de Venta Asociación “Sirena del Mar”	13
Gráfico 5	Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Género	35
Gráfico 6	Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Edad.....	36
Gráfico 7	Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Procedencia	37
Gráfico 8	Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Motivo del Viaje	38
Gráfico 9	Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Gasto Promedio Diario	39
Gráfico 10	Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Servicios a Implementarse	40
Gráfico 11	Aceptación Bar Mirador Boutique: Género	43
Gráfico 12	Aceptación Bar Mirador Boutique: Edad.....	44
Gráfico 13	Aceptación Bar Mirador Boutique: Importancia o Gusto Cerveza	47
Gráfico 14	Aceptación Bar Mirador Boutique: Importancia o Gusto Ceviches	49
Gráfico 15	Aceptación Bar Mirador Boutique: Importancia o Gusto Ropa de Playa.....	51
Gráfico 16	Aceptación Bar Mirador Boutique: Importancia o Gusto Rock Latino	52
Gráfico 17	Flujo de Caja de la Rentabilidad de la Inversión	157

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Panorámica de Mar Bravo	5
Ilustración 2	Mapa de Ubicación de Mar Bravo	6
Ilustración 3	Área Marino Costera	28
Ilustración 4	Componentes del Producto Turístico “Mar Bravo”.....	56
Ilustración 5	Atardecer en Mar Bravo	58
Ilustración 6	Piscinas de Sal “Ecuasal”.....	60
Ilustración 7	Represa Velasco Ibarra.....	62
Ilustración 8	Salinas.....	63
Ilustración 9	Logotipo de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	87
Ilustración 10	Integrantes del Análisis FODA (Destino y Bar Mirador Boutique).....	90
Ilustración 11	Fuerzas Competitivas de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	96
Ilustración 12	Ubicación de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”.....	109
Ilustración 13	Diseño del Bar “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”....	116
Ilustración 14	Organigrama del Bar “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	121

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Mapa Parroquias Cantón Salinas.....	170
Anexo 2	Nómina Asociación de Pequeños Comerciantes y Vendedores Ambulantes “Sirena del Mar”.....	171
Anexo 3	Vista Satelital de Mar Bravo.....	173
Anexo 4	Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo.....	174
Anexo 5	Gráficos de Resultados Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo.....	176
Anexo 6	Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique.....	183
Anexo 7	Gráficos de Resultados Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique.....	186
Anexo 8	Ficha Técnica de Mar Bravo.....	204
Anexo 9	Ficha Técnica Piscinas de Sal “Ecuasal”.....	206
Anexo 10	Ficha Técnica Represa Velasco Ibarra.....	209
Anexo 11	Encuesta de Mercado a Hoteles y Restaurantes de Mar Bravo.....	211
Anexo 12	Oferta de Establecimientos de Alojamiento y Restauración en Salinas.....	213
Anexo 13	Ubicación Específica del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”	253
Anexo 14	Souvenirs con la marca del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”	254
Anexo 15	Planos del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”	255
Anexo 16	Funciones y Remuneración del Personal del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”	256
Anexo 17	Costos Directos	259
Anexo 18	Inversión en Activos Fijos y su Depreciación.....	260

Anexo 19	Presupuesto de Obra.....	261
Anexo 20	Inversión en Activos Nominales y su Amortización.....	262
Anexo 21	Cuadro de Cálculo de Sueldos de los Empleados del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”.....	263
Anexo 22	Cuadro de Capital de Trabajo e Inversión Total Inicial.....	266
Anexo 23	Cuadro de Ingresos	267
Anexo 24	Matriz de Identificación de Impactos Ambientales.....	268
Anexo 25	Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales.....	269
Anexo 26	Resultados Consolidados de las Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales.....	279
Anexo 27	Cobertura del Sistema de Alcantarillado Sanitario.....	281
Anexo 28	Flujo de Caja de la Rentabilidad de la Inversión del Proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”.....	282

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis se ha desarrollado con el objetivo de implementar un *Bar Mirador Boutique* para satisfacer las expectativas de los turistas, dinamizar el desarrollo del turismo en Mar Bravo y posicionar esta zona de playa como un sitio de visita y de deportes.

Para la elaboración del proyecto, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Crear un *Bar Mirador Boutique* en Mar Bravo que lo posicione como un punto estratégico de visita
- Integrar varios servicios turísticos de apoyo para el visitante en el *Bar Mirador Boutique*
- Fomentar el desarrollo de modalidades de turismo de aventura, sol y playa, científico y de recreación en el destino

Este proyecto se ha realizado bajo la hipótesis de que el equipamiento turístico en la playa de Mar Bravo es necesario para lograr un desarrollo turístico sostenible del sitio.

La presente tesis fue dividida en tres capítulos principales. En el primer capítulo se desarrolla un análisis de las condiciones del lugar y sus características generales como son: descripción geográfica y poblacional, descripción del entorno natural, infraestructura existente, análisis socioeconómico de la población y proyectos en curso.

El segundo es un análisis de la demanda actual y una descripción de la oferta turística (atractivos y servicios) que posee Mar Bravo y su centro de apoyo, Salinas. Se realizó un análisis de la capacidad de carga de la playa de Mar Bravo; además de un estudio de las estrategias de comercialización adecuadas para el mercadeo de este proyecto, acompañadas de un análisis FODA del destino, infraestructura existente, de los turistas y del proyecto.

En el tercer capítulo se presenta la descripción del proyecto en sí; los servicios a ofrecer, las especificaciones técnicas y la gestión para su funcionamiento. En este capítulo se incluye el análisis financiero de esta propuesta además de presentar un estudio sobre los beneficios económicos y socio ambientales de la misma.

Es importante señalar que en los organismos pertinentes del sector turístico, no existen datos estadísticos sobre esta playa; por lo que este proyecto aporta con información más exacta sobre la población de este lugar y su actividad comercial.

CAPÍTULO I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Características Generales de la Zona

La provincia de Santa Elena tiene una extensión de 20.902 Km² y se encuentra bordeada por el Océano Pacífico y el Golfo de Guayaquil. El Cordón Costero de esta provincia es una estrecha extensión de la costa del Ecuador, que comienza en Salinas, al sur cerca de la Península de Santa Elena y continúa hacia el norte hasta Puerto López, en la provincia de Manabí, brindando todo tipo de alternativas de alojamiento, conocimiento, gastronomía y diversión a los visitantes.

Se considera que los recursos naturales (playas y bosques litorales) y culturales (arqueología, tradiciones, gastronomía y demás) que posee esta provincia, constituyen atractivos turísticos que los

Municipios y empresas del sector deben de potenciar, de tal manera que el desarrollo turístico de esta franja costera, signifique mejoras y beneficios para las comunidades locales.

Ilustración 1 Panorámica de Mar Bravo



Fotografía: Autoras de la Tesis

1.1.1 Ubicación Geográfica

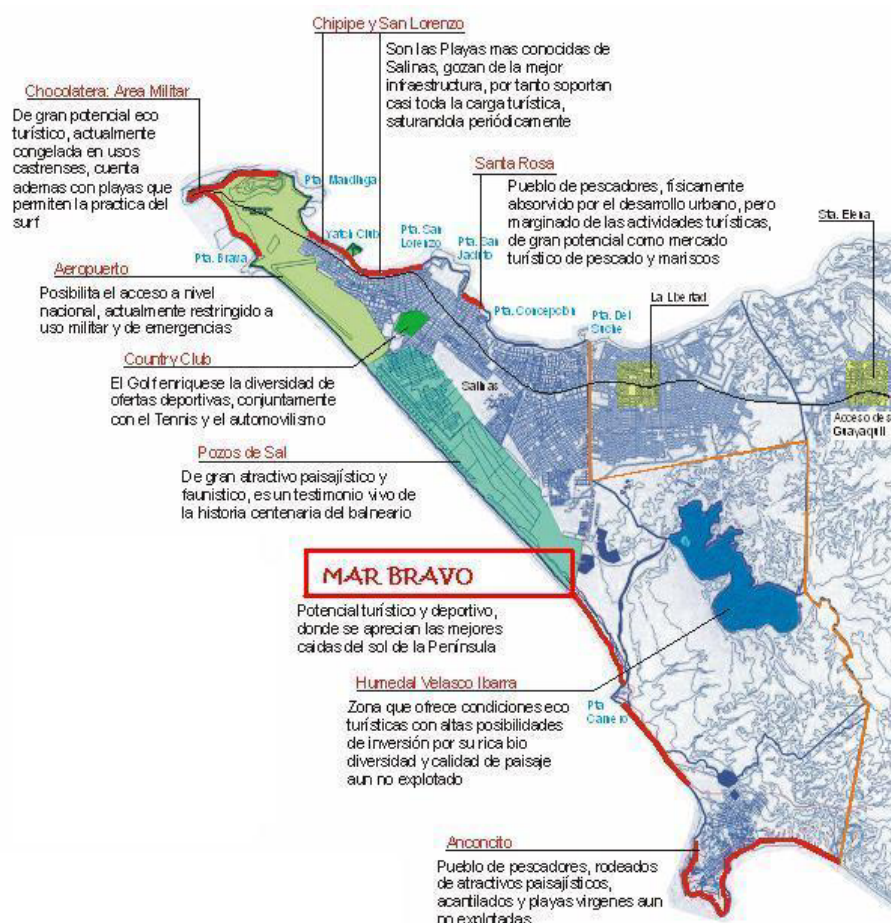
La playa de Mar Bravo se encuentra ubicada en la nueva provincia de Santa Elena (antigua Península de la provincia del Guayas), cantón Salinas, parroquia Salinas, a una distancia de 12,2 Km. de

Salinas y a 109,9 Km. de la ciudad de Guayaquil. (Ver anexo No. 1

Mapa Parroquias Cantón Salinas)

Sus coordenadas son: latitud -2.2166667 y longitud -81.0 y se encuentra limitada al Noroeste por el Aeropuerto de la FAE, al Sur con Punta Carnero, al este con las piscinas de Ecuasal y al Oeste con el Océano Pacífico.

Ilustración 2 Mapa de Ubicación de Mar Bravo



Fuente: Ing. Juan Carlos Rivas Obando, Municipio de Salinas, Proyectos, Departamento de Gerencia Municipal

Elaboración: Autoras de la Tesis

1.1.2 Descripción Poblacional

Tomando en consideración, que la playa de Mar Bravo actualmente es visitada por los turistas mayoritariamente durante los fines de semana de temporada playera, y que durante la semana, la actividad económica principal la desarrollan los laboratorios de camarón; a fin de poder determinar el número de habitantes de esta playa, hemos desarrollado este análisis, en base a:

- trabajadores de los laboratorios de camarón
- guardianes de las casas vacacionales, hoteles y hosterías

En la zona de Mar Bravo, existen 53 infraestructuras de laboratorios, de las cuales están activos 44, con un promedio de 6 a 8 personas por cada laboratorio. *(Fuente: Ing. Monserrat Villón de Tomalá, Asistente Cámara Nacional de Acuacultura de la Península)*

En un recorrido por la zona de estudio, se identificó un promedio de 75 casas vacacionales.

Mar Bravo cuenta con 3 establecimientos para el alojamiento de los turistas que desean pernoctar en el sitio (1 Hotel y 2 Hosterías).

A estos segmentos, los denominamos población flotante, pues no residen permanentemente en Mar Bravo durante todo el año.

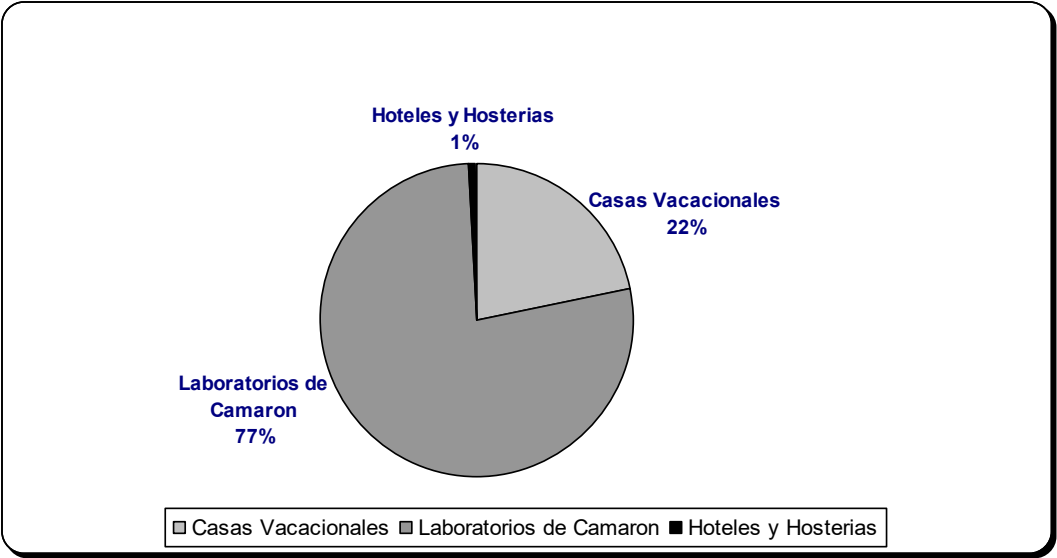
Por lo que se podría establecer, que el mínimo de población que tendría Mar Bravo sería:

Tabla 1 Población Flotante Mínima en Mar Bravo

Nº ESTABLECIMIENTOS	PERSONAS
75 casas vacacionales	75 personas
44 Laboratorios de Camarón	264 personas
1 Hotel	01 persona
2 Hosterías	02 personas
TOTAL POBLACIÓN FLOTANTE	342 personas

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Gráfico 1 Población Flotante Mínima en Mar Bravo



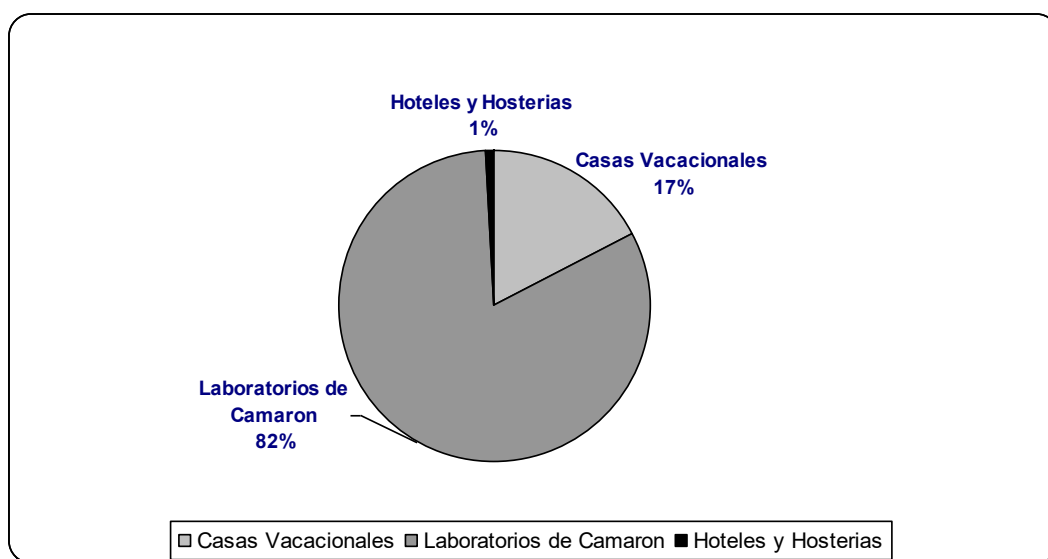
Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Y el máximo de población que Mar Bravo tendría es:

Tabla 2 Población Flotante Máxima en Mar Bravo

Nº ESTABLECIMIENTOS	PERSONAS
75 casas vacacionales	75 personas
44 Laboratorios de Camarón	352 personas
1 Hotel	01 persona
2 Hosterías	02 personas
TOTAL POBLACIÓN FLOTANTE	430 personas

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Gráfico 2 Población Flotante Máxima en Mar Bravo

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Por esta razón, generalmente en el transcurso de la semana, se ve poca población en los exteriores de la playa de Mar Bravo; debido a que la mayoría de personas se encuentran trabajando en el interior de los laboratorios y los vendedores ambulantes buscan su mercado de clientes en la playa de Salinas.

En Mar Bravo no existen centros de educación, supermercados, farmacias o locales comerciales, por lo que todas estas actividades, los habitantes de Mar Bravo las realizan apoyándose en el polo de mayor influencia, que es el balneario de Salinas.

No es posible especificar mayores detalles de la población de Mar Bravo, pues no existen estudios estadísticos de este destino en particular.

1.1.3 Análisis Socioeconómico

Las actividades productivas que desarrollan los habitantes de Mar Bravo son el trabajo en los laboratorios de camarón, comercio libre en carpas en la playa (vendedores ambulantes) y *el turismo*.

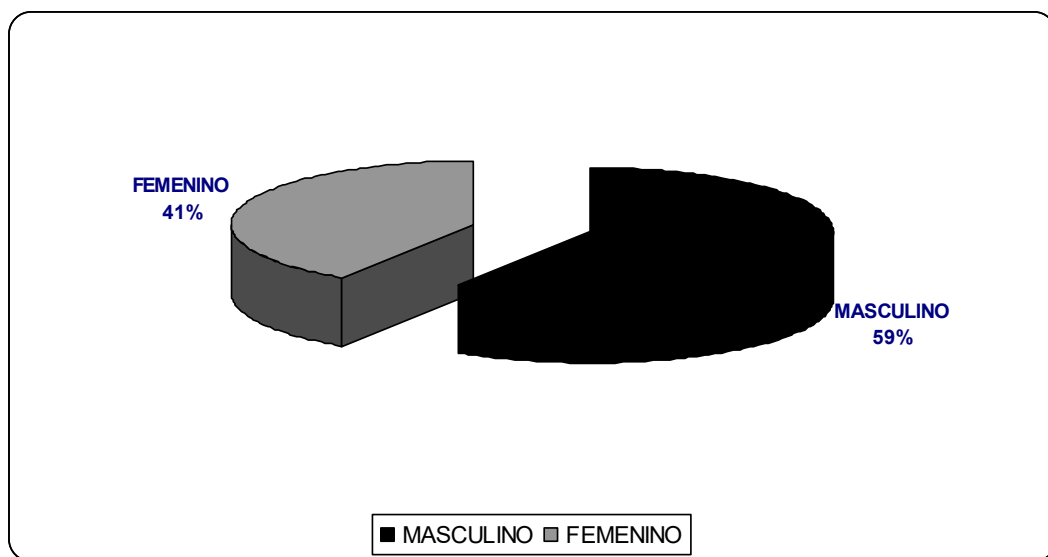
Estas dos últimas actividades, aumentan sus participantes en épocas de temporada alta de visitantes, tales como: temporada de playa (Enero – Abril), Carnaval, Semana Santa, Día de Difuntos, Navidad y Fin de Año.

A continuación presentamos un resumen de las estadísticas de la actividad comercial que se desarrolla en Mar Bravo, cuya fuente es la Asociación de Pequeños Comerciantes y Vendedores Ambulantes “Sirena del Mar”, datos registrados en el Municipio de Salinas. (*Ver anexo No. 2 Nómina Asociación de Pequeños Comerciantes y Vendedores Ambulantes “Sirena del Mar”*)

Tabla 3 Número de Socios “Asociación Sirena del Mar”

Género	Número
Femenino	11
Masculino	16
Total	27

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

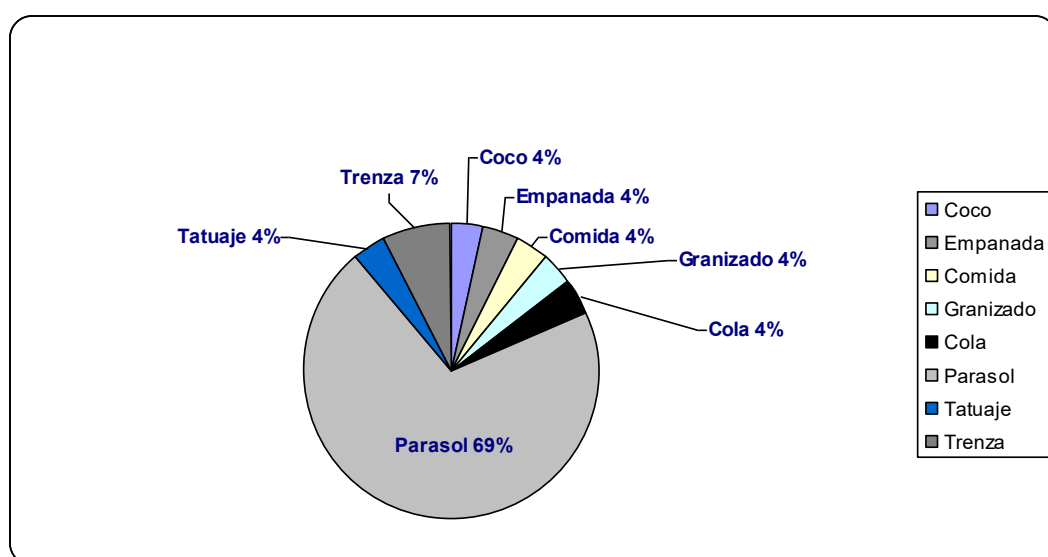
Gráfico 3 Número de Socios “Asociación Sirena del Mar”

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Tabla 4 Artículos de Venta “Asociación Sirena del Mar”

Artículos	Vendedores
Bollo	0
Chifle	0
Coco	1
Empanada	1
Comida	1
Granizado	1
Cola	1
Parasol	19
Tatuaje	1
Trenza	2
Artesanías	0
Total	27

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Gráfico 4 Artículos de Venta “Asociación Sirena del Mar”

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Con esta información se puede concluir, que la renta de parasoles de playa con el 69%, representa el rubro de mayor ingreso para los comerciantes. La siguiente actividad con más representación la ocupa la elaboración de trenzas con el 7%; ambos trabajos están relacionados directamente con el turismo.

El resto de labores de los comerciantes corresponden a los negocios de comida y representan apenas el 4%.

Como mencionamos, una de las actividades económicas principales de Mar Bravo, está representada por los Laboratorios de Camarón. Inclusive la oficina de la Cámara Nacional de Acuicultura se encuentra ubicada en esta zona.

1.1.4 Descripción del Entorno Natural

Mar Bravo es una extensa playa de alrededor de 17 Km de longitud aún no explotada. Tiene un acantilado de aproximadamente tres metros de altura que dificulta la utilización de la playa como balneario; por las aguas de fuerte corriente, difíciles para la natación pero acordes con la práctica del surf. (*Ver anexo No.3 Vista Satelital de Mar Bravo*)

Su excelente ubicación, permite a los visitantes de esta playa, deleitarse con la observación de la caída del sol y los mágicos paisajes que se dibujan en el horizonte.

La calidad de su arena es fina y clara y el agua del mar es transparente con una temperatura cálida de 24° centígrados (promedio). (Fuente: www.viajeros.com)

A su alrededor ha empezado la expansión urbana, actualmente se pueden encontrar condominios y casas de playa, ambos ocupados en su mayoría únicamente en época de temporada alta (temporada de playa y feriados). No existe una normativa clara de control urbano para la construcción de proyectos inmobiliarios y de turismo.

Clima

La provincia de Santa Elena tiene dos temporadas bien definidas: el invierno (de enero a mayo) y el verano (de junio a diciembre) con temperaturas promedio de 21° - 22° C. Pero principalmente predomina el clima tropical (cálido y húmedo) con una temperatura ambiental promedio de 25° C.

El cantón Salinas como parte de la faja costera debería tener un clima húmedo tropical, pero el influjo del mar, del que se halla casi rodeado y los vientos de la corriente fría de Humboldt, modifican notoriamente el clima del cantón; que está muy lejos de ser ecuatorial, con temperaturas que oscilan en torno a los 24 grados centígrados, aumentando desde la orilla del mar hacia el interior.

(Fuente: Página Web del Municipio de Salinas www.salinasecuador.com)

Orografía

El cantón Salinas constituye una extensa planicie cuya forma triangular ocupa la parte sur occidental de la península de Santa Elena, en su territorio se encuentran pequeñas elevaciones como: la colina de “Punta Carnero” y el Cerro de Salinas, conocido como La Puntilla; accidente costanero que se adentra en el Océano en forma de punta, constituyendo un estratégico lugar como punto de referencia para la navegación. (Fuente: Página Web del Municipio de Salinas www.salinasecuador.com)

Hidrografía

El cantón Salinas carece de ríos de importancia, apenas pequeños esteros de invierno, que en épocas como las del Fenómeno del Niño, recogen considerable caudal de aguas lluvias y lo depositan en el mar. Las aguas de los ríos Las Vegas, Salado, Tambo y Tortuga son

recolectadas en la Represa Velasco Ibarra, las mismas que forman el Estuario de Punta Carnero y desembocan en el mar. La Represa Velasco Ibarra (Humedal Velasco Ibarra) se encuentra ubicada en la parte noreste del cantón en el límite de la Libertad y Salinas, fue construida hace 35 años pensando en la cobertura del agua potable peninsular, pero por lo salobre de sus aguas se descartó esta posibilidad.

Actualmente es una reserva ecológica donde se puede encontrar principalmente avifauna y organismos bio-acuáticos. *(Fuente: Página Web del Municipio de Salinas www.salinasecuador.com)*

Uso del suelo

El uso del suelo es eminentemente residencial, ocupado en un 56% por las casas de temporada de playa de los turistas guayaquileños. Presenta problemas de expansión urbana debido a fuertes condicionantes físicas por la presencia de grandes extensiones de tierra con usos específicos; como los de las Fuerzas Armadas, de las Salineras y de los utilizados para la extracción de Petróleo.

El crecimiento está condicionado al perfil costero lo que le da su carácter de ciudad lineal, esto responde a factores artificiales que tienen que ver con el uso del suelo y sus incompatibilidades, que

evitan que la ciudad pueda ocupar terrenos hacia los únicos flancos posibles que son al sur y al oeste; además de la falta de planificación urbana, por parte de los organismos pertinentes. La mayor parte del suelo de Salinas está ubicado en zonas aptas para el desarrollo urbano.

Salinas, como balneario tiene un déficit en el equipamiento de infraestructuras básicas, pues el existente en época de temporada alta, no satisface a la demanda que acude a usar sus playas. (Fuente: Página Web del Municipio de Salinas www.salinasecuador.com)

Flora

Caracterización de la Zona Terrestre

La provincia de Santa Elena se encuentra ubicada en el extremo occidental de la costa central de Ecuador, la misma que se encuentra claramente estratificada con una tendencia a la aridez conforme se aproxima al mar, particularmente en esta provincia, por lo que la misma cuenta con un clima desértico árido.

A pesar de su aridez, la puntilla de Santa Elena posee una diversidad de ecosistemas terrestres y costero marino dada su

ubicación geográfica. Entre los principales habitats de la zona costera del cantón se encuentran los siguientes:

1. Matorral desértico
2. Dunas costeras (Mar Bravo, FAE, Chokolatera)
3. Estuario de Punta Carnero
4. Humedal de la represa Velasco Ibarra
5. Humedal de Ecuasal
6. Playas arenosas
7. Zona intermareal rocosa

Caracterización de la Zona Marina

La Costa Continental de Ecuador es parte de la provincia biogeográfica del Pacífico Tropical Oriental, la cual contiene seis regiones biogeográficas o eco-regiones: la puntilla de Santa Elena se encuentra en la eco-región de Guayaquil, que se extiende desde Bahía de Caráquez hasta la Península de Illescas en Perú. La región se caracteriza por la influencia estacional de la corriente de Humboldt por el sur y las aguas tropicales de la Bahía de Panamá por el norte, formando el frente ecuatorial, el cual varía según la época y la fuerza de los vientos desplazándose de norte a sur.

Esto genera un ambiente de continuos cambios de temperatura, salinidad y concentración de nutrientes, lo que a su vez permite la convivencia de especies de aguas calidas y templadas.

Los principales habitats marinos en la zona incluyen:

1. Zona Intermareal
2. Rocas o pequeños islotes costeros
3. Bajos Rocosos y colarinos
4. Plataforma Continental
5. Talud Continental

(Fuente: Página Web del Municipio de Salinas www.salinasecuador.com)

1.1.5 Infraestructura Existente

A fin de analizar la infraestructura existente en Mar Bravo, se ha elaborado una tabla con los tipos de infraestructura y servicios de apoyo que son de utilidad para el desarrollo de la actividad turística; en esta tabla se han señalado los elementos con los que cuenta Mar Bravo.

A continuación de la tabla, se ha realizado un detalle de la infraestructura existente.

Tabla 5 Infraestructura de Apoyo al Sector Turístico

Física	Comercial	Recursos Humanos	Recursos Financieros
Carreteras, Señalización y Transporte X	Centros Comerciales	Universidades	Inversión Pública
Aeropuertos	Plazas Turísticas	Escuelas de Turismo	Inversión Privada X
Telecomunicaciones X	Mercados de Artesanías	Escuelas de Idiomas	Fondos Turísticos
Agua Potable y Alcantarillado X	Ferias y Exposiciones	Centros de Capacitación	Fondos de Financiamiento Sectorial
Electricidad y Telefonía X		Disponibilidad de Recursos Humanos X	
Eliminación y Manejo de Desechos X		Disponibilidad de Guías Turísticos	
Servicios Médicos			
Centros de Información			

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Vías de Acceso

Cuenta con una carretera asfaltada que la conecta con el resto de cantones de la provincia de Santa Elena y con Guayaquil, como principal centro emisor de turistas.

Desde el Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaquil, se puede tomar las cooperativas CLP y Costa Azul para llegar hasta Salinas. Los buses peninsulares de la línea # 5 realizan la ruta hasta Mar Bravo con una frecuencia de 15 minutos; el valor del pasaje es de \$ 0.25 centavos por persona.

También se puede acceder por taxi, ocupando las unidades de los Taxi Rutas de Capo Verde; el costo por persona es de \$ 0.50 centavos y el intervalo de frecuencia es de 10 minutos.

Otro medio de acceso lo constituyen las camionetas, no tienen frecuencia fija, aproximadamente se calcula que salen cada media hora.

Los taxis y las camionetas operan a partir de las 19h00, cuando cae el sol.

Agua Potable

Cuentan con el líquido vital potable que lo reciben de los tanqueros. En general, la provincia de Santa Elena es abastecida de este servicio por la empresa AGUAPEN.

Energía Eléctrica

Si poseen y la reciben por medio del Sistema Interconectado que cubre toda la provincia de Santa Elena, ofrecido por la empresa EMEPE (Empresa Eléctrica de la Península de Santa Elena).

Alcantarillado

No existe una red completa de alcantarillado, la mayoría de edificaciones solo poseen pozos sépticos.

Telefonía

El servicio telefónico es provisto por la empresa PACIFICTEL a nivel regional. Adicionalmente se recibe las señales de las compañías celulares Movistar y Porta.

1.1.6 Proyectos en Curso

Malecones Contemplativos

El objetivo principal del proyecto es la creación de malecones contemplativos a lo largo de la vía a Punta Carnero y Anconcito, además de la construcción de defensas para la creación de recesos de agua mansa. Se prevé construir una escollera rompe olas a lo largo de Mar Bravo.

La estratégica ubicación de Mar Bravo permite la adecuación de facilidades para la práctica de actividades deportivas, que pudieran ser molestosas en otros lugares más urbanos.

Paralelamente, se prevé dotar de facilidades para la implementación de algunos cafés, restaurantes u hotelería, a fin de potenciar la observación de las inigualables caídas de sol.

Se están realizando los estudios con la ESPOL en un convenio con el Municipio de Salinas, a fin de determinar si el proyecto es viable o no. Si el proyecto es viable, se hará la gestión respectiva ante el Gobierno Nacional.

Área Protegida Marina Costera

El Gobierno del Cantón Salinas conjuntamente con la Fundación Ecuatoriana para el Estudio de Mamíferos Marinos (FEMM) y Fundación Natura-Capítulo Guayaquil, han promovido a través de estudios, la declaratoria de Área Protegida de una zona marina vinculada al borde costero de la punta de Santa Elena; con la finalidad de conservar los ecosistemas existentes y potenciar un desarrollo armónico del área con una visión de largo plazo para el beneficio de sus habitantes y la comunidad en general. Se resalta que en esta zona costera no existen áreas protegidas y es de capital importancia que se logre concretar su creación.

Este proyecto y su propuesta de limitación del Área Marino Costera fue aprobado por la Fundación Ecuatoriana para el estudio de Mamíferos Marinos (FEMM), Gobierno del Cantón Salinas, Fundación Natura – Capítulo Guayaquil. Estaría pendiente la aprobación del Gobierno Nacional, a través del Ministerio del Ambiente, para ejecutar el estudio realizado.

“El área marina costera y protegida se refiere a un área definida dentro o adyacente al ámbito marino junto con sus aguas que la cubren, su flora, su fauna y sus características culturales; las cuales han sido designadas como reservas por ley u otro medio efectivo, incluyendo la costumbre, con el propósito que su diversidad costera y/o marina tenga un nivel de protección más alto que sus alrededores”.

(Fuente: Convención de la Diversidad Biológica, febrero 2004)

La provincia de Santa Elena posee atractivos turísticos reconocidos nacional e internacionalmente, con una oferta turística orientada principalmente al turismo de sol y playa de carácter masivo y a la diversión nocturna.

Sin embargo, el balneario de Salinas cuenta con una de las zonas de alta diversidad de vida silvestre de la Costa Ecuatoriana. A unos pocos metros de la orilla del mar, se pueden observar delfines, ballenas jorobadas, tortugas, rayas y gran variedad de aves marinas.

A espaldas de Salinas, en la zona de Mar Bravo, se localizan la Represa Velasco Ibarra (Humedal Velasco Ibarra) y las piscinas de Ecuasal.

El Área protegida propuesta incluye:

a) Zona Costera:

- Represa Velasco Ibarra y su área de influencia, incluyendo el bosque seco circundante y su desfogue por el estuario de Punta Carnero.
- Toda el área de salitrales desde el carretero Salinas - Punta Carnero hasta el estuario Punta Carnero o hasta que se encuentre con el área considerada como zona de influencia de la represa Velasco Ibarra.
- Toda el área de piscinas de sal artesanales e industriales que se encuentran desde el carretero Salinas-Punta Carnero hasta la base FAE, incluyendo el carretero desde Salinas a Mar Bravo y los salitrales dentro de la base FAE.
- Toda la zona de playa de Mar Bravo y vías, desde el carretero Salinas - Punta Carnero (Puerto Aguaje) hasta la Chocolatera, incluyendo la zona de playa, dunas y salitrales de las tres bases, la Chocolatera, el Cerro, sus playas y acantilados, y toda

el área de bosque seco dentro de las tres bases (área no utilizada).

b) Zona Marina:

- Toda la zona marina comprendida entre Punta Carnero y alrededor de la puntilla hasta los 1.000 m de profundidad. Área que en un futuro podría extenderse para manejar recursos pesqueros pelágicos.

Ilustración 3 Área Marino Costera



Fuente: www.femm.org
Elaboración: Autoras de la Tesis

En el proyecto, se han identificado las actividades compatibles con el Área Marino Costera, las cuales detallamos a continuación:

a) Zona Costera:

Actividades Productivas

- Extracción Artesanal e Industrial de Sal
- Laboratorios de Larvas de Camarón Orgánicas
- Agricultura Orgánica
- Forestación

Actividades Recreativas

- Observación de Aves y Lobos Marinos
- Deportes Terrestres no motorizados (caminatas, bicicletas, etc.)
- Turismo de Playa limitado

Investigación Científica

b) Zona Marina:**Actividades Productivas**

- Turismo de Naturaleza: observación de ballenas jorobadas, observación de aves, buceo
- Pesca de Subsistencia: línea de mano, atarraya

Actividades Recreativas

- Pesca Deportiva: Tag and release
- Deportes Acuáticos no motorizados (surf, natación, velerismo)
- Turismo de Playa limitado

Investigación Marina, biológica, geológica, oceanográfica

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 Características Generales del Mercado

El área de la playa de Mar Bravo es sin duda alguna uno de los mejores lugares para disfrutar de la caída de sol y actividades como el descanso, pesca deportiva, observación de aves y surf. Varios turistas nacionales y extranjeros la visitan principalmente en temporada, buscando huir de la saturación de las playas de la zona. Y aunque Mar Bravo es conocido por sus hermosos atardeceres, también lo es por su actividad nocturna, donde jóvenes se reúnen para disfrutar de noches llenas de diversión.

La Oferta Turística de Mar Bravo es muy limitada; pues no existe una extensa variedad de hoteles y restaurantes que satisfagan las necesidades y expectativas de los visitantes lo cual restringe sus opciones a la hora de elegir un sitio para pernoctar o alimentarse. Como

resultado Salinas se convierte en su principal centro de apoyo, para complementar todas estas carencias.

La playa de Mar Bravo en época de temporada alta, cuenta con un movimiento turístico diurno, basado en las actividades de sol y playa; y un movimiento altamente nocturno generado por las discotecas ubicadas en el costado de la vía Salinas - Punta Carnero. Además se busca aumentar la demanda de visitantes con la organización de acontecimientos programados como conciertos musicales, desfiles de modas, campeonatos deportivos (surf, volley de playa y fútbol) espectáculos al aire libre, etc.

Debido a la alta influencia que ejerce Salinas, por representar el mayor polo de desarrollo cercano a nuestra playa en estudio, consideramos importante mencionar los siguientes datos estadísticos sobre este destino:

Salinas recibe anualmente 150.000 turistas internacionales, provenientes de Norteamérica, Europa y Brasil. Otra fuente de información (Comisión de Tránsito del Guayas) señala que sólo en Carnaval llegan entre 150.000 y 200.000 turistas, por lo que en temporada alta, la población de Salinas se estaría triplicando con la

presencia de los visitantes. Existe una particularidad en el comportamiento de la demanda, que es el contar con un mes adicional de alta afluencia; como es diciembre, en el que su volumen de turistas es posible compararlo con el feriado de carnaval.

Tabla 6 Temporadas Turísticas del Ecuador

TEMPORADA	MESES
Temporada Alta de la Costa	Diciembre - Marzo
Temporada Baja de la Costa	Mayo – Junio
Temporada Alta de la Sierra	Julio – Septiembre
Temporada Internacional	Junio – Septiembre
Temporada de Feriados	Carnaval, Semana Santa, Navidad y Año Nuevo

Fuente y Elaboración. Autoras de la Tesis

2.1.1 Análisis de la Demanda

El analizar la demanda permite a los inversionistas o mentores evaluar la factibilidad y viabilidad de los proyectos, para la creación y consolidación de un producto turístico.

Además, al identificar con claridad el perfil de los turistas que visitan el destino, se fortalece la toma de decisiones en los servicios a ofrecerse; y de esta manera se asegura la rentabilidad de la inversión.

Por esta razón, es necesario realizar el análisis de la demanda de la playa de Mar Bravo, ya que es el sitio específico donde se va a ubicar el *Bar Mirador Boutique* y determinar el perfil de sus visitantes.

Encuesta del Perfil del Consumo Turístico de Mar Bravo

A fin de poder establecer el perfil de los visitantes a la Playa de Mar Bravo, utilizamos la herramienta de las encuestas personales como fuentes primarias de recopilación de datos. (*Ver anexo No.4 Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo*)

Las cincuenta y dos encuestas fueron realizadas, a lo largo de la playa de Mar Bravo, el domingo 12 de febrero del año en curso (época de temporada de Costa), día en que se desarrollaba el Evento Roxy Jam-Competencia Internacional de Surf en la cual participaron deportistas nacionales y algunos extranjeros.

Las encuestas desprendieron resultados que nos permitieron realizar una aproximación a las características de la demanda: perfil del visitante, promedio de gasto, tiempo de permanencia, lugar de origen, motivos del viaje. (*Ver anexo No. 5 Gráficos de Resultados Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo*)

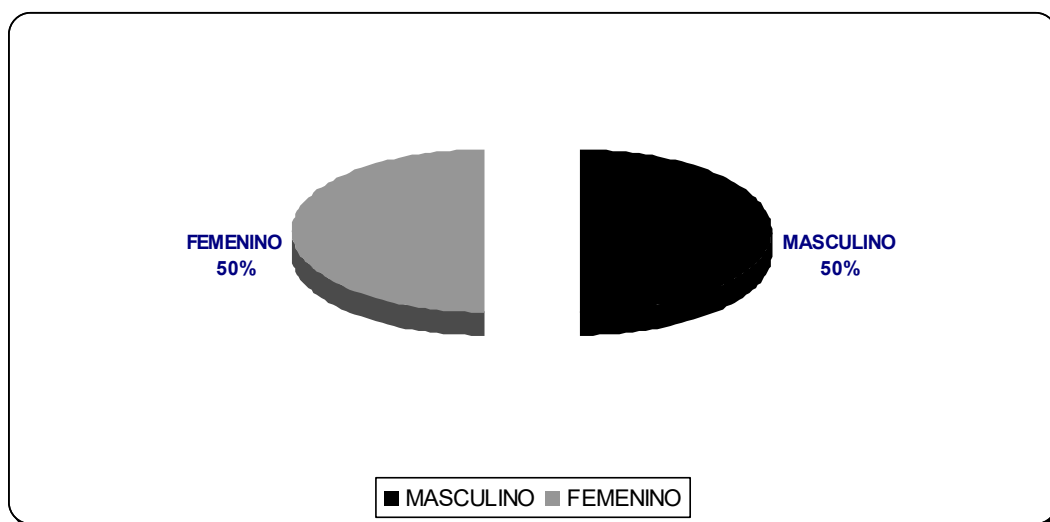
A continuación se presentan los resultados de las variables más representativas:

Resultados Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo

Género

Para poder realizar un efectivo análisis de la demanda de la playa de Mar Bravo, se considera importante conocer si existe alguna tendencia en el género de los visitantes (más hombres y/o más mujeres)

Gráfico 5 Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Género



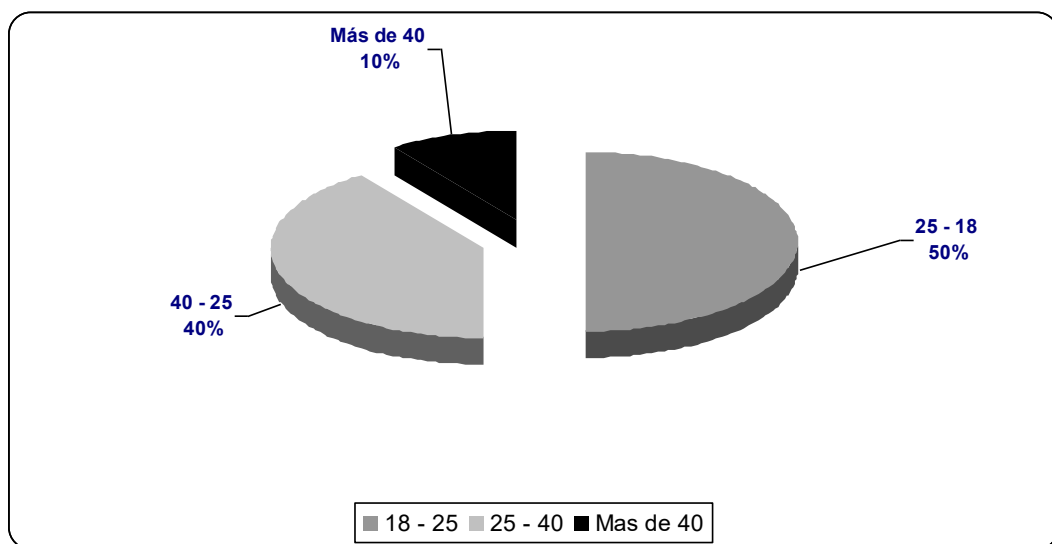
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Edad

Para poder realizar una mejor clasificación de los visitantes, se establecieron 3 rangos de edades. Esta clasificación fue elaborada teniendo en cuenta el tipo de proyecto que estamos planteando y quienes pueden ser nuestros mayores demandantes. La división de los rangos de edades son los siguientes:

- De 18 – 25 años: Nos referimos a jóvenes adolescentes
- De 25 – 40 años: Nos referimos a jóvenes adultos
- Mayores de 40 años: Nos referimos a personas adultas;
padres de familia

Gráfico 6 Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Edad

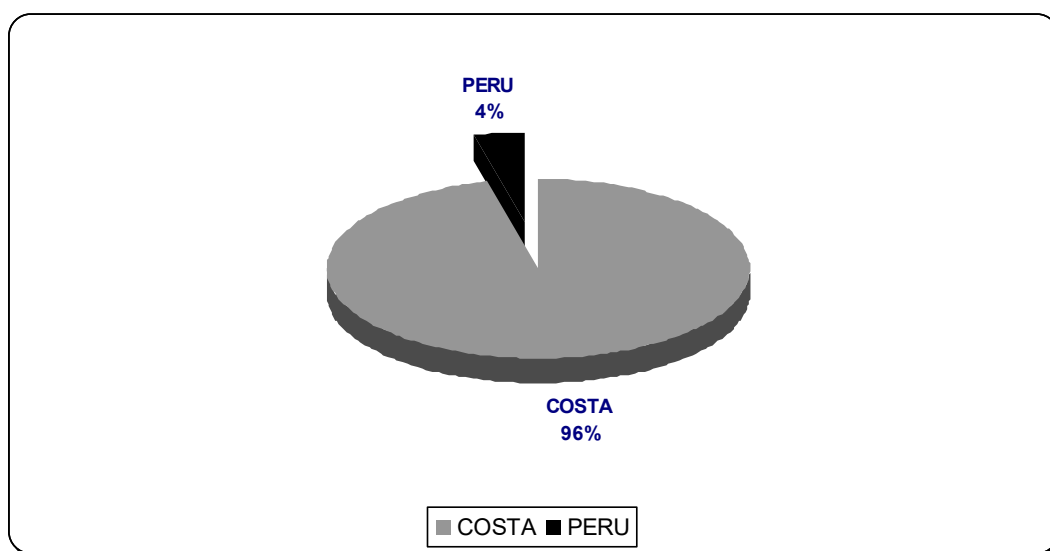


Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Procedencia

Con el objetivo de conocer la procedencia de los visitantes de la playa de Mar Bravo, dividimos la clasificación en turistas nacionales (especificando la región desde donde acuden) y turistas extranjeros (especificando en este caso el continente del cual provienen).

Gráfico 7 Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Procedencia



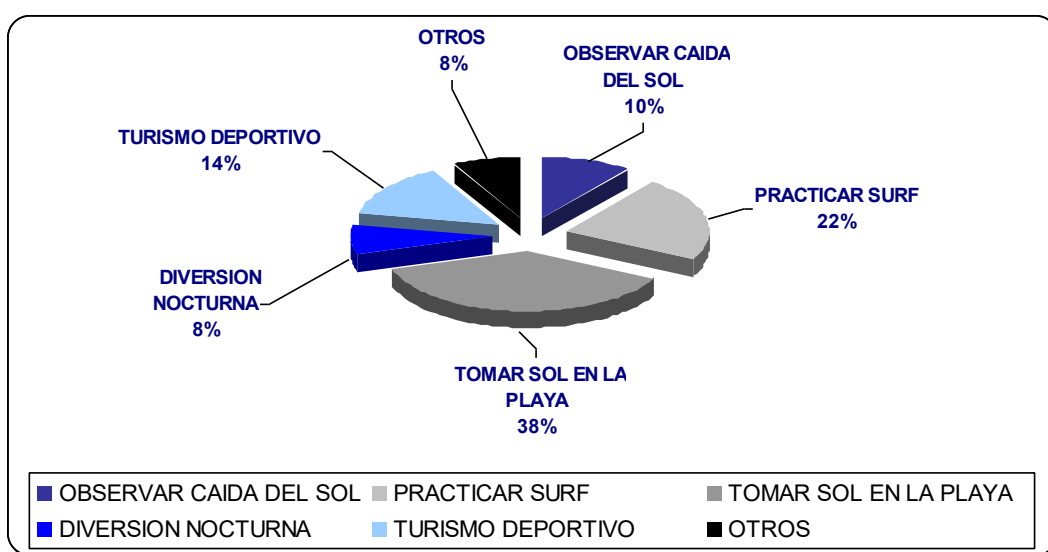
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Motivo del Viaje

Mar Bravo brinda diferentes motivaciones para que los turistas acudan a esta playa; para poder realizar una clasificación de estas preferencias y conocer si la idea de nuestro proyecto esta orientado a satisfacer una de las motivaciones y/o se puede acoplar como

actividad complementaria a una de estas motivaciones, realizamos esta consulta a los turistas.

**Gráfico 8 Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo:
Motivo del Viaje**

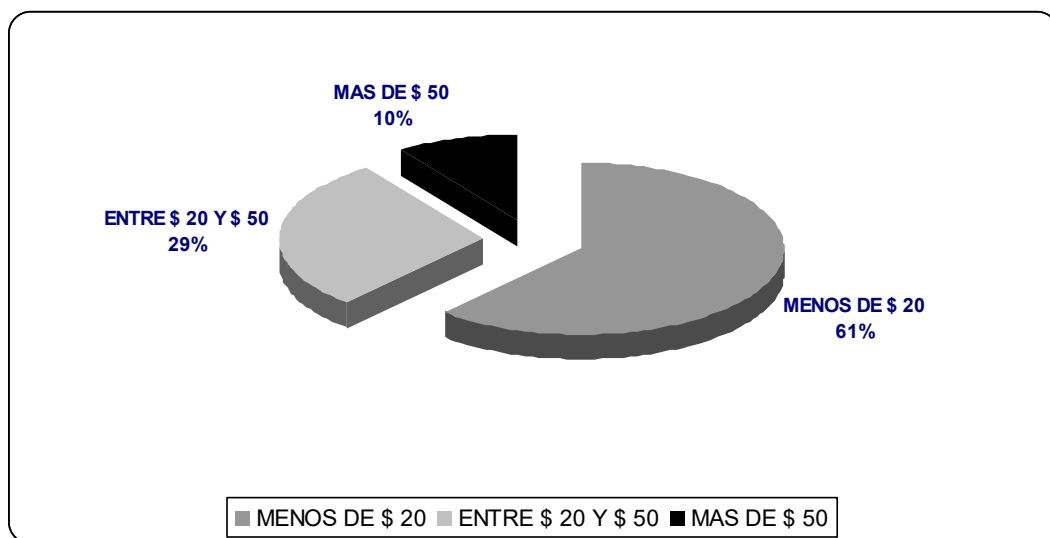


Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Gasto Promedio Diario

A fin de conocer la capacidad de consumo de los visitantes de Mar Bravo, consultamos el promedio de gasto diario en la playa. Al analizar las respuestas de los encuestados, podremos tener una mejor idea de los precios de venta que deben tener los servicios y productos que queremos ofrecer en nuestro proyecto.

**Gráfico 9 Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo:
Gasto Promedio Diario**

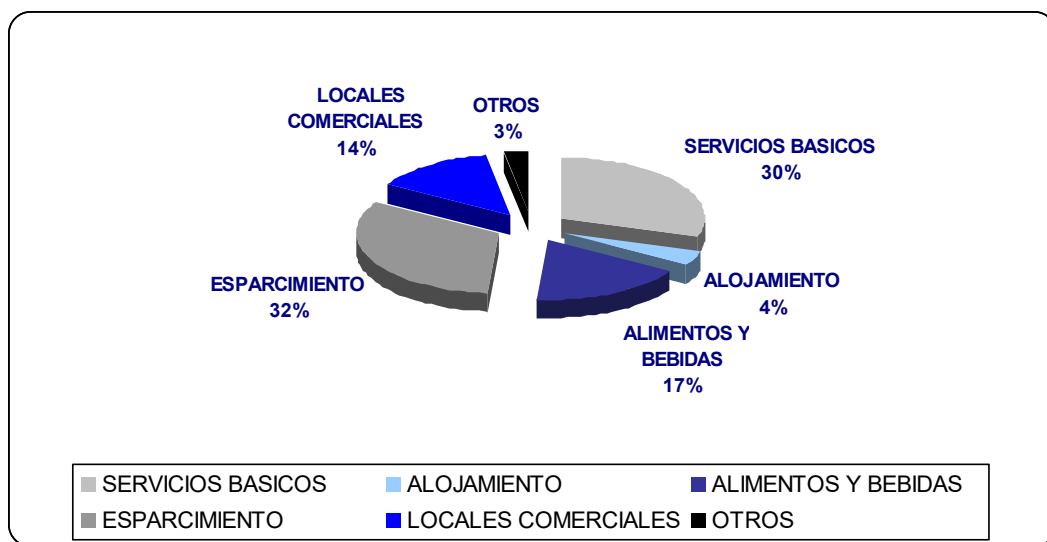


Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Servicios a Implementarse

A fin de determinar si nuestro proyecto esta correctamente orientado a mejorar los servicios carentes en Mar Bravo y por ende satisfacer las expectativas de los turistas, realizamos la consulta a los visitantes, sobre los servicios que consideran importante implementar en esta playa.

**Gráfico 10 Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo:
Servicios a implementarse**



Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Conclusión

El perfil del turista que visita la playa de Mar Bravo lo conforman hombres y mujeres, que en su mayoría se encuentran en el rango de 18 – 25 años. No hay un género predominante, pues Mar Bravo recibe visitantes masculinos y femeninos en igual porcentaje. En su mayoría, los turistas son provenientes de la Costa Ecuatoriana, con un porcentaje mínimo de extranjeros procedentes de América Latina.

El 78% de los visitantes de Mar Bravo, viaja en grupo familiar hacia esta playa, con un promedio de 7 acompañantes, y el medio de transportación utilizado por la mayoría de turistas es el vehículo propio.

En temporada alta, el 42% de los encuestados viaja hacia Mar Bravo una vez por semana, mientras que en temporada baja el porcentaje que visita la playa en esta misma frecuencia es del 8%.

El 31% de los turistas tienen una estadía de 3 días en la playa de Mar Bravo, siendo las casas propias, el tipo de alojamiento predominante entre estos visitantes.

Tomar el sol en la playa, es el motivo de mayor visita a Mar Bravo, mientras que otro porcentaje acude a esta playa en búsqueda de buenas olas para practicar surf. En su gran mayoría, los turistas permanecen de 3 a 6 horas en esta playa; y el gasto promedio predominante del 61% de los turistas, es de menos de \$20.00 diarios.

Con el 32% de las opiniones de los turistas encuestados, determinaron que la playa de Mar Bravo necesita servicios de esparcimiento para poder mejorar los niveles de satisfacción de sus visitantes.

El siguiente aspecto señalado por la mayoría de los turistas, fue la carencia de servicios básicos suficientes para atender la demanda de viajeros que recibe esta playa.

Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique

Una vez definidos el perfil de los visitantes de Mar Bravo y los servicios que los turistas opinan deben de implementarse en la playa, procedimos a realizar una segunda encuesta, que la denominamos Encuesta de Aceptación del proyecto *Bar Mirador Boutique*, consultando aspectos estrictamente relacionados al tipo de negocio que se desea realizar en el sitio de estudio. (Ver anexo No.6 Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique)

De acuerdo con el diseño de la muestra, se realizaron 60 encuestas, el sábado 07 de abril del 2007, considerado el último feriado de la temporada de playa. Siguiendo el mismo esquema de la encuesta anterior, explicaremos los temas consultados, antes de presentar los

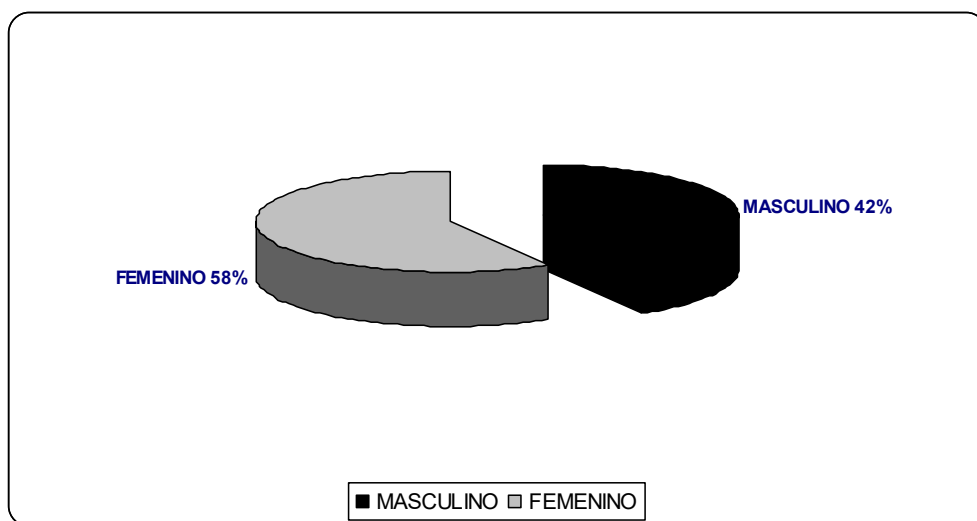
resultados obtenidos. (Ver anexo No. 7 Resultados Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique)

Resultados Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique

Género

Para poder determinar de una mejor manera, las características de la demanda que nuestro proyecto puede tener, se considera importante conocer si existe alguna tendencia en el género de los consumidores (más hombres y/o más mujeres).

Gráfico 11 Aceptación Bar Mirador Boutique: Género



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

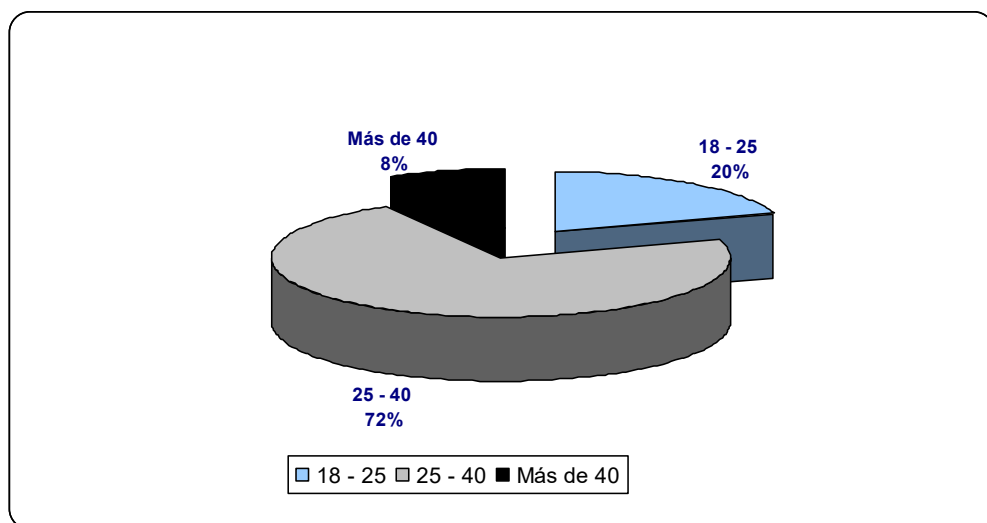
Edad

A fin de realizar una clasificación de los posibles consumidores de nuestro *Bar Mirador Boutique*, se establecieron 3 rangos de edades.

La división de los rangos de edades son los siguientes:

- De 18 – 25 años: Nos referimos a jóvenes adolescentes
- De 25 – 40 años: Nos referimos a jóvenes adultos
- Mayores de 40 años: Nos referimos a personas adultas;
padres de familia

Gráfico 12 Aceptación Bar Mirador Boutique: Edad



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la tesis

Tipo de Bebidas que se deberían ofrecer

Con el objetivo de conocer las preferencias de los posibles clientes del Bar Mirador Boutique, les pedimos que clasifiquen por importancia o gusto el tipo de bebidas que se deberían ofrecer. Las bebidas fueron escogidas considerando las diversas actividades que los turistas pueden realizar en Mar Bravo y el desgaste de energía en el que pueden incurrir; además de considerarse las bebidas normalmente más demandadas en el tipo de negocio que se desea realizar.

Las opciones de bebidas fueron:

- **Gaseosas y agua:** Son consideradas bebidas de consumo general y masivo.
- **Batidos, jugos y yogurt:** Batidos elaborados con frutas diversas y leche; jugos de frutas naturales, yogures varios con sabor a frutas.
- **Bebidas energizantes:** Tipo de bebida con elementos que ayudan a recuperar la energía desgastada, por ejemplo: Gatorade, V220, Toni Energízate, etc. Generalmente es utilizada por surfistas y deportistas en general.

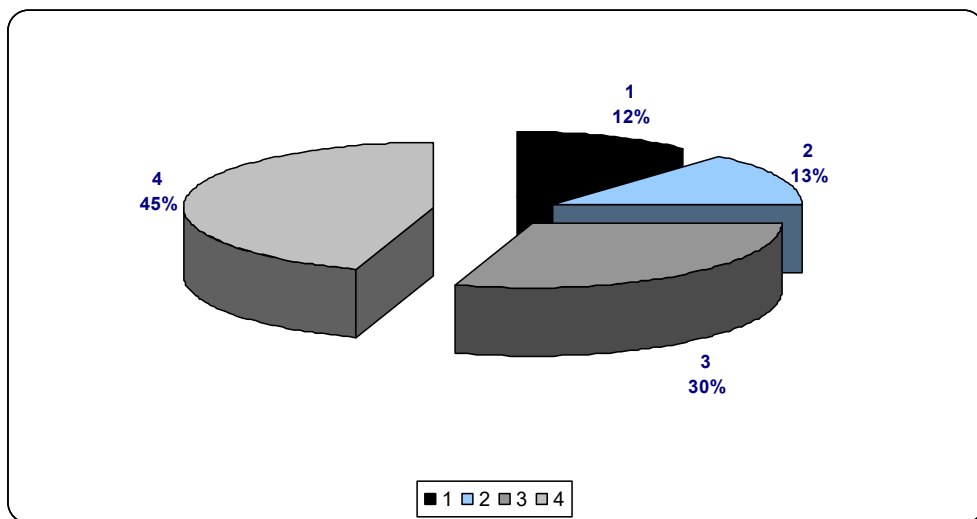
- **Cerveza:** Bebida alcohólica producida a base granos de cebada germinados y fermentados; refrescante para quitar la sed.
- **Cócteles:** Combinación de bebidas alcohólicas, jarabes y hielo.
- **Licores:** Bebida alcohólica.

La clasificación se realizó según los siguientes parámetros:

- 4: Importancia y/o gusto alto
- 3: Importancia y/o gusto intermedio
- 2: Importancia y/o gusto medio
- 1: Importancia y/o gusto bajo

Se consideró que los puntos para la clasificación de la importancia y/o gusto se pudieran repetir, a fin de no tener extensas opciones para responder.

**Gráfico 13 Aceptación Bar Mirador Boutique:
Importancia o Gusto Cerveza**



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Tipo de Alimentos que se deberían ofrecer

Para poder conocer los gustos de alimentación de los posibles clientes del *Bar Mirador Boutique*, se le pidió a los encuestados, que clasifiquen por importancia o gusto el tipo de alimentos que se deberían ofrecer. Se tomó en consideración las variadas actividades que los turistas pueden realizar en Mar Bravo y el desgaste de energía en el que pueden incurrir; además de considerarse los platos de comidas y piqueos más demandados en el tipo de negocio que se desea realizar.

Las opciones planteadas fueron:

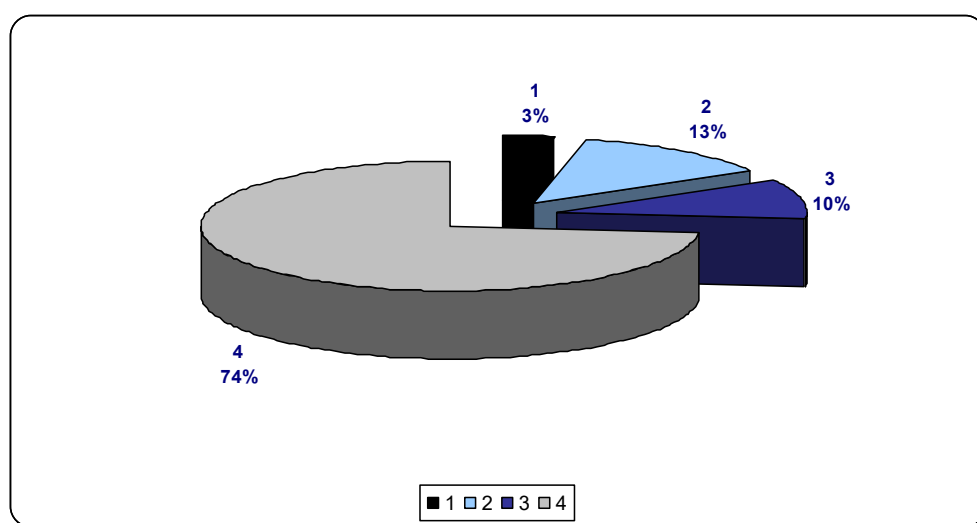
- **Sánduches:** Emparedado con una loncha de jamón, queso, mixto, pollo y atún.
- **Snacks:** Empaquetados varios como tortolines, papas, tostitos, galletas, etc.
- **Ensalada de fruta:** Mezcla de frutas, la porción se sirve fría.
- **Barras Energéticas:** Nuevo concepto de suplemento alimenticio. Vienen en empaques individuales, por ejemplo: All Braun, Morning Sets, Quaker Oatmeal y demás.
- **Ceviches:** Plato preparado a base de mariscos como el pescado, camarón, concha, pulpo, ostra, mixto, conjuntamente con tomate, cebolla, perejil y limón.

La clasificación se realizó según los siguientes parámetros:

- 4: Importancia y/o gusto alto
- 3: Importancia y/o gusto intermedio
- 2: Importancia y/o gusto medio
- 1: Importancia y/o gusto bajo

Se consideró que los puntos para la clasificación de la importancia y/o gusto se pudieran repetir, a fin de no tener extensas opciones para responder.

**Gráfico 14 Aceptación Bar Mirador Boutique:
Importancia o Gusto Ceviches**



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Tipos de Artículos que se deberían ofrecer

A fin de conocer las tendencias de los posibles clientes del *Bar Mirador Boutique*, se le pidió a los encuestados, que clasifiquen por importancia o gusto el tipo de artículos se deberían ofrecer.

Las opciones de artículos para la venta en la Boutique fueron:

- **Artesanías y Souvenirs:** Artes y recuerdos elaborados por artesanos de la costa, principalmente con material de la región. Por ejemplo: llaveros, pulseras, aretes, anillos, dijes, carteras, vasos, etc.
- **Sombreros:** Prenda del vestido que sirve para cubrir la cabeza y protegerse del sol; elaborados con material típico de la costa ecuatoriana, con variados diseños y colores.
- **Trajes de Baño:** Vestido utilizado para tomar el sol, bañarse en el mar y/o piscina. Prenda utilizada por hombres y mujeres.
- **Artículos de playa:** Productos como: bloqueador solar, bronceador, gafas, gorras, protector de labios, cremas, toallas, etc.
- **Ropa de playa:** Bermudas, shorts, camisetas, camisas, pareos.

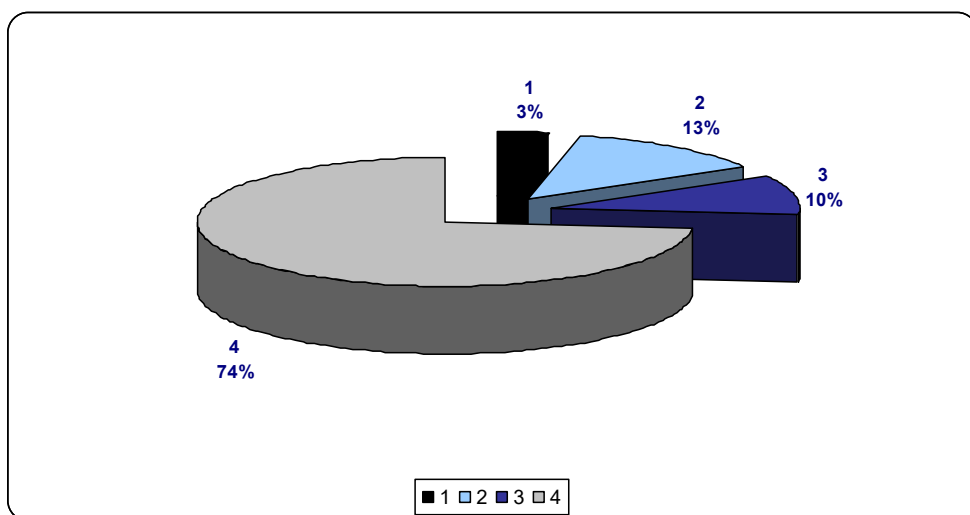
La clasificación se realizó según los siguientes parámetros:

- 4: Importancia y/o gusto alto
- 3: Importancia y/o gusto intermedio
- 2: Importancia y/o gusto medio

- 1: Importancia y/o gusto bajo

Se consideró que los puntos para la clasificación de la importancia y/o gusto se pudieran repetir, a fin de no tener extensas opciones para responder.

**Gráfico 15 Aceptación Bar Mirador Boutique:
Importancia o Gusto Ropa de Playa**



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

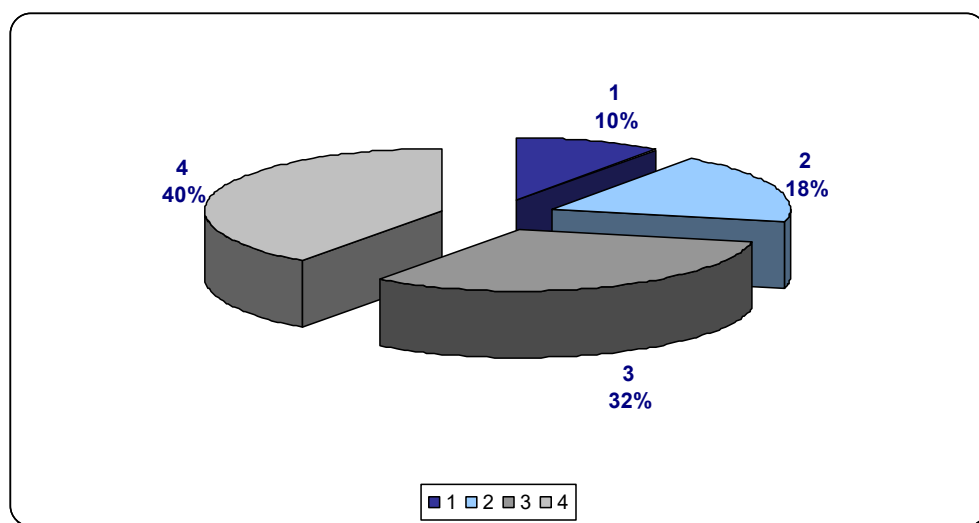
Tipos de Música que se deberían escuchar

A fin de conocer las tendencias musicales de los posibles clientes del *Bar Mirador Boutique*, se le pidió a los encuestados, que clasifiquen por importancia o gusto el tipo de música que se debería escuchar.

Las opciones de música a escucharse en el Bar fueron:

- Música Rock Latino
- Música Alternativa
- Música Electrónica
- Música Pop en Español
- Música Pop en Inglés
- Música Romántica en Español
- Música Romántica en Inglés

**Gráfico 16 Aceptación Bar Mirador Boutique
Importancia o Gusto Rock Latino**



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Conclusión

De los visitantes que acuden al destino de Mar Bravo, en esta ocasión, encontramos un porcentaje mayor de turistas en el rango de edad de 25 – 40 años. Citando los resultados de la primera encuesta, podríamos concluir que el perfil del turista que visita la playa de Mar Bravo lo conforman hombres y mujeres, que en su mayoría se encuentran en el rango de 18 – 25 y 25 – 40 años, posible mercado de clientes del proyecto planteado.

Con el objetivo de conocer las preferencias de los posibles clientes del negocio, se realizaron diferentes consultas sobre los productos a ofrecerse en las áreas del *Bar Mirador Boutique*, a continuación se indican las más sobresalientes:

Bebidas

La cerveza obtuvo el 45% de preferencia.

Alimentos

El 74% de aceptación fue para los ceviches.

Artículos de Venta

El 62% de aceptación lo tiene la ropa de playa

Música

El 40% de preferencia obtuvo el Rock Latino

De los servicios que se desean ofrecer en el *Bar Mirador Boutique*, se les consultó a los turistas, cuánto estarían dispuestos a cancelar, a fin de conocer el nivel de consumo de los posibles clientes y poder determinar los precios de venta de las bebidas, alimentos y artículos para la boutique. Los resultados obtenidos del servicio de alimentos y bebidas son los siguientes:

- el 72% de los entrevistados pagaría desde \$ 1.01 hasta \$ 5.00 por el consumo de gaseosas, aguas, cervezas, bebidas energizantes, batidos, jugos y yogurt
- el 80% de los consultados estaría dispuesto a pagar hasta \$ 5.00 por los cócteles
- el 68% de los encuestados cancelaría de \$ 2.00 hasta \$ 5.00 por shot del licor de su elección

- el 80% de los clientes pagaría desde \$ 1.01 hasta \$ 5.00 por el consumo de sánduches, snacks, ensalada de frutas y barras energéticas.
- el 70% de los consultados estaría dispuesto a cancelar de \$ 2.00 hasta \$ 5.00 por los ceviches de los diferentes tipos de mariscos.

En relación a los artículos de venta para la boutique, las conclusiones son las siguientes:

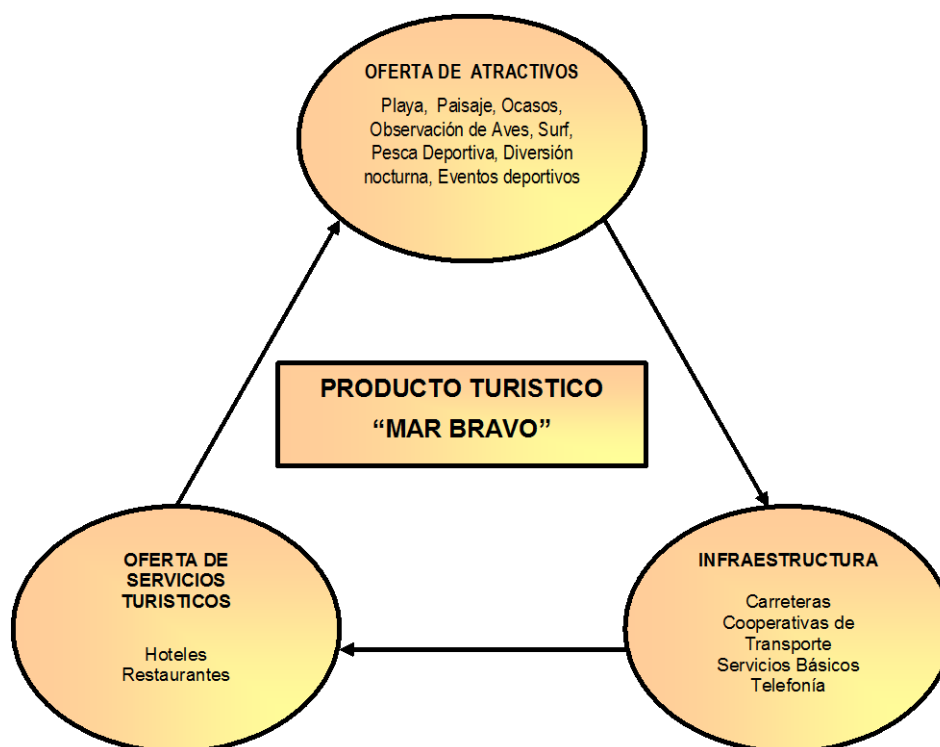
- por las Artesanías y Souvenirs, el 69% de los consultados, pagaría de \$ 3.00 hasta \$ 6.00
- el 45% de los entrevistados estaría dispuesto a cancelar de \$ 3.00 hasta \$ 6.00 por adquirir un Sombrero
- por la compra de un Traje de Baño, el 44% de los clientes cancelaría de \$ 15.00 hasta \$ 20.00
- el 48% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$ 6.00 hasta \$ 10.00 por los Artículos de Playa

- y por adquirir Ropa de Playa, el 54% de los entrevistados, pagaría de \$ 10.00 hasta \$ 15.00.

2.1.2 Análisis de la Oferta

El producto turístico está conformado por tres elementos: los atractivos, la infraestructura de apoyo y los servicios complementarios. Para realizar un correcto análisis de la oferta turística de un sector, no se pueden dejar de considerar estos tres elementos.

Ilustración 4 Componentes del Producto Turístico “Mar Bravo”



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Atractivos Turísticos

Mar Bravo

La playa de Mar Bravo constituye el principal atractivo donde se localiza el *Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”*. Es una extensa playa de 17 km. de longitud, que posee un acantilado de tres metros de altura, el cual dificulta el acceso a las aguas de fuerte corriente; favorables para la práctica de “surf” y “bodyboard”, pero no aptas para la actividad de balneario.

Debido a su favorable ubicación, el destino Mar Bravo ofrece a sus visitantes la experiencia única de disfrutar de los maravillosos ocasos e inigualables paisajes, dibujados en el horizonte.

Entre sus características principales, podemos detallar, que la arena de esta playa es de textura fina y clara; y el agua del mar es diáfana.

(Ver anexo No. 8 Ficha Técnica de Mar Bravo - Inventario de Atractivos Turísticos, Ministerio de Turismo)

Ilustración 5 Atardecer en Mar Bravo



Fuente: www.salinasecuador.com

Elaboración: Autoras de la Tesis

Piscinas de Sal “Ecuasal”

Ben Haase, naturalista con muchos años de experiencia en el estudio de aves marinas, costeras y mamíferos marinos, ha considerado que las piscinas de Ecuasal son el lugar propicio para poder ver una gran variedad de especies de aves debido a su ubicación geográfica, en la punta de la costa suroeste ecuatoriana.

A primera vista, las piscinas parecen un espacio muy monótono sin mucha importancia; sin embargo, desde 1990 el autor ha realizado más de 210 censos, registrando el siguiente inventario en el área:

- 117 diferentes especies de aves, 81 especies de aves acuáticas y 36 terrestres
- 56 especies de aves migratorias y 39 especies de aves playeras

De este estudio, podemos citar otros datos interesantes sobre las aves:

- El número promedio de especies observado por mes es 42, con un mínimo de 37 y un máximo de 50 especies
- En términos de residencia, las especies de aves se clasifican en las siguientes categorías: 40 especies residentes, 56 especies migratorias y 20 especies con presencia irregular y ocasional

Muchas de las especies que se encuentran en Ecuasal se pueden observar en números altos, razón principal por la que la zona debe ser incluida en el área protegida, ya que además, aquí se han registrado 14 de las 48 especies endémicas de la región Tumbesina.

En este sitio se reúnen algunas condiciones ambientales favorables, creando un ecosistema único que atrae a muchas aves. Ellas necesitan el espacio, la fuente de comida que ofrece las piscinas y la tranquilidad del área. De las 109 especies de aves registradas, estas, se pueden dividir en tres grupos:

Residentes.- Las que se pueden observar durante todo el año, y casi siempre se alimentan, se reproducen y pasan el proceso de la muda aquí.

Migratorias.- Las que se reproducen en el Hemisferio Norte (o Sur) y después viajan hacia el Sur (o Norte), ida y vuelta cada año. Un ejemplo es el Chorlito semipalmeado que anida en Alaska y en el Otoño viaja hacia la Costa Suramericana (Ecuador) para descansar, renovar su plumaje y prepararse para un nuevo viaje en la primavera.

Irregulares.- Especies que aparecen ocasionalmente y por períodos de tiempo irregulares como consecuencia de sucesos climatológicos importantes. (Ver anexo No. 9 Ficha Técnica Piscinas de Sal - Inventario de Atractivos Turísticos, Ministerio de Turismo)

Ilustración 6 Piscinas de Sal “Ecuasal”



Fuente: www.femm.org
Elaboración: Autoras de la Tesis

Represa Velasco Ibarra (Humedal Velasco Ibarra)

El Humedal se encuentra ubicado en la parte noreste del cantón en el límite entre La Libertad y Salinas a 3 Km. de distancia del borde marino.

Fue construido por INERHI hace 35 años, aprovechando la cuenca hidrográfica de la afluencia de varios ríos pequeños que desembocaban al mar, calculándose una superficie aproximada de 200 Has; en principio se la construyó pensando en la cobertura de agua potable peninsular, pero por lo salobre de sus aguas se descarto esta posibilidad.

Actualmente es una reserva ecológica donde se puede encontrar principalmente avifauna y organismos bio-acuáticos. Algunas de las aves marinas que se han observado son: garzas, cormoranes neotropicales, gaviotas, fragatas, gaviotines entre otras especies, combinando especies ornitológicas propias de diferentes zonas de vida.

El área está rodeada de vegetación típica de ambiente seco, pero también se puede encontrar cultivos de ciclo corto en sus alrededores. (Ver anexo No. 10 Ficha Técnica Represa Velasco Ibarra - Inventario de Atractivos Turísticos, Ministerio de Turismo)

Ilustración 7 Represa Velasco Ibarra



Fuente: www.femm.org

Elaboración: Autoras de la Tesis

Salinas

Es una de las zonas mas conocidas en el país por los atractivos turísticos que posee, aunque en realidad la oferta turística está orientada al turismo de playa y de vida nocturna, ideal para el consumo interno de temporada invernal, pero poco atractivo para el turismo internacional o para el turista local interesado en la naturaleza que busca principalmente esas áreas poco intervenidas por el ser humano.

La marcada estacionalidad turística, característica de la provincia de Santa Elena, y particularmente de Salinas, limita el desarrollo de

actividades comerciales y productivas fuera de temporada y con ello limita también la inversión privada y, por consiguiente, la oferta de trabajo y oportunidades para sus pobladores.

Ilustración 8 Salinas



Fuente: www.femm.org
Elaboración: Autoras de la Tesis

2.1.2.1 Descripción de la planta turística existente

Como se indicó anteriormente, la oferta de Mar Bravo es muy limitada; pues no cuenta con una extensa variedad de establecimientos de alojamiento y restauración para poder satisfacer totalmente los requerimientos y expectativas de los visitantes, lo cual

restringe sus opciones a la hora de elegir un sitio para pernoctar o alimentarse.

De esta oferta directa de establecimientos de alojamiento y de restauración, se realizó un estudio mediante una encuesta, sobre los servicios que ofrecen a los turistas, la procedencia y demanda de visitantes de acuerdo a la temporada y la motivación de los turistas para acudir hasta el destino Mar Bravo. (Ver anexo No. 11 Encuesta de Mercado a Hoteles y Restaurantes en Mar Bravo)

Oferta Directa

Alojamiento

<u>Hotel Punta Carnero</u>	
Dirección:	Vía Punta Carnero – Anconcito
Categoría:	Lujo
Nº de habitaciones:	42
Nº de plazas:	89
Nº de mesas:	110
Nº de plazas:	441
Facilidades:	Habitaciones con aire acondicionado, baño privado, TV con Direct TV. Servicio de Restaurante, Bar, área de piscina y juegos. Servicio de tours y traslados.

*Fuente: Srta. Johanna García – Recepcionista – Hotel Punta Carnero
Elaboración: Autoras de la Tesis*

Descripción

Este establecimiento recibe igual cantidad de turistas de género masculino y femenino; el rango de edades de los visitantes oscila desde los 25 hasta más de 40 años. El Hotel Punta Carnero acoge a turistas nacionales, que proceden de la región Costa y de la Sierra, mientras que los turistas extranjeros son de América del Norte y de Europa.

De acuerdo a una de las funcionarias de este Hotel, la principal motivación de los turistas nacionales para acudir a Mar Bravo es poder disfrutar de un día de sol en familia y/o con amigos y deleitarse con los excepcionales ocasos, mientras en ciertos casos el deseo de practicar surf; convierte a Mar Bravo en el lugar elegido por los turistas.

En el caso de los turistas extranjeros, el interés de ellos es más científico y ecológico, pues seleccionan visitar la playa de Mar Bravo, para realizar la observación de avifauna en las Piscinas de Sal (Ecuasal) y en el Humedal Velasco Ibarra (Represa Velasco Ibarra).

Para este establecimiento, el período de Diciembre a Marzo constituye la Temporada Alta, mientras que la Temporada Baja es

considerada desde mediados de Abril hasta los primeros días de Noviembre. En temporada alta, los turistas se hospedan por un mínimo de 3 noches, en cambio en temporada baja se quedan máximo por 2 noches.

De acuerdo a los registros del Hotel, el tipo de habitación más solicitada por los visitantes es la Doble y/o Matrimonial, mientras que en cuestión de alimentos, los ceviches y la corvina a la plancha son los platos preferidos por los turistas de este establecimiento.

<u>Hostería del Mar</u>	
Dirección:	En la roca, pasando el puente
Categoría:	Primera
Nº de habitaciones:	38
Nº de plazas:	120
Nº de mesas:	12
Nº de plazas:	48
Facilidades:	Habitaciones equipadas con piscina para niños y adultos, restaurante con comida típica nacional e internacional, billar, futbolito y volley, estacionamiento privado, acceso directo a la playa de Mar Bravo,

*Fuente: Sra. Leonor Escalante – Recepcionista – Hostería del Mar
Elaboración: Autoras de la Tesis*

Descripción

Los turistas nacionales que se hospedan en esta Hostería provienen mayoritariamente de la región Sierra, mientras que los visitantes extranjeros son de origen europeo.

El rango de edades de los clientes de este establecimiento se divide en dos grupos; de 18 a 25 años y de 25 a 40 años; en lo referente al género de los huéspedes, la Hostería recibe igual cantidad de turistas masculinos y femeninos.

Para una de las funcionarias, los turistas nacionales eligen visitar la playa de Mar Bravo para disfrutar en familia del turismo de sol y playa y de los maravillosos atardeceres; pero indica que también reciben grupos de jóvenes que disfrutan de la playa y de los ocasos, pero buscan en Salinas la diversión nocturna.

En cambio los turistas extranjeros manifiestan intereses de tipo científico al seleccionar a Mar Bravo para realizar la observación de avifauna en el sector de Ecuasal y en el Humedal Velasco Ibarra.

La Hostería del Mar tiene identificado desde fines de Octubre hasta la primera semana de Abril como Temporada Alta y desde la segunda semana de Abril hasta el 15 de Octubre como Temporada

Baja. Los turistas se hospedan en temporada alta mínimo por dos noches en la Hostería, mientras que en temporada baja lo hacen por una noche.

Según información de la Hostería, las habitaciones matrimoniales y las familiares son las más demandadas por los visitantes. En los servicios de restauración, el arroz de mariscos acompañado de una cerveza fría, es el plato más solicitado por los clientes de este establecimiento.

<u>Hostería Puerto Aguaje</u>	
Dirección:	Km. ½ de la Vía Libertad – Punta Carnero (esquina)
Categoría:	Primera
Nº de habitaciones:	12
Nº de plazas:	120
Nº de mesas:	16
Nº de plazas:	32
Facilidades:	Piscina de agua temperada para adultos, piscinas de agua fría para adultos y niños, hidromasajes, sauna, jacuzzi, áreas infantiles, hamacas, billares, karaoke, bar, sala de descanso

*Fuente: Sr. John Morales – Administrador Encargado
Hostería Puerto Aguaje
Elaboración: Autoras de la Tesis*

Descripción

La Hostería Puerto Aguaje recibe turistas nacionales provenientes de las regiones de la Costa y Sierra y a turistas extranjeros originarios de América del Norte y de Europa; el establecimiento recibe igual cantidad de turistas femeninos y masculinos, y el rango de edad fluctúa de 25 a 40 años.

De acuerdo a la experiencia del funcionario de la Hostería, la misma recibe a grupos de familias de turistas nacionales que desean disfrutar de la playa con actividades de recreación, sin el congestionamiento típico de playas como Salinas. Apremiar la caída del sol, es uno de los espectáculos que ninguno de los huéspedes de este establecimiento permite perderse.

Los turistas extranjeros llegan más en parejas o grupos de trabajo y su interés radica en realizar estudios científicos y ecológicos, por lo que sus puntos obligados de visita son las Piscinas de Sal (Ecuasal) y el Humedal Velasco Ibarra, sitios donde realizan la observación de avifauna.

De acuerdo a la demanda de visitantes, la Hostería clasifica a la Temporada Alta en dos periodos: de Diciembre a Abril (vacaciones región Costa) y de Julio a Septiembre (vacaciones región Sierra) y

los restantes meses son catalogados como Temporada Baja. En época de temporada alta, los turistas se hospedan mínimo por dos noches en la Hostería, mientras que en temporada baja lo hacen por una noche.

Según datos de la Hostería, las habitaciones familiares son las más solicitadas por los visitantes. Mientras que en la oferta de alimentos, el pescado frito y/o apanado es el plato más requerido por los clientes de este establecimiento.

Alimentación

<u>Cevichería El Buzo</u>	
Dirección:	Vía Punta Carnero – Anconcito
Categoría:	Tercera
Nº de mesas:	05
Nº de plazas:	20

*Fuente: Sr. Michael Loor – Administrador – Cevichería El Buzo
Elaboración: Autoras de la Tesis*

Descripción

Este modesto establecimiento, recibe únicamente a turistas nacionales, en igual número masculino y femenino, procedentes de la región Costa y Sierra, con un rango de edad de 25 a 40 años.

De acuerdo a la demanda atendida, la Cevichería considera la Temporada Alta de Diciembre hasta Abril y la Temporada Baja de Abril a Diciembre.

En su oferta de servicios, presenta variedad de ceviches (camarón, concha, pulpo, churo, mixto, pescado, spondylus, etc.), los mismos que son degustados acompañados de una cerveza fría por parte de los clientes del local.

Oferta Indirecta

Como resultado de la limitación en la oferta turística de Mar Bravo, Salinas se convierte en su principal apoyo, para complementar todas estas carencias. Este balneario posee una gran gama de sitios de alojamiento y restauración, de diferentes categorías y conceptos, para satisfacer las exigencias de los turistas que visitan esta playa.

En el anexo 12, se presenta un detalle por categorías de los distintos hoteles, hosterías, hostales, restaurantes, bar, soda bar, etc. registrados en el balneario de Salinas.

2.1.2.2 Determinación de la Capacidad de Carga

Caracterización e imagen del destino

La playa de Mar Bravo cuenta con condiciones naturales óptimas para la práctica de surf, bodyboard, pesca deportiva, así como observación de aves migratorias; además por su ubicación geográfica, es un lugar privilegiado para la observación de maravillosos ocasos.

La presencia de una fuerte actividad camaronera y salinera por varias décadas en el sector, ha influido en la distribución del uso de la playa, su población y la actividad comercial de la misma; así como también en el paisaje del sector.

A pesar de tener buenos atractivos naturales, la oferta de servicios de Mar Bravo es modesta, lo cual ha dificultado que el destino se posicione entre los lugares preferidos por los turistas en búsqueda de sol & playa y de recreación.

Caracterización del área turística recreativa

Como se citó anteriormente, Mar Bravo es preferida para observar aves migratorias, apreciar los incomparables atardeceres, para la práctica de deportes acuáticos y para disfrutar del sol cómodamente en la playa, ya que el mar, por la presencia de remolinos y resacas, es restringido para los bañistas.

Además de estas actividades, Mar Bravo es sitio escogido para la realización de campeonatos de surf, deportes playeros como el volleyball y últimamente para la práctica de parapente.

La diversión nocturna es otro de los atractivos de gran acogida en este sitio, los bares y discotecas de moda se encuentran a lo largo de la carretera de acceso principal.

Estacionalidad y temporadas turísticas

El flujo turístico que recibe Mar Bravo responde a la misma temporalidad y estacionalidad que presenta Salinas. El periodo preferido por los turistas de la Costa son: Diciembre – Abril y para los de la Sierra: Junio – Agosto.

Perfil de la demanda

Mar Bravo cuenta con una demanda propia que está conformada por los viajeros que conocen de su estratégica ubicación para disfrutar de excepcionales puestas de sol, así como de sus privilegiadas olas para realizar la práctica del surf. Y en los últimos tiempos, debido a la aglomeración de turistas en la playa cercana, Salinas, las extensas playas de Mar Bravo son ocupadas por visitantes en búsqueda de disfrutar de un día o de días de sol.

Los datos que se presentan a continuación son el resultado del levantamiento directo de información de campo realizado en el mes de febrero del 2007. Se entrevistó a un total de 52 personas que se encontraban acomodadas a lo largo de la playa de Mar Bravo.

Tipo de visitante

En base al estudio de demanda realizado, podemos indicar que el turista que acude a la playa de Mar Bravo oscila entre los 18 – 40 años en promedio. No existe un género predominante.

La práctica de surf, el turismo de sol y playa, y la diversión nocturna son los principales intereses que motivan la visita a este destino. La

observación de aves es una actividad realizada principalmente por turistas extranjeros en temporadas definidas.

Tiempo de uso de playa

En su gran mayoría, los turistas permanecen de 3 a 6 horas en esta playa.

Selección de sitio en la playa

Tomar el sol en la playa, es el motivo de mayor visita a Mar Bravo, mientras que otro porcentaje acude a esta playa en búsqueda de buenas olas para practicar surf.

Consumo en alimentación

La mayoría de las personas reportó la escasez de sitios de alimentación en Mar Bravo, por lo que acuden a Salinas en búsqueda de este servicio.

Consumo en transporte

El medio de transportación utilizado por la mayoría de turistas que visitan la playa de Mar Bravo es el vehículo propio.

Capacidad de Carga Física

Mar Bravo es una playa de 17 kilómetros de largo. A pesar de este gran espacio, esta playa no ha sido explotada en su totalidad con las bondades turísticas que posee, por lo que no tiene una afluencia turística masiva, con excepción de temporada de playa y feriados. De esta manera, los visitantes que acuden utilizan principalmente el área ubicada por la calle principal de acceso.

Para este cálculo se toma en cuenta el largo de la playa útil por el promedio entre el ancho de la playa desde la línea de marea hasta la línea de marea en bajamar; sumado al ancho de la playa útil más el promedio de ancho de merma de la playa que igual puede considerarse útil para el turismo, si así lo permitieran las condiciones del sitio.

El resultado se divide para la cantidad de metros por persona, que el Programa de Manejo de Recursos Costeros estipula para áreas semi-urbanas, que es de 15 metros por persona.

Tabla 7 Capacidad de Carga Física

Largo total de la playa (m ²)	4000
Ancho máximo	50
Área máxima	200.000
Ancho mínimo (m)	16.20
Área mínima (m)	32.400
Área ocupada * (m ²)	0*
Área máxima corregida (m ²)	*
Área mínima corregida (m ²)	0

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Área Total:

$$200.000 + 32.400 = 232.400 \text{ mts}$$

Capacidad de carga aceptable:

$$232.400 \text{ mts} \div 15 \text{ mts por persona}$$

15.498 personas

(*) En temporada baja, se considera que el área máxima corregida tendrá un valor de 0 (cero) pues no habrá infraestructuras que ocupen el espacio de playa destinado a los turistas.

En cambio en la temporada alta, se considera que el área máxima corregida dependerá de los eventos deportivos y/o turísticos que se desarrollen en la playa, generalmente ocupan tarimas, baterías sanitarias móviles, cestos de basura adicionales, etc.

Capacidad de Carga Servicios de Alojamiento

Como se demostró anteriormente, la oferta de servicios de alojamiento en la playa de Mar Bravo se restringe a 03 establecimientos, que brindan en su totalidad 329 plazas. De acuerdo a entrevistas con los Administradores de los Hoteles, se puede concluir que en general las personas que viajan a Mar Bravo por motivos de recreación (observación de la caída del sol, turismo de sol y playa, practica de surf) y adicionalmente un gran porcentaje de turistas extranjeros acuden a esta playa para realizar la observación científica de aves.

En vista de la limitación en los servicios de alojamiento, Mar Bravo se apoya en Salinas, para satisfacer las necesidades de los turistas, pues este balneario tiene la posibilidad de ofrecer una alternativa variada en servicios de alojamiento.

Tabla 8 Capacidad de Carga Establecimientos de Alojamiento

Categoría	Lujo	1ra	2da	3ra	4ta	Sub total	Total
No. de establecimientos	02	12	24	19	01	58	58
No. de Plazas	295	887	1842	866	60	3950	3950

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Capacidad de Carga Servicios de Alimentación

Se debe considerar que Salinas, siendo el polo de desarrollo de la Península (actual provincia de Santa Elena) y cercano a playas con limitaciones en su oferta de alimentación, como es el caso de la playa de Mar Bravo, se convierte en el lugar escogido por los turistas para satisfacer sus necesidades de alimentación; aunque los visitantes se encuentren visitando otras playas.

Para el cálculo de la capacidad de carga de los establecimientos de alimentación se multiplica el número de plazas por el número de horas pico al día en el que se van a utilizar los servicios. Se calcula que cada usuario está un promedio de una hora y las horas pico se calculan entre las 12H00 y las 16H00, siendo un total de 4 horas.

Tabla 9 Capacidad de Carga Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Categoría	1ra	2da	3ra	4ta	Sub total	Total
No. de establecimientos	03	24	95	39	161	161
No. de Plazas	288	1021	3097	972	5378	5378

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Las 5378 plazas podrían acoger un total máximo de 21512 usuarios al día (5378 plazas x 4 horas).

Capacidad de Carga Sitios de Parqueo

Mar Bravo no cuenta con zonas delimitadas de parqueo. Los carros se ubican en el lado derecho de la calle principal y a los costados de las calles transversales. Considerando el hecho de que un carro particular ocupa aproximadamente 10 m^2 y que entre los vehículos debe existir una distancia de 2 metros, se puede concluir que existiría una capacidad para 666 automotores particulares, resultando una capacidad de 2664 personas, asumiendo una media de 4 personas por vehículo.

Tabla 10 Capacidad de Carga Sitios de Parqueo

Largo total de la playa (m^2)	4000
Espacio ocupado por carro particular (m^2)	10
Espacio ocupado por bus (m^2)	30
Espacio entre carro y carro (m^2)	2
Personas por vehículo	4

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Capacidad de carga aceptable:

$$4.000 \div 12 = 333 \text{ carros particulares}$$

$$333 \times 2 \text{ lados de la carretera}$$

666 carros particulares

La tabla a continuación muestra el resumen de las variables analizadas anteriormente.

Tabla 11 Resumen de Capacidad de Recepción de Usuarios

Carga aceptable de usuarios de playa en zona efectiva de uso actual	15498
Capacidad de usuarios dada por oferta de alojamiento	3950
Capacidad de usuarios dada por oferta de restaurantes	5378
Capacidad de usuarios dada por área de parqueaderos	2664

Elaboración: Autoras de la Tesis

2.1.3 Estrategias de la Comercialización

La consecución de los grandes objetivos de incrementar el número de turistas de una región y por consiguiente aumentar los ingresos turísticos y generar empleo, es siempre el resultado de un arduo proceso de planificación e implantación.

Antes de definir las estrategias de comercialización que se va a utilizar para la promoción de un *Bar Mirador Boutique* en la playa de Mar Bravo, es importante definir los objetivos generales y específicos, además de las estrategias y líneas de acción a seguir para conseguir el éxito de los mismos.

**Tabla 12 Matriz de Objetivos y Estrategias
“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”**

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL “BAR – MIRADOR – BOUTIQUE MAR BRAVO”		
Objetivo General del Proyecto	Estrategias	Acciones
<i>Implementar un Bar Mirador Boutique para impulsar el desarrollo del turismo en Mar Bravo y posicionar el Bar - Mirador – Boutique como un punto estratégico de visita</i>		
1. Objetivo específico: Implementar en Mar Bravo un Bar Mirador Boutique que lo posicione como un punto estratégico de visita	1.1 Desarrollar una estrategia de mercadeo para el <i>Bar Mirador Boutique</i> que posicione a Mar Bravo 1.2 Proponer una campaña de información para visitantes sobre el <i>Bar Mirador Boutique</i> 1.3 Potenciar la demanda existente que tiene Salinas y la Provincia de Santa Elena para que se conviertan en nuestros consumidores 1.4. Promocionar a nivel regional y nacional los atractivos con que cuenta el destino Mar Bravo para beneficio del proyecto	1.1.1 Crear una marca para el producto que a su vez promocióne el destino 1.1.2 Aprovechar la conectividad con Salinas utilizando señalética en las vías de acceso 1.1.3 Realizar acciones de promoción en peajes y gasolineras cercanas. 1.2.1 Difundir a los visitantes las opciones de servicio que le ofrece el proyecto para que maximicen su uso 1.2.2 Crear flyers u hojas volantes para entregarlos en la playa (Mar Bravo, Salinas, Chipipe, Libertad) a los usuarios 1.3.1 Entregar publicidad (afiches y brochures) del atractivo ligado a la imagen del proyecto en los hoteles de Salinas, Libertad y otros sitios de la Ruta del Sol 1.4.1 A través de las alianzas estratégicas con los

		principales hoteles, rentadoras de autos y la tarjeta de crédito seleccionada. Además de publicidad en las revistas de Turismo. 1.4.2 Elaborar un calendario de actividades y difundirlo por los medios, previo al inicio de cada temporada
2. Objetivo específico: Integrar varios servicios turísticos de apoyo para el visitante en el Bar Mirador Boutique	2.1 Desarrollar un producto que esté acorde con los gustos y preferencias de nuestro mercado meta.	2.1.1 Desarrollo de una investigación de mercado para conocer las demandas de los visitantes 2.1.2 Diseño de un modelo de Bar – Mirador – Boutique que permita incorporar correctamente los diferentes servicios 2.1.3 Realizar acuerdos con proveedores locales y demás, para que provean al Bar – Mirador – Boutique de los diferentes insumos necesarios para su operación 2.1.3 Participación en ferias de Turismo para dar a conocer al público en general los atractivos naturales del destino y los servicios que ofrece el proyecto nuevo
3. Objetivo específico: Fomentar el desarrollo de modalidades de turismo de aventura, sol y playa, científico y de recreación en el destino	3.1 Identificar las diferentes opciones de turismo que se puede desarrollar en el destino 3.2 Identificar las Actividades Marinas	3.1.1 Diseñar los productos para cada tipo de turista (aventura, sol y playa, científico y recreación) en las diferentes épocas del año 3.1.2 Ofrecer el producto Mar Bravo a las empresas de turismo receptivo para que lo incluyan como complemento en sus ofertas 3.2.1 Promocionar la práctica del surf y del bodyboard 3.2.2 Promocionar la pesca deportiva

	3.3 Identificar las Actividades Terrestres	3.3.1 Promocionar la Observación de Aves Migratorias en las piscinas de ECUASAL y en el Humedal Velasco Ibarra 3.3.2 Promocionar la observación de la caída del Sol y caminatas por la playa 3.3.3 Promocionar la practica de deportes extremos como el parapente
--	--	--

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Para realizar la correcta formulación de la estrategia de marketing turístico se deben establecer dos factores: la oferta turística del destino a promocionar en los mercados objetivos y la oferta del producto específico a promocionarse, en este caso, el *Bar Mirador Boutique*. Esto conlleva una doble definición estratégica: la primera que se denomina: “Lo que deseamos tener”, que establece la visión y posicionamiento competitivo, que se desea lograr en los mercados objetivos.

Visión

Que el *Bar Mirador Boutique* se en un sitio que por su calidad y variedad de servicios, sea un atractivo para aumentar la demanda de visitantes a Mar Bravo.

Posicionamiento

Posicionar el *Bar Mirador Boutique* como un lugar de visita obligatorio para los turistas en Mar Bravo; por todos los servicios necesarios que brindará y por la atención de calidad que ofrecerá.

Posteriormente se realiza la definición de “Lo que vamos a promover”, que determina las bases para la promoción del proyecto como son la definición de la marca, logotipo, slogan o mensaje permanente, entre otras herramientas.

Marca y Logotipo

La marca debe identificar al producto y comunicarlo de una forma agradable, sugestiva y de fácil comprensión; con el propósito de captar la atención de los potenciales visitantes y asegurar en ellos un fuerte poder de recordación.

De acuerdo a esto y para lograr la familiarización del Bar Mirador Boutique y del destino en sí con los visitantes, se plantea darle un nombre comercial en el que se enfoque el propósito del mismo. De esta manera surge “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*”, nombre que resume la esencia del producto y que será fácil de recordar por los visitantes.

Este concepto debe ir seguido de un logotipo que recalque gráficamente la sugerencia de visitar Mar Bravo, sitio donde se encuentra el producto *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”*. Se recomienda utilizar los elementos más representativos de los atractivos de Mar Bravo que son el atardecer y la tabla de surf, que son fácilmente reconocidos por los turistas nacionales y extranjeros.

Incluso, con la intención de reafirmar el concepto de la marca, se podría hacer uso de un slogan, por lo que se ha pensado en la frase: *“MAR BRAVO, Bar Mirador Boutique, un sitio para ti”*

Ilustración 9 Logotipo del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Establecidas las principales herramientas de mercadeo, la promoción se concreta a un conjunto de comunicaciones dirigidas a los turistas potenciales de los diferentes mercados prioritarios. De esta manera se sugiere realizar las siguientes acciones:

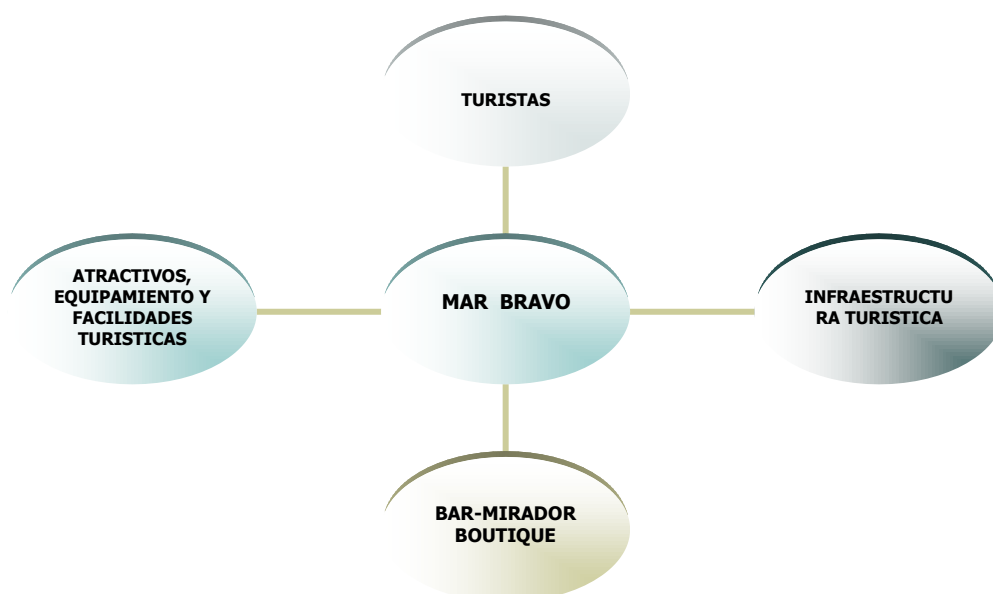
- Elaborar material promocional impreso como volantes informativas del *Bar Mirador Boutique* y fundas de basura para vehículos con el logotipo del proyecto, para ser entregadas en peajes (Guayaquil) y en gasolineras de la vía y de la Ruta del Sol
- Crear folletos para ser colocados en los principales hoteles de Guayaquil, Salinas, y Libertad; así como también en las principales rentadoras de autos del país, a fin de que los clientes de estos establecimientos se motiven a visitar el Bar Mirador Boutique
- Elaborar volantes informativas para los usuarios de la playa sobre los atractivos cercanos al sitio que pueden visitar
- Emplear la marca en los souvenirs a la venta y en todo material promocional del *Bar Mirador Boutique* a fin de posicionarla en la mente de los clientes

- Efectuar alianzas estratégicas con el Municipio de Salinas para readecuar la señalética en la carretera y en las vías de acceso a Mar Bravo, utilizando la marca sugerida en el diseño de las señales de camino.
- Realizar cuñas publicitarias en las radios locales de la provincia de Santa Elena y así mismo, previo a los feriados en las radios de Guayaquil, Cuenca y Quito. Esta gestión se reforzará con el perifoneo en la playa en los días feriados.
- Desarrollar alianzas estratégicas con los principales hoteles de Guayaquil, Salinas y Libertad , así como también con las principales Rentadoras de Autos del país y con una Tarjeta de Crédito, para desarrollar actividades conjuntas de promoción

2.2 Análisis FODA del Destino

El análisis FODA es la evaluación de los factores internos (fortalezas y debilidades) y de los factores externos (oportunidades y amenazas) que enfrenta Mar Bravo, destino en el que se prevé desarrollar el *Bar Mirador Boutique "MAR BRAVO"*.

**Ilustración 10 Integrantes del Análisis FODA
(Destino y Bar – Mirador - Boutique)**



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Tabla 13 Fortalezas y Oportunidades Atractivos, Equipamiento y Facilidades Turísticas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Accesibilidad por la autopista Guayaquil – Salinas	Aprovechamiento del mercado cautivo actual de Salinas, para convertirlos en nuestros consumidores directos
Cercanía al mayor polo de desarrollo turístico de la Península de Santa Elena, Salinas	Desarrollo del proyecto de Malecones Contemplativos
Amplia playa de aproximadamente 17 kilómetros de largo	Aprovechamiento de la marca turística a nivel internacional
Clima cálido propicio para el turismo de sol y playa (meses de diciembre a abril)	Posicionamiento del destino a través de la diversificación de productos turísticos
Lugar excepcional para observar caída del sol	Inversión privada en obras para la mejora de la imagen de los atractivos del destino y su promoción
Playa preferida por los turistas de sol y ocio	Universidades de la Costa y del país realizan estudios para promover el desarrollo del destino y la región.
Playa apta para la práctica de surf, deportes acuáticos, pesca deportiva y deportes extremos como el parapente	
Lugar para observación de avifauna	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Tabla 14 Debilidades y Amenazas Atractivos, Equipamiento y Facilidades Turísticas

DEBILIDADES	AMENAZAS
Playa no apta para bañistas	Desastres naturales debido a cambios climatológicos
Escasez de hoteles de distintas categorías	Falta de Plan de Seguridad para la Provincia de Santa Elena
Falta de restaurantes y lugares de entretenimiento	Falta de apoyo gubernamental para la implementación de facilidades turísticas
Falta de servicios públicos y parqueaderos	La organización de la nueva provincia de Santa Elena, podría retrasar la asignación de valores para proyectos nuevos
Falta de torres salvavidas y puestos de auxilio inmediato	Debido a la provincialización de Santa Elena, Playas de Villamil mejoraría infraestructura y servicios con el apoyo de las autoridades de la provincia del Guayas
Falta de Centros de Información Turística	Perdida del atractivo por la contaminación de las aguas por los desechos sólidos y líquidos no controlados de los laboratorios de camarón
Falta de Señalética Turística	
Falta de Control en la actividad de los Laboratorios de Camarón (contaminación por desechos sólidos y aguas residuales)	
Alta peligrosidad para los turistas y población por la delincuencia en horas nocturnas	
Falta de aprovechamiento del espacio físico por la inexistencia de planificación de las autoridades competentes	
Falta de promoción del destino y sus atractivos	

Falta de oferta de actividades complementarias para deleite de los turistas	
---	--

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Tabla 15 Fortalezas y Oportunidades Infraestructura

<u>FORTALEZAS</u>	<u>OPORTUNIDADES</u>
Cuenta con servicios básicos de luz y agua potable aceptables	Autopista Guayaquil-Salinas en optimo estado, favorece el acceso a Mar Bravo
Transporte Publico Intercantonal regular más cooperativas de taxis	Inversión privada en obras para la mejora en la infraestructura (cabinas telefónicas privadas)
Comunicación por sistema de telefonía pública y de celular	El PMRC tiene capacidad de promover nuevos proyectos locales que mejoren los servicios del sector y la calidad de vida de sus habitantes
Mar Bravo se complementa con Salinas, por la infraestructura y servicios que ésta última ofrece a los turistas	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Tabla 16 Debilidades y Amenazas Infraestructura

DEBILIDADES	AMENAZAS
Baja inversión pública en: carreteras, calles, alumbrado publico, baterías móviles	Presencia periódica del Fenómeno de El Niño que afectará el entorno paisajístico
Carencia de seguridad policial y Puesto de Auxilio Inmediato	Falta de conciencia de los turistas de cuidar los recursos naturales
Falta de control por parte de los efectivos de la Comisión de Transito del Guayas	Falta de Apoyo de los gobiernos seccionales
Falta de control en el tratamiento de las aguas que botan los laboratorios	Perdida de turistas por el deterioro del atractivo ante la falta de control a ala actividad de los laboratorios de camarón
Falta de Dispensarios Públicos de Salud	
Falta de consenso entre laboratorios y comunidad para cuidar la playa y su medio circundante	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Tabla 17 Fortalezas y Oportunidades Turistas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Principal mercado emisor local y puerto de entrada internacional: Guayaquil	Cercanía al mayor polo de desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena, Salinas
Reconocimiento por parte de los turistas nacionales y extranjeros de Mar Bravo como destino privilegiado para la observación de atardeceres	Posicionamiento creciente como destino para surfistas
Surfistas extranjeros y nacionales de clase alta con poder adquisitivo, no se limitan en el gasto	Optimización de la visita a la Ruta del Sol por encontrarse a corta distancia
Preferencia del mercado por	Opciones de oferta diversificada de

atractivos favorables para la práctica de deportes y con opciones de diversión	productos turísticos: turismo de sol y playa, de aventura, científico y de recreación
Turistas con intereses ecológicos tienen campo de acción para sus investigaciones, especialmente los amantes de observación de aves	El turista de aventura y deportivo podrá experimentar vivencias extremas e inolvidables

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Tabla 18 Debilidades y Amenazas Turistas

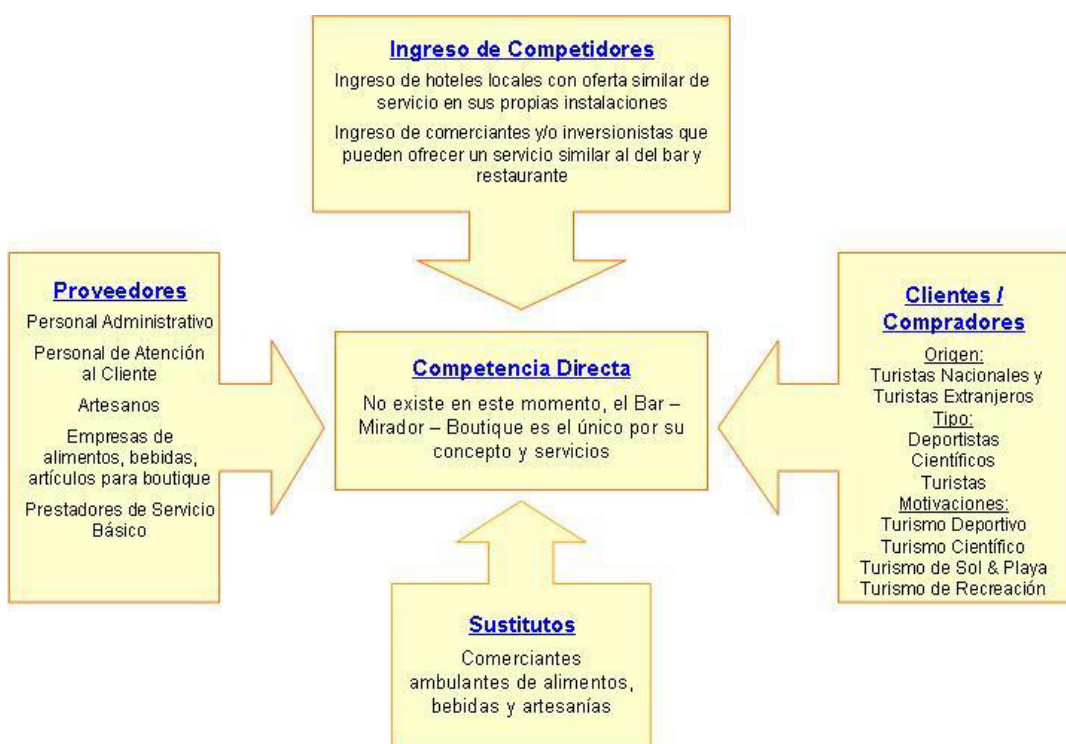
DEBILIDADES	AMENAZAS
Desconocimiento y poca promoción sobre la oferta turística adicional que ofrece el destino	Turismo interno con limitado nivel de consumo
Perdida del atractivo por contaminación de las aguas por desechos de los laboratorios de camarón	Provincialización de Santa Elena provocaría la disminución de la demanda de turistas de la ciudad de Guayaquil hacia Salinas y playas aledañas como Mar Bravo, como medida de protesta a la nueva provincia
Encarecimiento de la oferta en temporadas altas	Playas de Villamil se puede convertir en el lugar preferido para vacacionar por parte de los turistas de Guayaquil
Alta presencia de delincuencia, utilizan la modalidad de robos express	Falta de proyectos de inversión de los gobiernos seccionales podría hacer que los turistas busquen otros destinos con servicios e infraestructuras óptimas
La carencia de facilidades turísticas para que sea atractivo el destino en su conjunto	Falta de conciencia del turista nacional por preservar los atractivos naturales de la zona
Turista limitado de visitar el atractivo a ciertas horas, en el caso de no poseer vehículo propio	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

2.3 Análisis Estratégico

En este análisis se evalúan las cinco fuerzas competitivas básicas, según Michael Porter: el ingreso de competidores potenciales, la amenaza de productos sustitutos, el poder de negociación de los compradores (turistas/clientes), la capacidad de negociación de los proveedores y la competencia directa.

Ilustración 11 Fuerzas Competitivas de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

2.3.1 Análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter

La competencia en un mercado de servicios es variada, pues en ocasiones es intensa, mientras que en otras disminuye, por lo que para poder mantener “en auge” el proyecto, se requiere de un análisis continuo del entorno competitivo.

Ingreso de Competidores Potenciales

En este punto se analiza específicamente el grado de dificultad para el ingreso o no a la industria de nuevos competidores a pesar de las barreras actuales.

En el caso de “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*” se ha analizado que entre los potenciales competidores estarían los hoteles locales; que al conocer la variedad del nuevo producto, opten por competir con ofertas similares dentro de sus propios negocios, como por ejemplo el mirador y la boutique para venta de artesanías, ropa y artículos de playa. De esta misma forma, otros comerciantes y/o inversionistas podrían ofrecer servicios similares al servicio del bar y del restaurante.

Pero también es válido mencionar, que no se ha observado mayor interés por invertir en nuevos negocios en el sitio; a pesar de que Mar Bravo cuenta con bondades naturales y espacio físico de playa aún no

utilizado, aunque se debe mejorar los servicios básicos y la oferta de servicios y facilidades turísticas.

Se deberá esperar la estructuración y organización de la recientemente creada provincia Santa Elena, para conocer sobre planes de promoción en el sector, que puedan motivar nueva inversión.

Amenaza de Sustitutos

Esta variable nos permite observar cuán fácilmente un producto o servicio puede ser sustituido por otro, en especial cuando el precio de éste último es más económico.

Para el producto *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”*, los comerciantes ambulantes de alimentos, bebidas y artesanías representarían los sustitutos más relevantes. La fortaleza de estos vendedores es que realizan una búsqueda permanente de sus clientes y los productos que ofertan cuentan con la aceptación de los consumidores. Cabe indicar que en ciertos casos los comerciantes trabajan únicamente en feriados, por lo que no serían sustitutos permanentes.

No obstante, los productos de estos comerciantes no poseen la calidad que *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”* ofrece a sus visitantes en un ambiente agradable, lleno de confort y relax, sin perder la esencia típica de la playa.

Adicionalmente, *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”* posee una gama de artículos para la venta y una diversa oferta de precios, como es el caso en el área de la Boutique y en el área del Restaurante. Además, el visitante tiene la posibilidad de disfrutar de los espectaculares ocasos en el área del Mirador y por las noches relajarse y disfrutar en el Bar.

En cuanto al destino en si, se considera que Chulluype y Montañita por sus características favorables para la práctica de surf, pueden ser sustitutos del destino Mar Bravo.

Poder de Negociación de los Clientes / Compradores

Este punto nos permite ver la posición de los compradores frente al producto, es decir, si ellos pueden unirse para generar grandes volúmenes de compra.

Los compradores de “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*”, son los turistas que visitan la playa de Mar Bravo durante todo el año; en temporada alta (sol y playa) y en la temporada alta de la región Sierra; además de habitantes de Mar Bravo que también pueden beneficiarse de los servicios de este nuevo proyecto.

Conforme a lo analizado en la sección *Análisis de la Demanda* de este estudio, los turistas se trasladan en su mayoría en grupos familiares y de amigos, de 7 personas en promedio y con un gasto promedio diario de 20 dólares por persona. Con este presupuesto, los clientes tienen la capacidad económica de comprar los diferentes productos y servicios que “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*” ofrece, puesto que los precios son módicos, y se actualizan de acuerdo a los comportamientos competitivos del mercado.

Es importante puntualizar, que la organización, servicios, productos, limpieza y ambiente en general ofrecidos por el *Bar Mirador Boutique* son de óptima calidad; a fin de satisfacer las expectativas de los clientes y crear fidelidad en ellos.

Poder de Negociación de los Proveedores

Esta variable nos permite analizar la importancia, comportamiento y poder de negociación de los proveedores en el desarrollo del proyecto.

En el *Bar Mirador Boutique*, cada área cuenta con varios proveedores. Los proveedores tienen una gran importancia, puesto que toda la operación del producto “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*” se asienta en ellos. Para la implementación del proyecto se requiere de proveedores en dos etapas principales: construcción y operación. A continuación se analizan los proveedores importantes de la etapa de operación:

Artesanías: Se encuentran organizados en comunidades. Las negociaciones con ellos serán interesantes e importantes para el proyecto, se buscará conseguir buenos precios, calidad y variedad de artículos

Alimentos y Bebidas: Existe en el mercado una amplia gama de proveedores pero con precios similares, razón por la cual se podría elegir a cualquiera de ellos considerando la calidad de sus productos, oferta variada, aceptación en el mercado, etc.

Competencia Directa

Este punto se refiere específicamente, al grado de rivalidad con los competidores existentes. Pero, en el caso del producto *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”*, no existe competencia directa, pues es el único proyecto en su categoría y concepto en el destino.

Este proyecto plantea una alternativa adecuada para impulsar el turismo en Mar Bravo; al presentar un producto nuevo, con servicios de calidad para la satisfacción de los turistas / clientes.

No se ha determinado una competencia indirecta, ya que los productos o servicios similares que se ofrecen en el destino, no cumple con los propósitos del *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”*, que busca ofrecer servicios de restauración, compras y recreación en un solo lugar.

En referencia al destino exclusivamente, se considera que Mar Bravo no tiene rivalidades o competencia directa, pues es el mejor sitio de la costa ecuatoriana para observar la puesta de sol.

2.3.2 Análisis FODA del Proyecto

Este análisis presenta los resultados de la evaluación del entorno competitivo que enfrenta “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*”. De igual forma que en el análisis FODA del destino, se estudian los factores internos y los factores externos.

Los factores internos se definirán por las características que presentará el producto como son: atractivo, diversificación de ofertas, originalidad, publicidad, promoción, etc.

Es importante mencionar, que los factores internos pueden ser modificados o corregidos al implementar un control adecuado y desarrollar las acciones estratégicas pertinentes. En cambio, los factores externos son afectados por las condiciones del entorno, alterando estos elementos el ambiente para el proyecto planteado y para la competencia.

Tabla 19 Fortalezas y Oportunidades “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Cercanía a Salinas	Turistas con preferencias variadas
Ubicación estratégica para apreciar caída del sol	Captación de segmentos de mercados diferentes
Producto Turístico único en la zona por las características del mismo	Aprovechar el mercado con el que cuenta Salinas en las temporadas
Diversificación de la oferta existente con servicios complementarios	Ofertar a Mar Bravo como producto alternativo para la diversión nocturna
Ofrecer a los turistas la oportunidad de practicar diferentes tipos de turismo al visitar el proyecto (sol & playa, recreación, deportivo)	Oportunidad de realizar acuerdos y alianzas con los proveedores de servicios turísticos de la región como hoteles, hosterías, etc. y con municipios de la región para la promoción del Bar – Mirador - Boutique
Variedad de servicios útiles para el turista	
Atención personalizada y de calidad a los clientes	
Diseño atractivo y funcional	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Debilidades y Amenazas “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”

DEBILIDADES	AMENAZAS
Ser nuevos con este concepto en la zona	Oferta de productos sustitutos cercanos como Montañita y Chulluype
Carencia de facilidades turísticas que complementen el proyecto	Competencia directa con bares y discotecas que se encuentran en la vía principal de acceso a Mar Bravo
Playa con un alto riesgo por no ser apta para bañistas por resacas del mar y oleajes	Ingreso de nuevos competidores
Deterioro del atractivo por la contaminación de las aguas por los desechos sólidos y líquidos no controlados de los laboratorios de camarón	La demanda de turistas de Guayaquil se vería disminuida por la provincialización de Santa Elena, como medida de rechazo a la nueva provincia
Dependencia de los proveedores (agua potable, artesanías, etc)	Alza de precios de las materias primas necesarias para los productos a ofrecerse, debido a los cambios políticos del país
	Fenómeno Natural que afecte la construcción en general del proyecto

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

CAPÍTULO III. ESTUDIO TÉCNICO Y GESTIÓN

DEL PROYECTO

3.1 Análisis de las Características

3.1.1 *Conceptualización del Producto*

“MAR BRAVO”, es un *Bar Mirador Boutique*, que fue concebido con la idea de brindar a los turistas que acuden a Mar Bravo, un lugar donde puedan durante el día de playa degustar de comidas variadas y sanas, bebidas refrescantes, tener una boutique cercana, equipada con productos necesarios, así como souvenirs, y ya al caer la tarde, contar con un agradable ambiente para apreciar los mágicos atardeceres junto a una bebida y en la noche tener la opción de reunirse con familiares y/o amigos en un ameno bar .

La playa de Mar Bravo cuenta con una infraestructura turística básica, posee servicios turísticos de alojamiento y restauración, pero su oferta

es limitada. Carece de servicios de apoyo que son básicos para satisfacer los requerimientos de los visitantes. Pero como puntos destacados, podemos mencionar que este destino tiene atractivos naturales diferentes que captan la atención de turistas nacionales y extranjeros, además de contar por su ubicación, con el apoyo del balneario de Salinas, aspectos que colaborarán en que los turistas disfruten de una visita placentera.

En base a las necesidades insatisfechas, se concibió la idea del proyecto, que tiene entre sus objetivos principales apoyar el desarrollo del turismo en Mar Bravo

3.2 Especificaciones Técnicas

A continuación se detallan las características técnicas necesarias para la implementación de *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”*.

3.2.1 Localización del Proyecto

El acceso a la playa de Mar Bravo se lo realiza de la vía principal que conduce a Salinas, a mano derecha a la altura del Centro Comercial “Paseo Shopping La Península”. Como se ha indicado anteriormente, la señalización es básica, por lo que se debe mejorar la misma para facilitar la orientación de los nuevos turistas que acudan hasta el sitio, pues turistas “antiguos” conocen la ruta de ingreso.

El proyecto *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”* estará ubicado en el sector Norte del Cerro de Punta Carnero, en el lote N° 5 de los terrenos de propiedad de “Plaza Hotel S.A”, colindando con la Hostería del Mar.

Esta ubicación y su innovado diseño, le permitirá ser identificado rápidamente por los turistas, quienes podrán acceder al lugar directamente desde la playa o por los interiores de la Hostería del Mar.

(Ver anexo No. 13 Ubicación Específica de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”)

El proyecto se desarrollará cercano a la zona de mayor uso de la playa por los turistas; en este sector se encuentran los sitios de alojamiento, una zona utilizada como parqueo, que conjuntamente con la playa, es el sitio de mayor concentración de visitantes. Debido a la cercanía que se tendrá con las personas, se considera que la ubicación es correcta, porque permitirá una adecuada comercialización de los servicios planteados.

Ilustración 12 Ubicación de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique “

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

3.2.2 *Tamaño del Proyecto*

Para la ejecución del proyecto, se realizará una remodelación y restauración del edificio de estructura mixta existente en el lote N° 5 de los terrenos de propiedad de “Plaza Hotel S.A”, colindando con la Hostería del Mar, sobre una extensión de 250 metros cuadrados.

Se consideró adecuada la dimensión del terreno y la construcción presente, para los servicios que se ofrecerán en el proyecto, de tal

manera que los turistas puedan disfrutar satisfactoriamente de los mismos en confortables instalaciones.

3.2.3 Distribución de los Servicios del Proyecto

En respuesta a las necesidades de la demanda, reflejadas en el estudio de mercado realizado, y atendiendo parte de las carencias en equipamiento de servicios turísticos para los visitantes de la playa en estudio, se han establecido los siguientes servicios para “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*”:

Tabla 21 Servicios de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”

Servicios	Área	Cantidad
Área de Parasoles	Exterior	10
Restaurante	Interior	01
Boutique	Exterior	01
Bar – Mirador	Interior	01

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Parasoles

Estarán ubicados 10 parasoles de 6 puestos cada uno en el área externa, en el primer nivel de ingreso al *Bar Mirador Boutique*. Los mismos fueron pensados para servir a los visitantes que gustan

disfrutar de una bebida, snack o plato fuerte al aire libre, acompañados de la rica brisa marina y del entorno paisajístico.

Tienen acceso directo desde la playa de Mar Bravo.

Área de Restaurante

En esta área se brindará a los turistas variados platos típicos como ceviche de camarón, conchas asadas, así como pequeños refrigerios como sánduches, nuggets de pescado, y también bebidas como colas, jugos y agua para que degusten durante su visita.

Se prevé con este servicio atender una demanda insatisfecha, pues como se ha citado en el capítulo anterior, en Mar Bravo sólo existe una cevichería y los restaurantes de los servicios de alojamiento (3).

Boutique

La boutique comercializará 3 tipos de productos: artículos para la playa, artesanías y souvenirs (recuerdos) con la marca de “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*”.

Al determinar los productos a la venta, se consideró las necesidades que surgen en un viaje a la playa y la importancia de tener un lugar

con artículos básicos; al comercializar las artesanías con materiales típicos de la región costa, se pretende impulsar la actividad artesanal en lugar de la pesca, por ejemplo; mostrándole a los habitantes los beneficios que pueden tener, siendo parte de una actividad de efectos multiplicadores, como el turismo.

Y finalmente, el objetivo de comercializar souvenirs con la marca del proyecto, es grabar en la mente de los turistas y visitantes de la playa de Mar Bravo, al *Bar Mirador Boutique*, como el complemento ideal a su visita a la playa. (Ver anexo No. 14 *Souvenirs con la marca del Bar Mirador Boutique "MAR BRAVO"*).

Entre los artículos que se comercializarán, se pueden mencionar los siguientes: adornos en tagua, bisutería con conchas marinas, carteras de cabuya, sombreros de paja toquilla, vestidos de playa, pareos, pantalonetas tipo surf. Además se ha considerado comercializar productos considerados necesarios por los turistas en un viaje a la playa como por ejemplo: bloqueador solar, pilas, rollos fotográficos, bronceador, crema. Así también se venderán los souvenirs alusivos al proyecto como gorras, llaveros, jarros, toallas con el logotipo del negocio, entre otros.

Bar – Mirador

Esta área brindará a los turistas la oportunidad de deleitarse con las excepcionales puestas de sol, mientras degustan de su cóctel o bebida alcohólica predilecta.

Adicionalmente en las noches, los visitantes tendrán la oportunidad de conversar con sus amistades, acompañados de una buena bebida alcohólica, en un ambiente sumamente agradable con variedad de música a su elección.

Tabla 22 Distribución de los Servicios

ESPACIO	CANTIDAD	ACTIVIDAD	AREA TOTAL (PROYECTO)
Parasoles	11	Comer Reunirse y conversar Apreciar paisaje	90,00
Área de Restaurante	1	Preparar alimentos Exhibir snacks a la venta Vender alimentos, bebidas y snacks	162,00
Boutique	1	Exhibir mercadería Comercializar mercadería	25,50
Área de Bar - Mirador	1	Apreciar caída del sol Disfrutar de una bebida Reunirse y convesar Escuchar música	159,00
Oficina Administrador	1	Funciones Administrativas	9,00
Bodega General	1	Almacenar materia prima Almacenar mercadería Almacenar material de limpieza	8,00
Baños	6	Ir al baño / Ducharse (empleados)	44,00
SUBTOTAL			497,50
ACCESOS + CIRCULACIÓN			131,00
TOTAL METRAJE			628,50

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Capacidad de Carga del Proyecto

El *Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”*, de acuerdo a la distribución de sus áreas, podrá atender los requerimientos de hasta 216 personas, suponiendo, que al mismo tiempo, se generara demanda de todos los servicios que el proyecto posee.

Tabla 23 Capacidad de Carga del Bar Mirador Boutique

Cantidad	Servicios	Especificaciones	Capacidad de Carga
1	Área de Parasoles	10 parasoles de 6 puestos	60
1	Área de Restaurante	15 mesas de 4 sillas	60
1	Área de Boutique	2 mesones amplios	8
1	Área de Bar - Mirador	22 mesas tipo cóctel para 4 puestos	88
Total			216

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Horario de Atención

“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique” cumplirá con el siguiente horario de atención a los visitantes:

Tabla 24 Horario de Atención del Bar Mirador Boutique

Periodo	Área	Días laborables	Horas laborables	Total horas diarias de operación
<u>Temporada Alta</u> <u>y Feriados</u> Diciembre a Abril	Restaurante	Miércoles a Domingo	10h00 - 18h00	8 horas
	Boutique	Miércoles a Domingo	10h00 - 18h00	8 horas
	Bar - Mirador	Fines de Semana (con excepción de feriados)	21h00 - 03h00	6 horas
<u>Temporada Baja</u> Julio a Septiembre	Restaurante	Miércoles a Domingo	10h00 - 18h00	8 horas
	Boutique	Miércoles a Domingo	10h00 - 18h00	8 horas
	Bar - Mirador	Fines de Semana (con excepción de feriados)	21h00 - 03h00	6 horas

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

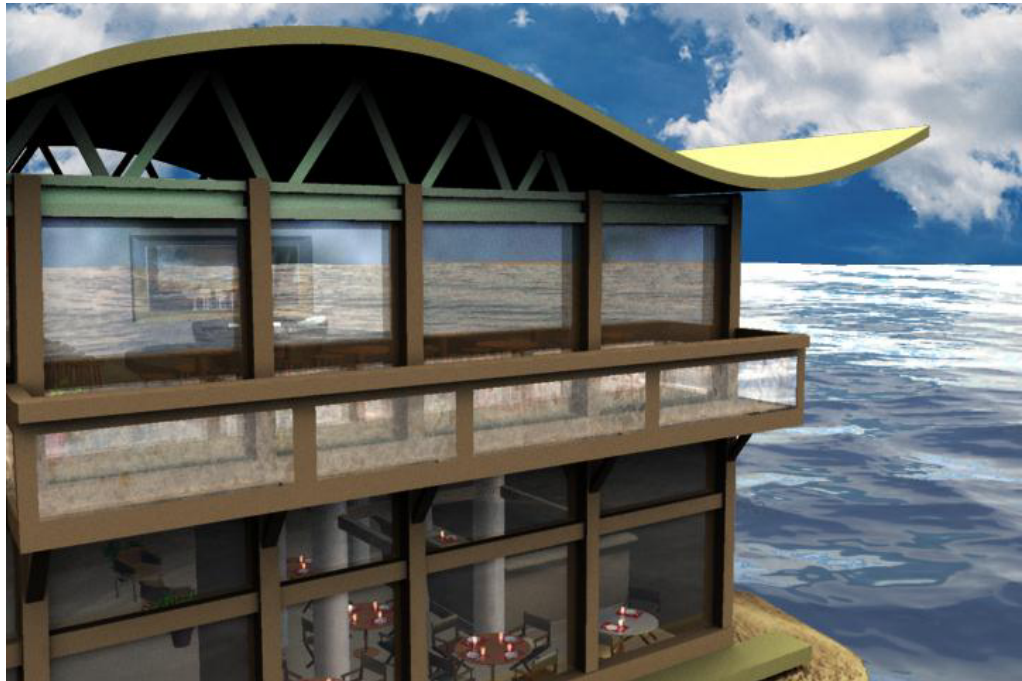
3.2.4 Diseño del Proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”

Al concebir la estructura de este proyecto, un factor principal a considerar fue la ubicación correcta del Mirador, pues como se ha citado en algunas ocasiones, la playa de Mar Bravo es privilegiada para la observación de mágicos atardeceres.

De acuerdo a los servicios a ofrecerse, el diseño del *Bar Mirador Boutique*, busca integrar al proyecto con el paisaje natural de la playa, de una manera amigable; determinando para su efecto amplias áreas, que le brinden al turista confort, seguridad, libertad para desplazarse y la capacidad de estar en permanente contacto visual con el ambiente,

disfrutando de un ambiente playero. (Ver anexo No. 15 Planos del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”)

Ilustración 13 Diseño del Bar Mirador Boutique



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Características de los Materiales Utilizados

Considerando la ubicación del proyecto, se optó por trabajar con materiales que resulten más beneficiosos por sus características de durabilidad y costo.

Además de ofrecer estas ventajas, estos materiales se complementan con el entorno natural, dándole al *Bar Mirador Boutique* un diseño confortable, elegante y distinguido.

La madera, la caña guadúa y el hormigón se encuentran entre los materiales citados.

La utilización de este tipo de material, está orientado a disminuir el impacto sobre el ambiente y la población del sitio, respetando así el principio de sostenibilidad: *“satisfacer las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.”*

Para la remodelación de la infraestructura existente, se utilizará materiales de madera, alternando en algunos casos con Hormigón Simple (H.S) y por necesidad estructural Hormigón Armado.

De igual manera, se ha dado preferencia al uso de la piedra para la reconfiguración de los muros existentes.

Por la característica de la edificación y para darle mayor realce, se han diseñado las ventanas y ciertas puertas en aluminio y vidrio.

3.3 Gestión del Proyecto

En base al comportamiento del mercado de turistas que acude a las playas de la provincia del Guayas y al tipo de proyecto planteado, se determinó que *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”* funcionará en dos temporadas; de Diciembre a Abril y de Junio a Septiembre.

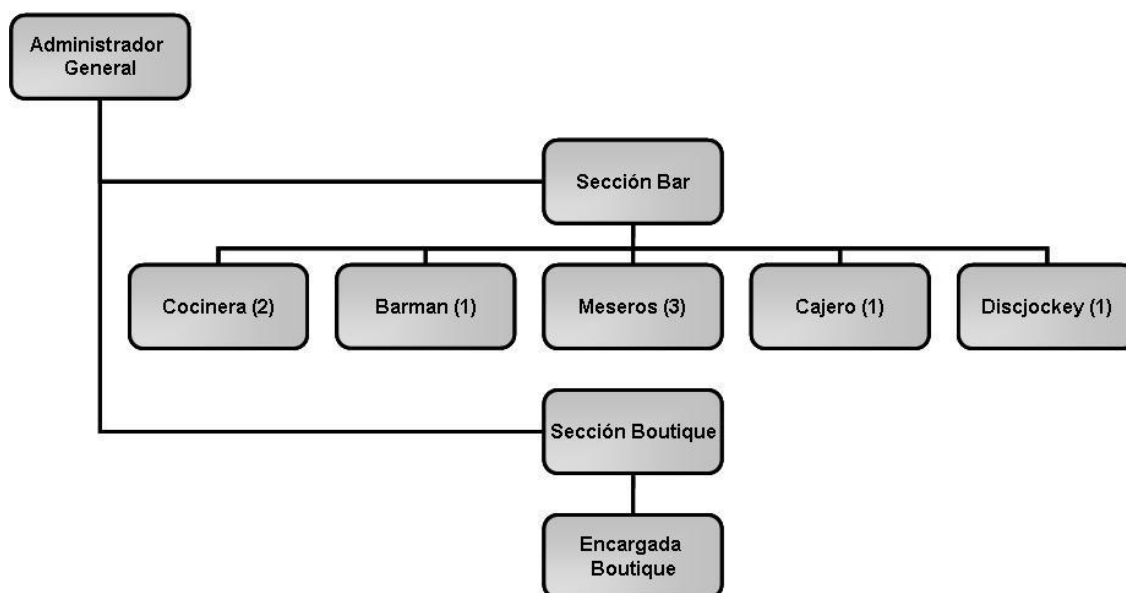
El primer periodo es considerado como Temporada Alta debido a que coincide con el período de vacaciones de la región Costa, además de ser la mejor época para disfrutar del buen clima de playa. Mientras que el segundo período es considerado como Temporada Baja, pues aunque es época de vacaciones en la región Sierra y de otros mercados de turistas extranjeros, la playa no es uno de los sitios más escogidos para los viajes, pues su clima es bastante frío; pero esto se sobrelleva con la visita de los famosos cetáceos, las Ballenas Jorobadas, quienes motivan cierto flujo de visitantes nacionales y extranjeros interesados en observarlas.

Estructura Organizacional del Proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”

Un aspecto importante para el correcto funcionamiento de los servicios que el proyecto ofrece, es la adecuada organización de cada una de sus áreas, a fin de que lo turistas sean atendidos de la mejor manera, de tal manera que se cumplan sus expectativas y se generen más ventas para el proyecto.

La estructura organizacional del *Bar Mirador Boutique*, estará conformada de la siguiente manera:

**Ilustración 14 Organigrama del Bar Mirador Boutique
“MAR BRAVO”**



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

El detalle del personal y sus actividades se muestra a continuación:

Administrador.- Este puesto será ocupado por una persona, que tendrá como función principal, controlar todas las actividades realizadas por el personal del *Bar Mirador Boutique*, en la atención a los turistas y venta de los productos. En la atención nocturna del Bar, deberá cobrar a los clientes las facturas por sus consumos. Así mismo, deberá cumplir con actividades netamente contables y administrativas del proyecto.

Adicionalmente, en los meses de menor demanda, el Administrador deberá realizar una evaluación de las actividades del negocio, aumentar las campañas de promoción del *Bar Mirador Boutique*; para mantener un porcentaje aceptable de clientes y programar los eventos a efectuarse en la temporada alta. También deberá evaluar el desempeño del personal y reforzar la capacitación en servicio.

Encargada de Boutique.- Para esta función, se contratará a una persona para que se responsabilice por las ventas de los productos de la boutique. Esta persona deberá realizar los cobros respectivos, debiendo tener un control de las facturas emitidas. Así mismo, deberá encargarse de mantener el orden y el aseo del lugar.

Cajero.- Se empleará una persona con experiencia, quien se encargará de facturar los consumos de los clientes en el Restaurante. Será responsable del control de las facturas, debiendo cuadrarlas al final de cada jornada.

Mesero.- Se contratarán tres personas, quienes se harán cargo de recibir y entregar los pedidos de los clientes en el área interna y externa del Restaurante. Podrán receptar de los clientes el pago por sus consumos y entregarlos en caja.

Cocinera.- En el área de cocina, se requerirán los servicios de tres cocineras para la elaboración de los diferentes platos y snacks a servir en el área del Restaurante. Estas personas serán responsables de mantener el aseo y orden del lugar.

Barman.- Se contratarán dos personas especializadas en el tema para que sean las encargadas de preparar los cócteles solicitados por los clientes. El barman del turno de la tarde – noche, adicionalmente deberá realizar los cobros de los consumos efectuados por los clientes. Ambas personas serán responsables del aseo y orden de su lugar de trabajo.

Discjockey.- Se empleará una persona capacitada, para que programe la música en el área del Bar durante las noches. Deberá colaborar con el aseo y orden de su área de trabajo.

En el anexo No. 16, se encuentra especificado el detalle de las funciones y las respectivas remuneraciones del personal.

3.4 Estimación de Costos y Beneficios

En esta sección, se realiza un análisis de los costos financieros necesarios para la ejecución del proyecto planteado, además de presentar los beneficios económicos y sociales que el mismo generaría.

3.4.1 Análisis de los Costos

Costos Directos

Son los gastos de materia prima e insumos necesarios para la atención de las áreas del negocio:

- Bar (Entradas y Consumo Mínimo / Consumo Extra)
- Restaurante (Platos a la Carta / Bebidas)
- Mirador (Entradas)
- Boutique (Sovenirs, Artículos de Playa)

El anexo No. 17 presenta el detalle de los Costos Directos del proyecto.

Inversión en Activos Fijos

Conocidos también como bienes tangibles, los activos fijos comprenden la obra civil, los equipos de oficina y cocina, útiles de oficina y muebles y enseres, elementos necesarios para la ejecución del negocio: Estas inversiones están sujetas a la depreciación. (Ver anexo No. 18 *Inversión en Activos Fijos y su Depreciación*).

A continuación se presenta un cuadro en el que se detallan las inversiones requeridas para la operación de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”.

Tabla 25 Inversiones en Activos Fijos

Inversiones en edificios, equipos, muebles y enseres	
DETALLE DE INVERSIONES	MONTO USD
Remodelación Edificio y acabados	83.035
Equipos de Cocina	4559
Equipos de Oficina	3435
Muebles y Enseres	8208
Útiles de Oficina	455
TOTAL	99.692

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Presupuesto de Obras

El presupuesto detalla los costos de los materiales requeridos para la remodelación de la estructura existente, a fin de desarrollar el proyecto *“MAR BRAVO Bar – Mirador – Boutique”*.

Se realizó una visita de campo, con el objetivo de analizar la condición de la construcción y determinar las acciones a realizarse.

El presupuesto incluye rubros de albañilería, carpintería, carpintería de aluminio y vidrio, cubierta, tumbado, instalaciones sanitarias, instalaciones eléctricas y telefónicas y pintura.

Se ha considerado también los honorarios profesionales y un rubro para imprevistos. (Ver anexo No. 19 Presupuesto de Obra del Bar Mirador Boutique *“MAR BRAVO”*)

Inversiones en Activos Nominales

Los activos nominales son todos los costos previos (servicios o derechos adquiridos), necesarios para poner en funcionamiento el proyecto. Esta inversión esta sujeta a la amortización. (Ver anexo No. 20 *Inversión en Activos Nominales y su Amortización*).

En el siguiente cuadro se especifica la inversión en activos nominales:

Tabla 26 Inversiones en Activos Nominales

Inversiones en activos nominales	
DETALLE DE INVERSIONES	MONTO USD
Permisos de funcionamiento	1.560
Capacitación Personal	400
Publicidad	1500
TOTAL	3.460

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes (efectivo), para iniciar la operación del proyecto durante un periodo de tiempo (ciclo productivo). En este caso, se ha determinado que el ciclo sea de 15 días.

Este capital, es considerado en el proyecto como una inversión a largo plazo, pues contiene los activos corrientes requeridos para el correcto funcionamiento del negocio.

En el siguiente cuadro, se puede observar los componentes del Capital de Trabajo en su primer ciclo.

Tabla 27 Capital de Trabajo Primer Ciclo

DESCRIPCIÓN	MONTO USD
Gastos de Administración y Nómina	39.911,20
Servicios Básicos	1.365
Publicidad	3.000
Mercadería	50.541,48
TOTAL	3.950,74

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Gastos del Área de Administración

Son los pagos que se deben realizar para mantener operativo el proyecto.

Los gastos administrativos que se manejan en el *Bar Mirador Boutique* “MAR BRAVO” son los siguientes:

- Gastos de administración y nómina
- Gastos de mercadeo

Se denominan gastos de administración y nómina a los sueldos que se pagan a los empleados del negocio. (Ver anexo No. 21 Cuadro de Cálculo de Sueldos de los Empleados de “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”)

Las actividades que se ejecutan a fin de mantener un alto nivel de comercialización y aceptación del producto (entre los consumidores), son catalogados como gastos por mercadeo y ventas.

Tabla 28 Gastos de Administración

Concepto	Valor mensual USD	Valor anual USD
Gastos de administración y nómina	3325,93	39.911,20
Gastos de mercadeo y ventas	250	3.000

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Inversión Total Inicial

La inversión total inicial está conformada por tres rubros: la inversión fija, la inversión nominal y el capital de trabajo requerido en el periodo productivo determinado. En el caso del proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique” la inversión total inicial es de 107.103 USD. (Ver anexo No. 22 Cuadro de Capital de Trabajo e Inversión Total Inicial)

Ingresos

Los ingresos del negocio se determinarán en base a los siguientes ítems de servicios:

- Bar (Entradas por consumo mínimo) y (Consumo extra de licores)
- Restaurante (Platos a la Carta y Bebidas)
- Mirador (Observación de la Caída del Sol)
- Artículos de playa (Boutique)

Los rubros detallados anteriormente al calcularse con la demanda esperada, darán como resultado los ingresos del proyecto. La demanda tiene un comportamiento variable dependiendo de las temporadas. De Diciembre a Abril se ha considerado será Temporada Alta y de Junio a Septiembre Temporada Baja.

Se han elaborado cuadros que presentan los ingresos mensuales y anuales generados por cada una de las áreas del negocio. Para el primer año de operación del proyecto, los ingresos llegan al valor de \$ 98.538

Los ingresos de *“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”* están representados por las transacciones comerciales que se realicen en el

área del Restaurante, de la Boutique y del Bar Mirador. Para calcular la participación del mercado, el estudio se lo realizó variando los porcentajes de aceptación y/o visita a las instalaciones del *Bar Mirador Boutique*, en base a la capacidad de carga total del proyecto. (Ver anexo No. 23 Cuadro de Ingresos)

3.4.2 Beneficios Socio - Ambientales

Aspectos importantes a considerarse para la ejecución o no de un proyecto, son los beneficios sociales y ambientales que el mismo pueda generar en la zona de estudio. Ambos análisis se deben efectuar de una manera correcta, pues ningún proyecto debe de afectar el ambiente natural del área donde desea ubicarse, sin que existan las medidas de mitigación adecuadas para minimizar cualquier impacto negativo.

Mientras que la sociedad no puede ser afectada negativamente por la implementación de un proyecto, al contrario la calidad de vida y la economía de la población deben de mejorarse con la puesta en marcha de un negocio.

Beneficios Sociales

Aspectos Positivos

Generación de plazas de empleos directos e indirectos para la comunidad

Mejora en la calidad de vida de la población permanente y flotante

Diversificación de las actividades de relajación y recreación para los turistas, así como para la comunidad en general

Aumento de turistas en Mar Bravo, generando beneficios para los negocios involucrados

Interacción de los turistas con la comunidad, motivando en ellos orgullo de los atractivos que poseen

Interés de los gobiernos seccionales en realizar obras para el mejoramiento del sector

Aspectos Negativos

Posible incremento de la delincuencia, por la apertura de un nuevo negocio con nueva clientela en el sector

Posible malestar de las familias de las casas vacacionales por interrupción de la tranquilidad del sector; por el incremento de visitantes y actividades en Mar Bravo

Posible congestionamiento de tráfico en el sector

Beneficios Ambientales

Análisis de Impacto Ambiental

Para identificar los impactos ambientales producidos por el desarrollo del proyecto en la playa de Mar Bravo, se recopiló información del medio físico circundante y de la actividad a realizarse, a fin de identificar las acciones subsidiarias para anular, mitigar o compensar los impactos negativos que se pudieran producir.

El análisis de impacto ambiental se basa en una suposición, en la cual según los trabajos a realizarse, se deben tomar en cuenta los aspectos ambientales, de tal manera que siempre se realice la protección del medio ambiente del área específica y de la zona de influencia inmediata.

En base a la Matriz de Leopold Modificada, se han valorado cada uno de los posibles impactos que podría generar el proyecto; en relación a las diferentes acciones y componentes ambientales, expresados en términos cualitativos y cuantitativos.

Identificación de Impactos Ambientales

El siguiente cuadro presenta las diferentes actividades y acciones previstas y sus posibles efectos; durante el desarrollo y operación del proyecto.

Se detallan las actividades en el sitio del proyecto y en el área local, así como también las acciones que se tomarán y se interrelacionarán entre los aspectos y actividades de los habitantes fijos y flotantes; manteniendo como prioridad una relación amable que beneficie en forma positiva no solo al proyecto sino a su entorno.

Tabla 29 Identificación de Impactos Ambientales

Actividades	Acciones previstas durante el funcionamiento u operación del proyecto	Posibles efectos que impacten en el medio
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales Importación de insumos externos a la zona Afluencia de Pasajeros Intercambio cultural	Desarrollo de la actividad comercial y turística de la zona Posible acumulación de desechos sólidos y líquidos Estimulación de las relaciones interpersonales, modificación de conductas e integración entre turistas, comunidad y anfitriones
“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”	Incremento en la demanda y consumo de agua potable Eliminación de aguas residuales Cambio de usos del suelo Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	Aumento y mejoramiento de la infraestructura de agua potable de la zona y región Mayor demanda de servicios Mejoramiento y manejo de las instalaciones de agua residual de la Municipalidad Se genera ingresos impositivos al Municipio Utilización de agua, y generación de desechos sólidos y líquidos Generación de empleo local, y embellecimiento paisajístico

Movilización/ Traslados	Circulación vehicular, demanda de parque automotor Concentración de vehículos en áreas públicas Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos Generación de Desechos Sólidos	Aumento en los niveles de ruido y disminución de la calidad del aire por contaminación Aumento de la polución en el aire y mejoramiento y mantenimiento vial Municipal Generación de basura por turistas, residentes y transeúntes
Infraestructura Local	Mayor demanda de servicios públicos urbanos. Incremento de comercio Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, Internet, medios de prensa Incremento de demanda de Energía Eléctrica Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales Capacidad de carga turística Demanda de artesanía	Mayor atención en el desarrollo de proyectos de acueducto y alcantarillado Mayor flujo de capital y fuente de empleo Mayor cobertura y calidad de servicio Contaminación del aire por residuos de diesel producidos en la empresa eléctrica y de gases producidos por los automotores Aumento temporal de polvo en el aire Aumento del ruido Desarrollo social y generación de empleo

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

El estudio de la tabla anterior, nos permite elaborar la Matriz de Identificación de Impactos Ambientales, la cual se realiza tomando en cuenta la interacción que se produce en un medio que puede ser jerarquizado de la siguiente manera:

Medio Ambiente Físico - Químico

Calidad del aire.- La generación de polvo y ruido tienden a deteriorar la calidad del aire, sumado a la emisión de gases de los equipos de construcción y generación eléctrica.

Niveles de Ruido y Vibraciones.- Se refiere a la generación de ruido causada por los equipos de sonido a utilizarse en la operación del proyecto y a los de los negocios que se encuentren en los alrededores de la zona de estudio.

Calidad del agua.- Este recurso será afectado puntualmente por bacterias, virus y parásitos, enriquecimiento por nutrientes, sedimentación y turbidez; además de desechos varios, producidos por asentamientos humanos, puesto que la materia orgánica también contiene cantidades sustanciosas de nitrógeno y fósforo. Las bacterias

convierten estas sustancias en nutrientes, que sirven de abono para plantas y algas. En el mar las sales nutrientes sirven principalmente como alimento de las algas de plancton microscópicas que se encuentran suspendidas en el agua. Cuanto más nutrientes entran en el agua tantas más algas surgen. Cuando mueren las algas, las bacterias utilizan el oxígeno del agua para descomponerlas. De esta forma se produce un déficit de oxígeno, lo cual afecta principalmente a la fauna, que no puede escapar del lecho.

Calidad del Suelo.- El recurso se verá afectado por la acumulación de materiales en forma temporal, el tránsito continuo que reduce en el tiempo, la capacidad de recuperación del suelo.

Medio Biótico

Flora Terrestre.- Involucra la alteración o pérdida de la vegetación terrestre incluyendo las afectaciones, cuya ocurrencia se deba al deterioro causado por residentes o turistas, lo cual se busca mitigar con información y culturización local.

Fauna Terrestre.- Incluye el ahuyentamiento, reducción de hábitat, reducción de poblaciones, contaminación de hábitat, riesgo de enfermedad y migración de fauna terrestre desde el sitio del proyecto.

Fauna Acuática.- Desaparición temporal o definitiva de especies, alteración de procesos reproductivos, contaminación de ecosistemas acuáticos cercanos al proyecto.

Medio Socioeconómico-Cultural

Calidad de vida de la población flotante (turistas).- Se refiere al bienestar sentido por los turistas al asistir y utilizar los servicios del Bar Mirador Boutique. Este bienestar puede ser potenciado o disminuido dependiendo de las acciones a ser tomadas en el proyecto.

Nivel de Empleo.- Es la influencia en la tasa de empleo y generación de nuevos puestos de trabajo tanto durante la fase de construcción como durante la fase de operación del proyecto.

Salud y Seguridad Laboral y Civil.- Involucra los riesgos por accidentes dentro o fuera de las instalaciones del proyecto durante las fases constructivas y de operación.

Servicios Turísticos.- Involucra las actividades de empresas turísticas y relacionadas que pueden incrementarse debido a la presencia del proyecto.

Paisaje.- Contempla la alteración al aspecto visual paisajístico del entorno.

Identificados los recursos naturales afectados por la construcción del *Bar Mirador Boutique*, podemos elaborar la Matriz de Identificación de Impactos Ambientales. (Ver anexo No. 24 Matriz de Identificación de Impactos Ambientales)

Calificación y Evaluación de los Impactos Ambientales

Después de la identificación de los impactos, se procede a calificarlos y evaluarlos, de tal forma que el estudio pueda definir las características que modificarán o impactarán al medio natural.

Para ello, es indispensable establecer una forma de comparación, la misma que en base de una asignación numérica recoge los siguientes criterios: Intensidad, Extensión, Duración, Carácter, Reversibilidad, Riesgo y Significancia. (Ver anexo No. 25 Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales)

Intensidad.- Expresa que tan grave es el impacto producido sobre el componente ambiental. Este valor depende del conocimiento teórico que se tenga sobre la real gravedad que represente la acción específica sobre el componente analizado. El valor varía de 1 (intensidad baja) a 10 (intensidad alta).

Extensión.- Tiene relación con el alcance espacial que tiene el impacto sobre su entorno ⁽¹⁾. Se le puede asignar tres valores determinados: 1 (impacto puntual – área en el orden de m²), 5 (impacto local – área en el orden de decenas de m²) y 10 (impacto regional – área en el orden de km²).

Duración.- Hace relación al tiempo que dura la afectación producida por el impacto ambiental. Al igual que la propiedad anterior, se le puede asignar tres valores específicos: 1 (impactos de corto plazo - menos de 5 años), 5 (impactos de mediano plazo – de 5 a 10 años), 10 (impactos de largo plazo – más de 10 años).

⁽¹⁾ Teoría tomada de Estudios de Impacto Ambiental para las obras de acondicionamiento del Muelle del Parque Histórico Guayaquil y su Canal de Acceso Fluvial, 2006

Carácter.- Involucra el signo del impacto ambiental. Si el impacto es benéfico, el signo es positivo, caso contrario es negativo.

Reversibilidad.- Considera la posibilidad de regeneración de los componentes ambientales perturbados en forma natural. Los valores pueden ser: 1 (impactos altamente reversibles), 5 (impactos parcialmente reversibles), 8 (impactos recuperables a largo plazo – más de 30 años), y 10 (impactos irrecuperables).

Riesgo.- Involucra la probabilidad de que se produzca un impacto o no. También se le puede asignar cualquiera de tres valores específicos: 1 (ocurrencia baja – menos del 10% de probabilidad), 5 (ocurrencia media – de 10% a 50% de probabilidad) y 10 (ocurrencia alta – más del 50% de probabilidad).

En la estimación del VIA mediante la ecuación, el máximo valor para una interacción puede ser de 10 y el mínimo de 0. A su vez, este valor puede ser clasificado según rangos para así determinar cuales son las interacciones componentes – actividades que son altamente significativas. Estas interacciones serán las prioritarias a la hora de mitigar el impacto.

Análisis de los Resultados

El diseño de las matrices ambientales mencionadas, permite analizar los resultados obtenidos, como un paso fundamental antes de establecer los criterios de mitigación ambiental y las acciones que deben tomarse. *(Ver anexo No. 26 Resultados Consolidados de las Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales)*

Se desprende como resultado del resumen de las Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales, que la mayoría de los impactos pueden ser mitigados en base a medidas preventivas, ya que son temporales y de magnitud e importancia bajas.

Sin embargo podemos apreciar que con la implementación del *Bar Mirador Boutique*, en la zona de Mar Bravo, las siguientes interacciones componente – actividad presentan una significancia alta de impacto ambiental:

- La eliminación de aguas residuales que afecta un **13,00% (Impacto Negativo)**, siendo el mayor impacto negativo que se produce durante la operación del Bar-Mirador Boutique

- El manejo de los desechos sólidos con un **9,27 % (Impacto Negativo)**
- La Capacidad de Carga Turística aumentara un **8,23 % (Impacto Positivo)**
- La mejora en la infraestructura de servicios públicos **15,20 % (Impacto Positivo)**
- Un incremento de visitantes **13,49% (Impacto Positivo)**, quienes demandaran la calidad de de los servicios públicos
- Mejora de la calidad de vida de la población **14,08 % (Impacto Positivo)**
- Generación de empleo y fuente de ingreso para una economía deprimida **12,61 % (Impacto Positivo)**
- Mejoramiento del entorno, y embellecimiento del paisaje. Produciendo una satisfacción del cliente **8,80 % (Impacto Positivo)** al tener un destino más para visitar a lo largo de la Costa Ecuatoriana

Mitigación y prevención de los Impactos Ambientales

Acciones Específicas

El estudio realizado determina que las acciones que causan impactos son susceptibles de mitigarse y en algunos casos evitarse totalmente, si se toman medidas apropiadas durante la construcción y operación del proyecto. Para ello, se enlistan a continuación las acciones deberán seguirse en cada caso.

Recursos suelo y agua

La movilización y operación de personal y equipos, produce impactos negativos al medio como contaminación de agua, compactación de la capa vegetal, o acumulación de material en sitios indebidos.

Durante la Construcción

Medidas de Mitigación

Todo el material que sea utilizado en la construcción del proyecto, deberá ser desalojado a sitios previstos con anterioridad, tales como el relleno sanitario del cantón Salinas

En ningún caso será utilizada la vía y el espacio público como medio de eliminación de los desechos

Durante la operación

Uno de los principales impactos será la el incremento de desechos sólidos y líquidos y la eliminación de lo mismos por el incremento de turistas a la playa, provocando además deterioro en la calidad del suelo.

Medidas de Mitigacion

La operación de los equipos propios del Bar se regulará, de tal forma que los desechos, tanto sólidos como líquidos tengan el tratamiento especial.

Todos los desechos sólidos y líquidos, deberán ser recogidos, seleccionados y eliminados.

Se ubicarán recolectores de basura en el área del proyecto que se encuentra con un contacto más cercano a la playa.

Recurso Aire y Ruido

La operación de equipos y volquetes en la fase de construcción, la producción de polvo y de ruido excesivo durante la construcción como en la operación inciden directamente en el deterioro y contaminación del aire.

No se permitirá la operación de equipos en mal estado o con excesiva emanación de gases; y los operadores deberán controlar en lo posible el ruido excesivo, el uso inadecuado de pitos y bocinas.

Flora y Fauna terrestre y acuática

La presencia o el incremento del número de turistas, produce la alteración o pérdida de la flora así como la posible desaparición temporal o definitiva de las especies.

Medidas de Mitigación:

Se realizaran campañas de culturización y concientización, para que los visitantes de nuestro establecimiento respeten las especies y su medio ambiente

Paisaje

La alteración del paisaje tiene un aspecto positivo en el proyecto, ya que permitirá observar espectaculares ocasos, gracias a su excelente ubicación.

Medidas de Mitigacion

Un buen diseño que logre una adecuada integración del *Bar Mirador Boutique* con el paisaje natural, ayudará a la visualización de los mágicos ocasos, de la playa, mar y alrededores, así como al embellecimiento del entorno.

Recursos Sociales

La creación del *Bar Mirador Boutique* genera fuentes de trabajo en el sector. Por esa razón se gestionará que la mano de obra no calificada sea contratada en las poblaciones cercanas al sitio de implantación.

Adicionalmente, durante todo el proceso se tomarán todas las medidas de seguridad. En la etapa de construcción se ha estimado una cuadrilla con un mínimo de 10 y un máximo de 15 obreros, mientras que en la operación del proyecto participarán 10 personas, lo que representa un impacto positivo de moderada magnitud, de larga duración y significancia.

Manejo de Desechos Sólidos

Los desechos sólidos son aquellos residuos que se producen por las actividades humanas o por lo animales, que normalmente son sólidos y que son desechados como inútiles o superfluos.

Para ello se enlistaran un conjunto de medidas para que en lo posible pueda garantizar que los Desechos peligrosos y otros desechos se manejen de manera que queden protegidos el medio ambiente y la salud humana, contra los efectos nocivos que puedan derivarse de tales desechos:

- No adquirir productos nocivos al ambiente
- Evitar el empleo de artículos difíciles de reciclar
- Evitar el expendio de productos desechables
- Minimizar la compra de insumos que producen desechos
- Separar los desechos para su reutilización, reciclaje y disposición final adecuada. (Vidrio, plástico, botellas, papel)
- Motivar al personal a reducir la producción de desechos
- Concienciar a los visitantes a apoyar y participar en programas de reciclaje

- Realizar campañas de recolección de desechos a lo largo de la playa con la colaboración de las asociaciones de comerciantes y vendedores ambulantes
- Ubicar tachos de basura en la playa (zona de influencia directa a 250 m) de nuestro proyecto

Tabla 30 Producción de Desechos Sólidos Bar Mirador Boutique

Producción promedio de desechos sólidos =	0,60	kg/persona/día
Peso específico de la basura (suelta no compactada)	300,00	kg/m ³
Volúmen generado por cada persona	0,0020	m ³
Capacidad física de carga turística (Bar Mirador Boutique)	216	personas
Volúmen generado el total de capacidad física	0,43	m ³ /día
Volúmen de tachos propuesto: 0.40 m x 0.40m x 0.80m	0,128	m ³
Peso de cada tacho lleno	38,4	kg 84,48 lbs
Número de tachos requeridos para ese volumen	3,4	unidades

Conclusión:

- *Se recomienda instalar 3 unidades de tachos (0.40 m x 0.40 m x 0.80)*
- *Se recomienda vaciar las unidades tres veces al día (mañana, tarde y noche)*

Manejo de Aguas Residuales

Las aguas residuales se componen, básicamente, de un 99,9% de agua en su estado conocido como de agua potable y de, un 0,1% por peso de sólidos, sean éstos disueltos o suspendidos. Este 0,1% referido es el que requiere ser removido para que el agua pueda ser reutilizada. El agua sirve o actúa como medio de transporte de estos sólidos, los que pueden estar disueltos, en suspensión o flotando en la superficie del líquido.

El agua potable llega al cantón Salinas a través de AGUAPEN, que es una entidad privada, encargada de la prestación de servicios públicos (agua potable, alcantarillado sanitario y pluvial, tratamiento de agua, recolección y reciclaje de desechos sólidos).

Sin embargo en la actualidad una gran parte de Salinas incluyendo la zona de Mar Bravo y Punta Carnero no cuenta con sistema de alcantarillado sanitario.

El sistema de tratamiento de aguas servidas que se halla en operación, excluyendo la zona de Mar Bravo, cuenta con tres estaciones de bombeo, ubicadas en la ciudadela Barbasco, Petrópolis y la Urbanización Las Conchas, desde donde se eleva e impulsa las aguas

servidas hasta las lagunas facultativas de maduración, que por medio de un proceso aeróbico y anaeróbico, permite que el afluente del sistema no cause contaminación en el mar.

La operación del sistema de tratamiento está directamente relacionada con el funcionamiento de la estación de bombeo, recibiendo las aguas a través de una tubería de impulsión.

Por la falta de cobertura del servicio de alcantarillado, las viviendas de que se encuentran a lo largo de la playa de Mar Bravo y Punta Carnero, incluyendo la Hostería del Mar y el futuro *Bar Mirador Boutique* poseen pozos sépticos para el tratamiento de las aguas residuales. (Ver anexo No. 27 *Cobertura del Sistema de Alcantarillado Sanitario*)

Manejo del Sistema Séptico

- Se deberá realizar mantenimiento del sistema séptico cada tres años
- Se debe reducir la cantidad de agua que se utiliza, para no generar excesiva carga sobre el campo de drenaje, evitando así reparaciones costosas del sistema

- Se debe controlar que no ingresen al pozo séptico materias que no se descomponen dentro del mismo tales como: grasa, manteca, papel periódico, toallas de papel, trapos, granos de cafés molidos, toallas higiénicas, pañales, plásticos y cigarrillos
- Se debe cuidar que no ingresen al sistema químicos dañinos como: gasolina, aceite, pesticidas, quita pintura y anticongelante, debido a que pueden causar daño al sistema y matar las bacterias beneficiosas que limpian las aguas residuales
- Se debe procurar que el agua no quede estancada en el pozo séptico
- Se debe proteger al sistema del impacto de vehículos y animales, de esta manera se evitará el daño de las tuberías
- Se debe ajardinar el sistema séptico apropiadamente, para favorecer la evaporación y la cantidad de oxígeno que la tierra necesita

Cálculo de consumo de agua potable en el Bar Mirador Boutique

Para este cálculo, tomaremos de referencia que en Guayaquil el consumo promedio de agua potable es igual a 200 litros/persona/día.

(Fuente: Interagua)

Tabla 31 Consumo de agua potable Bar Mirador Boutique

Litros por persona por día	40
Capacidad de Carga Bar Mirador Boutique	216

Cálculo:

$$216 \times 40 = 8640 \text{ litros/día}$$

$$\mathbf{8.64 \text{ m}^3/\text{día}}$$

Es decir el volumen estimado de agua potable será de 8640 litros/día =8.64 m³/día.

Conclusión:

- Se deberá considerar para el proyecto 8 tanques de 1000 litros cada uno, o una cisterna de mínimo 8 m³, tanto para el almacenamiento del agua potable, como para la creación de los pozos sépticos.

3.4.3 Beneficios Económicos

Con la creación de “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*”, se generarán plazas de empleos directas e indirectas.

Adicionalmente, el proyecto apoyará el trabajo de los artesanos de la zona. Y contando con el mágico efecto multiplicador del turismo, se espera que el *Bar Mirador Boutique* contribuya significativamente a crecimiento del turismo en la zona; en base a las siguientes acciones:

- Publicidad del proyecto que incentivará el flujo de turistas
- Diversificación y publicidad de actividades complementarias
- Mejoramiento de la señalética del sector
- Desarrollo de alianzas estratégicas con hoteles, rentadoras, etc.
- Compra de productos a los artesanos locales

Flujo de Caja Rentabilidad de la Inversión

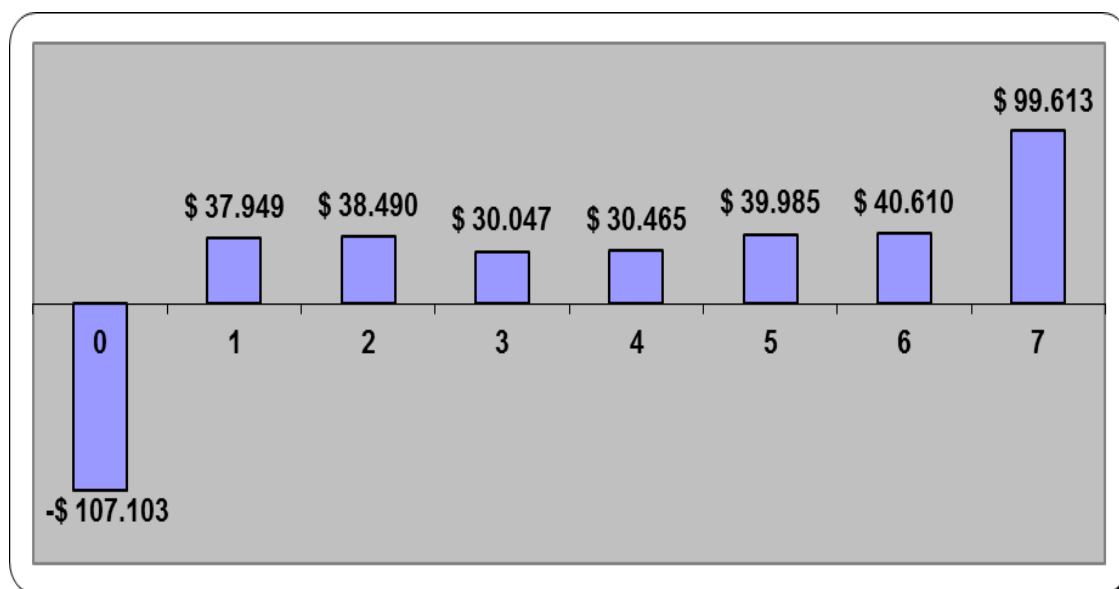
Entre los elementos importantes para el análisis de un proyecto, se encuentra el Flujo de Caja, pues este estudio nos ayuda a evaluar la liquidez del negocio, favoreciendo la decisión de ejecutar o no el proyecto. (Ver anexo No. 28 *Flujo de Caja de la Rentabilidad de la Inversión del Proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”*)

Este análisis muestra la verdadera rentabilidad del proyecto, independientemente de cómo haya sido su financiamiento. Para realizar la proyección del flujo de caja se ha establecido un periodo de 7 años.

Se obtuvieron resultados positivos en el flujo, lo cual permite cubrir los egresos en efectivo del negocio. Se considera un aumento en los ingresos y costos de 2.4 % anual, debido al incremento de turistas por año. *(Dato tomado del: BCE Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador 2005)*

A continuación se presenta un gráfico que resume el comportamiento del Flujo de Caja de Rentabilidad de la Inversión del proyecto “*MAR BRAVO Bar Mirador Boutique*”, de acuerdo al escenario conservador.

**Gráfico 17 Flujo de Caja de Rentabilidad de la Inversión
Proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”**



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Para el desarrollo de este análisis, se emplearon 3 escenarios diferentes, para poder observar el comportamiento del flujo de caja del proyecto. Los escenarios utilizados fueron el pesimista, conservador y optimista, los cuales estaban sujetos al la participación del mercado, costos de ventas y gastos generales. En las siguientes tablas se muestran los resultados de los indicadores de rentabilidad, de acuerdo al escenario utilizado.

Tabla 32 Indicadores de Rentabilidad del Proyecto en Tres Escenarios Posibles

Indicadores de Rentabilidad	Escenario Pesimista	Escenario Conservador	Escenario Optimista
VAN	\$ 14.787	\$ 40.800	\$ 76.871
TIR	24%	32%	41%
PAYBACK	4 años	4 años	3 años

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Valor Actual Neto

El principio de Valor Actual Neto (VAN) determina que el proyecto debe considerarse válido si la diferencia entre los ingresos y egresos es igual o superior a cero, indicados todos ellos en moneda actual.

Con los cálculos realizados en el programa Microsoft Excel, se obtiene que el VAN del proyecto asciende a \$ 40.800.

De acuerdo al criterio del VAN, el resultado nos faculta decidir que si se debe ejecutar el proyecto. En el caso de este proyecto, dado que el VAN obtenido es mayor que cero, se puede concluir que el estudio es rentable.

Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR), se define como la tasa de recuento por el cual el Van es igual a cero. Esta tasa indica el porcentaje de rentabilidad máxima que puede generar un proyecto.

El criterio de esta tasa, indica que si la misma es mayor que la TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno o Tasa de Descuento), el proyecto debe aceptarse, caso contrario no debe ejecutarse.

La TMAR para el proyecto es de 20%, por lo que la TIR calculada supera este valor en un 12%.

Basándonos en el principio de esta tasa, se determina que el proyecto en estudio si es viable.

Payback

Es el indicador que expresa en años, el tiempo en el cual se recupera la inversión de un proyecto.

El presente proyecto recuperaría la totalidad de la inversión en 4 años.

Análisis Costo Beneficio

Este análisis nos permite calcular la Tasa Interna de Retorno sobre la Inversión Inicial del proyecto. El cálculo se lo realiza con los excedentes resultantes de la actividad del negocio, descontados en términos de valor actual neto.

El criterio de este análisis señala que si el coeficiente obtenido es mayor a 1 entonces el proyecto si es rentable, si es menor a 1 entonces el proyecto no generará rentabilidad.

A continuación se presenta el cuadro con el detalle de este análisis, el cual dio como resultado 1.38, lo que significa que el negocio planteado es rentable para los inversionistas.

**Tabla 33 Análisis Costo Beneficio Proyecto
“MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”**

		Valor Descontado
Inversión	-107.103	
Flujo 1	37.949	31.624
Flujo 2	38.490	26.729
Flujo 3	30.047	17.388
Flujo 4	30.465	14.692
Flujo 5	39.985	16.069
Flujo 6	40.610	13.600
Flujo 7	99.613	27.800
Subtotal		147.903
B/C		1,38

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

CONCLUSIONES

1. Mar Bravo es una playa en proceso de desarrollo en su infraestructura y oferta turística, pero con una correcta planificación, normativa de control urbano-turístico y mejora en sus servicios, puede aumentar el flujo de sus visitantes.
2. Su cercanía a Salinas constituye un apoyo en los servicios turísticos y en la provisión de servicios complementarios para los visitantes.
3. Por su ubicación cercana a Salinas y a la ciudad de Guayaquil, Mar Bravo mantiene una demanda constante de turistas durante el año (tomando en consideración las temporadas alta y baja)
4. Los atractivos importantes con los que cuenta Mar Bravo son: su estratégica ubicación para la observación de mágicos atardeceres, observación científica de aves y la práctica de surf; los cuales atraen a turistas nacionales y extranjeros.
5. El *Bar Mirador Boutique "MAR BRAVO"* atenderá necesidades insatisfechas de los visitantes en su estadía en la playa, lo cual contribuirá a desarrollar el turismo de la playa Mar Bravo, posicionándola en la mente de los turistas, como el destino ideal para la práctica de turismo de sol y playa, recreación y turismo vacacional.

6. El *Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”* generará fuentes de empleo para los habitantes del sitio y del sector, además de apoyar el trabajo de los artesanos locales.
7. De acuerdo a los estudios financieros realizados, todos los flujos netos de efectivo presentan resultados positivos para todos los años, lo cual permite concluir que el proyecto es rentable y viable.

RECOMENDACIONES

1. Implementar las instalaciones turísticas y servicios (señalética, torres salvavidas, botes de basura, baterías higiénicas, etc.) necesarios para que los visitantes puedan disfrutar sin problema su estadía en la playa de Mar Bravo.
2. Realizar campañas de promoción de los diferentes tipos de turismo que se pueden practicar en Mar Bravo: sol y playa, recreación (observación de atardeceres), deportivo (surf, pesca deportiva, bodyguard), científico (observación de aves), a fin de motivar la visita de los turistas y aumentar la demanda.
3. Desarrollar campañas informativas y de concienciación a los turistas sobre el buen uso y conservación de los atractivos de Mar Bravo.
4. Delimitar y organizar un sector para la ubicación de los laboratorios de camarón, de tal manera que no perjudiquen la actividad turística ni desmejoren la belleza paisajística del sector.
5. Elaborar un Plan de Ordenamiento del Territorio de la playa de Mar Bravo y Punta Carnero, para normar el uso del suelo y garantizar la permanencia de los recursos ambientales y paisajísticos.

6. Implementar un control en la actividad de los laboratorios de camarón, para que sus desechos sean tratados apropiadamente, evitando así daños ecológicos en el mar y/o playa de Mar Bravo.
7. Aprovechar la ventaja comparativa de Mar Bravo por su estratégica ubicación para la observación de atardeceres, creando señalética en las carreteras que motiven la visita de los turistas.
8. Realizar campañas de capacitación y sensibilización sobre la actividad turística y sus beneficios a la población local y del sector, para motivarlos a ser parte de la misma ofreciendo servicios de calidad, impulsando de esta el turismo de Mar Bravo y de la recientemente creada, provincia de Santa Elena.
9. Desarrollar un programa de capacitación para incorporar permanentemente salvavidas en la playa, que vigilen la seguridad y el comportamiento de los turistas.
10. Planificar el mantenimiento de las instalaciones de las facilidades turísticas desarrolladas en Mar Bravo; para garantizar el servicio ofrecido a los turistas.

11. Elaborar un levantamiento de información estadística sobre Mar Bravo (ubicación, población, actividad socioeconómica, flujo de turistas, atractivos turísticos, etc.) para facilitar nuevos trabajos de investigación y/o tesis.
12. Impulsar la creación del área protegida y la elaboración de un plan de manejo turístico de la zona

ANEXOS

Anexo 1 Mapa Parroquias Cantón Salinas



Fuente: Página Web Municipio de Salinas (www.salinasecuador.com)
Elaboración: Autoras de la Tesis

**Anexo 2 Nómina Asociación de Pequeños Comerciantes y Vendedores
Ambulantes “Sirena del Mar”**

Nº	Nombres	Género	Vendedor de
1	Sandra Alejandro Domínguez	Femenino	Trenzas
2	Julio Alfonso Yagual	Masculino	Empanada
3	José Zabulon Aquino Baque	Masculino	Parasol
4	Francisco Bailón Tomalá	Masculino	Parasol
5	Mónica Isabel Bajaña Vera	Femenino	Parasol
6	Freddy Javier Caiche Figueroa	Masculino	Parasol
7	César Castillo Malve	Masculino	Parasol
8	Lucia Otilia González Gonzabay	Femenino	Parasol
9	Pedro González Choez	Masculino	Granizado
10	María Adriana González Villon	Femenino	Parasol
11	Nancy Mercedes Guale Lainez	Femenino	Parasol
12	Víctor Cauriano Guale Rosales	Masculino	Parasol
13	Víctor Guale Santos	Masculino	Colas
14	Washington Holguín Toala	Masculino	Parasol
15	Hugo Milton José Malave	Masculino	Parasol
16	Gloria Monserrate Magallanes Ponce	Femenino	Parasol
17	Luis Javier Perero Suárez	Masculino	Parasol
18	Manuela Natividad Perero Suárez	Femenino	Trenza
19	Guillermo Geovanny Pozo Guale	Masculino	Parasol
20	Virginia Blanca Suárez De La Rosa	Femenino	Parasol
21	María Suárez De La Rosa	Femenino	Comida
22	Walter Alfredo Suárez De La Rosa	Masculino	Parasol
23	Teresa Aurora Tomalá De La O	Femenino	Parasol

24	Hugo Roberto Villamar Torres	Masculino	Parasol
25	Vicente Florencio Villao Mandez	Masculino	Parasol
26	Jhonny Zalazar Martínez	Masculino	Tatuaje
27	Luis Alberto Zambrano Ayala	Masculino	Coco

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 3 Vista Satelital de Mar Bravo



Fuente: Google Earth
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 4 Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo

ENCUESTA DEL PERFIL DE CONSUMO TURÍSTICO DE MAR BRAVO playa de Mar Bravo, febrero 2007

Este es un proyecto de tesis de LICTUR-ESPOL, que busca potencializar el destino Mar Bravo, por lo que solicitamos su ayuda con las siguientes preguntas, a fin de determinar las características de la demanda.

1.- Señale su género:

Masculino ☐ Femenino ☐

2.- ¿Qué edad tiene Ud.?

18 a 25 ☐ 25 a 40 ☐ más de 40 ☐

3.- Procedencia:

Nacional

Costa ☐ Sierra ☐ Oriente ☐ Galápagos ☐

Ciudad _____

Extranjero

América del Norte ☐ América del Sur ☐ Europa ☐ Otro ☐

Ciudad _____

4.- ¿Cómo viaja?

Solo ☐ En grupo familiar ☐ En grupo organizado ☐

5.- ¿Con cuántas personas viaja?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐

6.- ¿Cómo se transporta?

Transporte Publico ☐ Transporte organizado ☐ Vehículo propio ☐

Vehículo alquilado ☐

7.- ¿Con qué frecuencia viaja usted a esta playa en temporada alta

Una vez a la semana ☐ Cada quince días ☐ Una vez al mes ☐

Vive en la península ☐

en temporada baja?

Una vez a la semana ☐ Cada quince días ☐ Una vez al mes ☐

Vive en la península ☐

8.- ¿Cuál es el tiempo de permanencia en la playa?

1 día ☐ 2 días ☐ 3 días ☐ Más de 3 días ☐ Vive en la Península ☐

9. ¿Si se queda más de 1 día donde se hospeda?

Hotel ☐ Casa Propia ☐ Casa Alquilada ☐ Vive en Península ☐ Otros ☐

10. ¿Número de horas en la playa?

1 a 3 horas ☐ 3 a 6 horas ☐ 6 horas en adelante ☐

11. ¿Cuál es el motivo de su visita a esta playa?

Observar caída del sol ☐ Practicar surf ☐ Tomar sol en la playa ☐

Diversión nocturna ☐ Turismo deportivo ☐ Otros ☐

12. ¿Cuál es su gasto promedio diario en la playa?

Menos de \$ 20 ☐ Entre \$20 y \$50 ☐ Más de \$50 ☐

13. ¿Qué servicios cree Ud. que deben de implementarse en Mar Bravo?

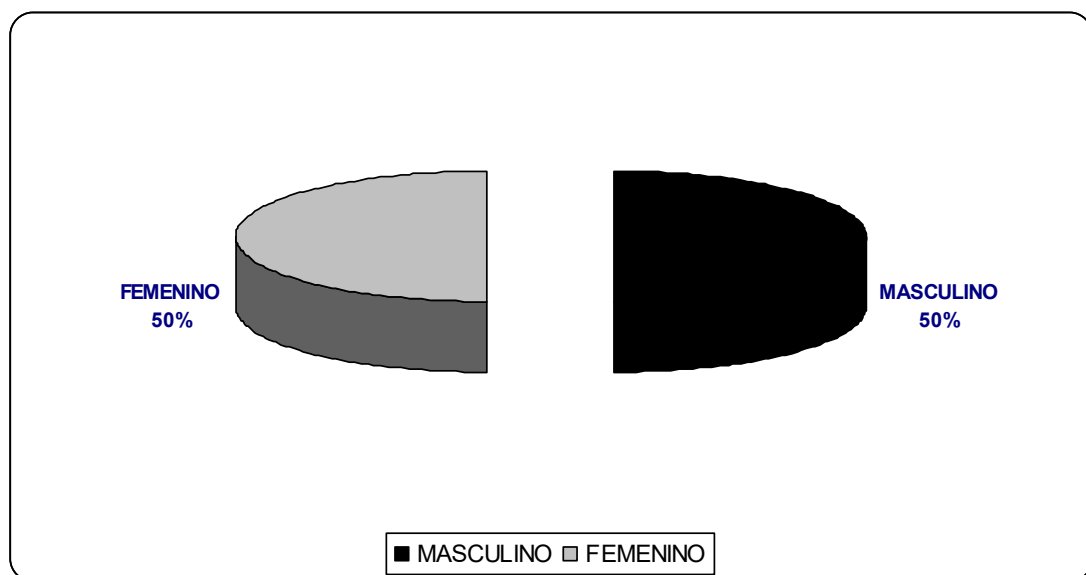
Servicios Básicos ☐ Alojamiento ☐ Alimentos & Bebidas ☐

Esparcimiento (Bar, Disco) ☐ Locales Comerciales ☐ Otros ☐

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

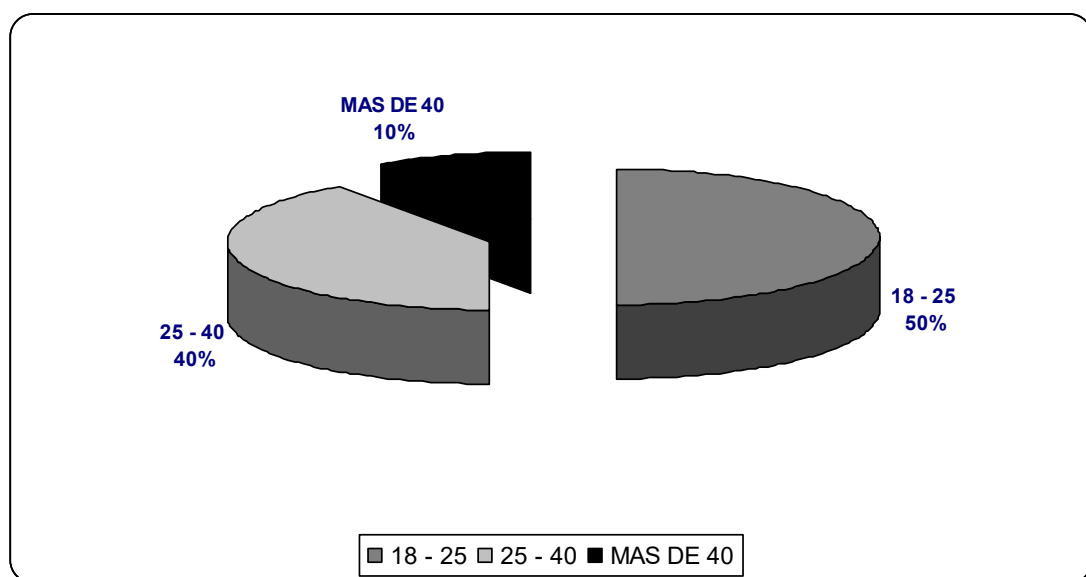
Anexo 5 Gráficos de Resultados Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Género



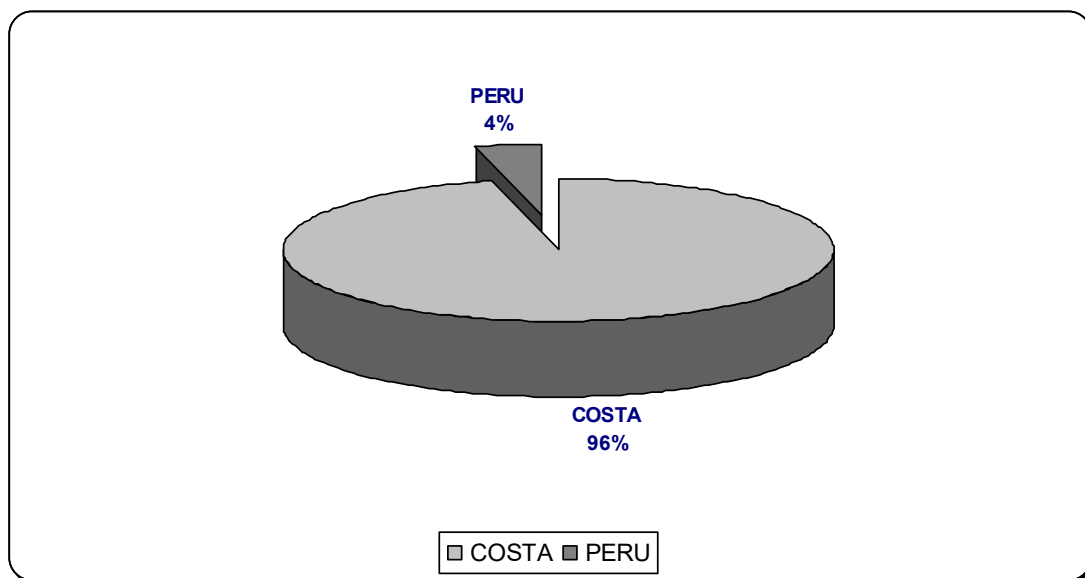
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Edad



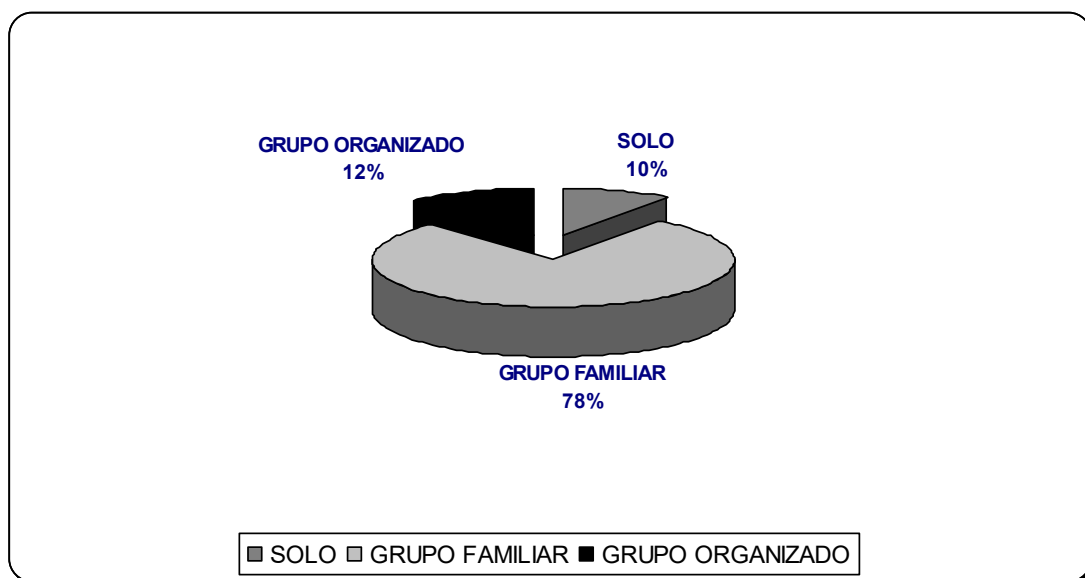
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Procedencia



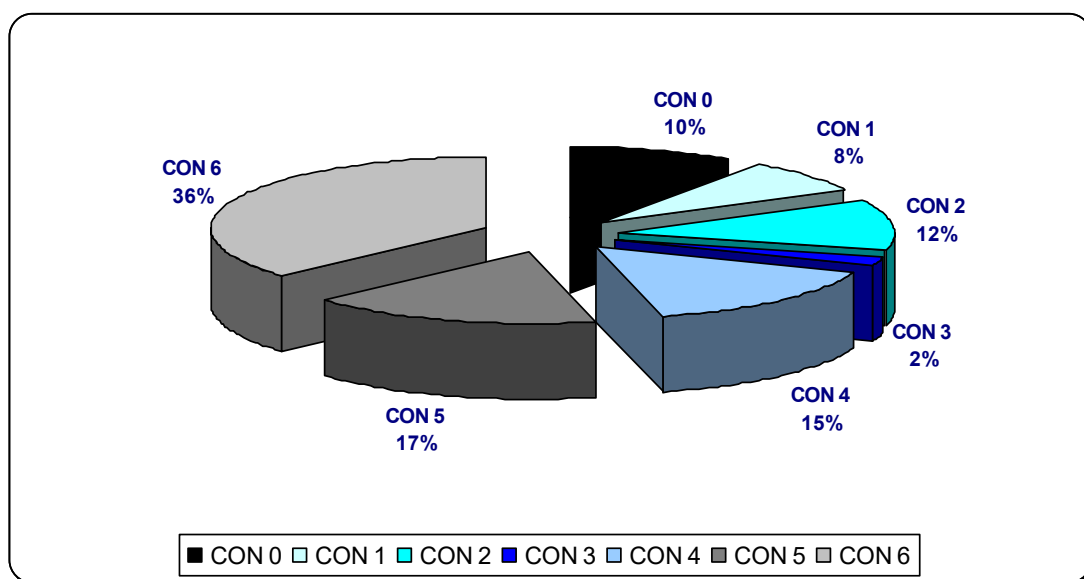
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Movilización



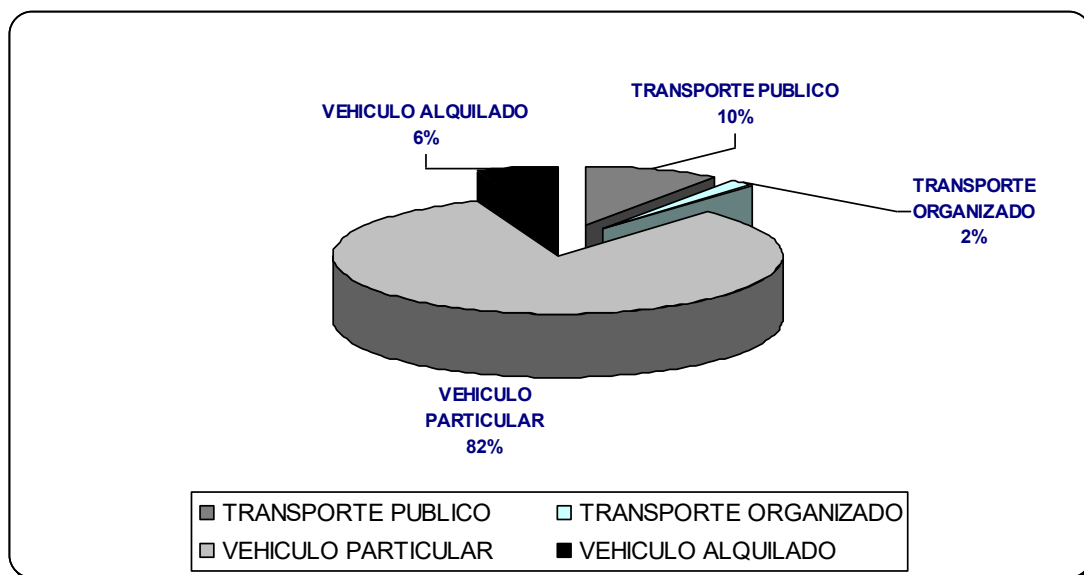
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Con cuantas personas viaja



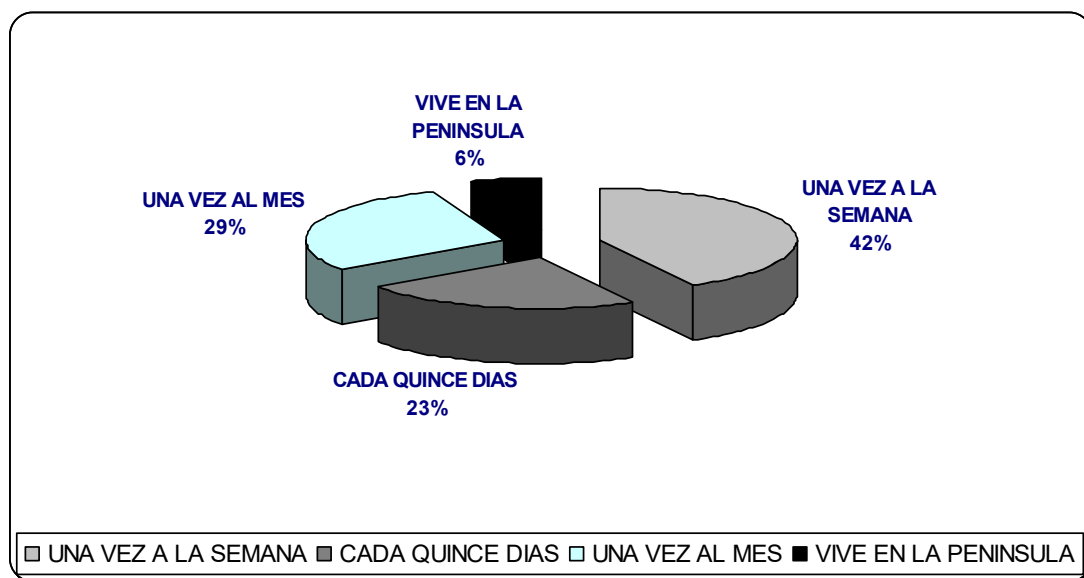
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Tipo de Transportación



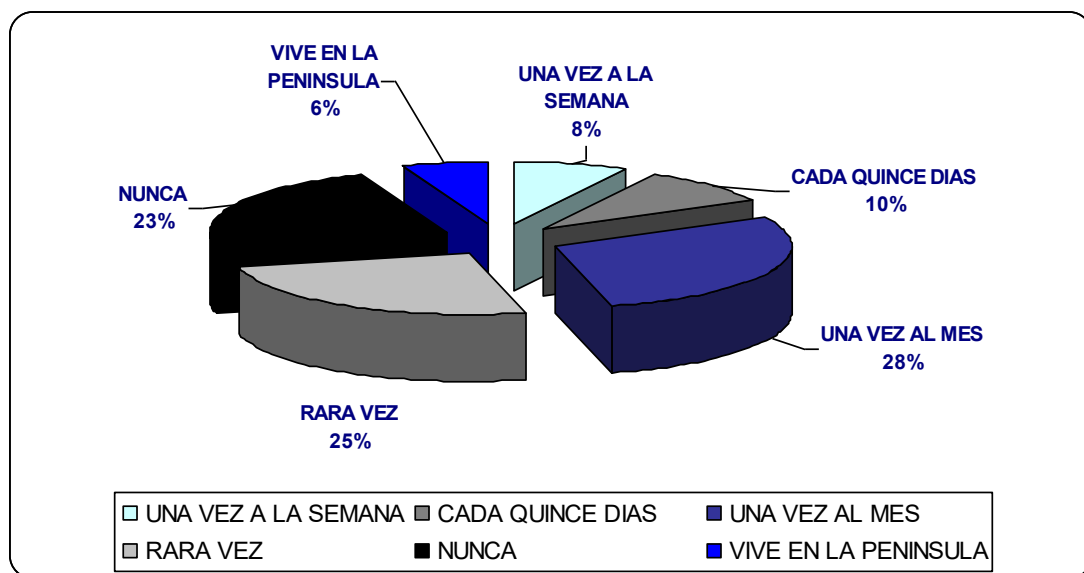
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Frecuencia de Viaje en Temporada Alta



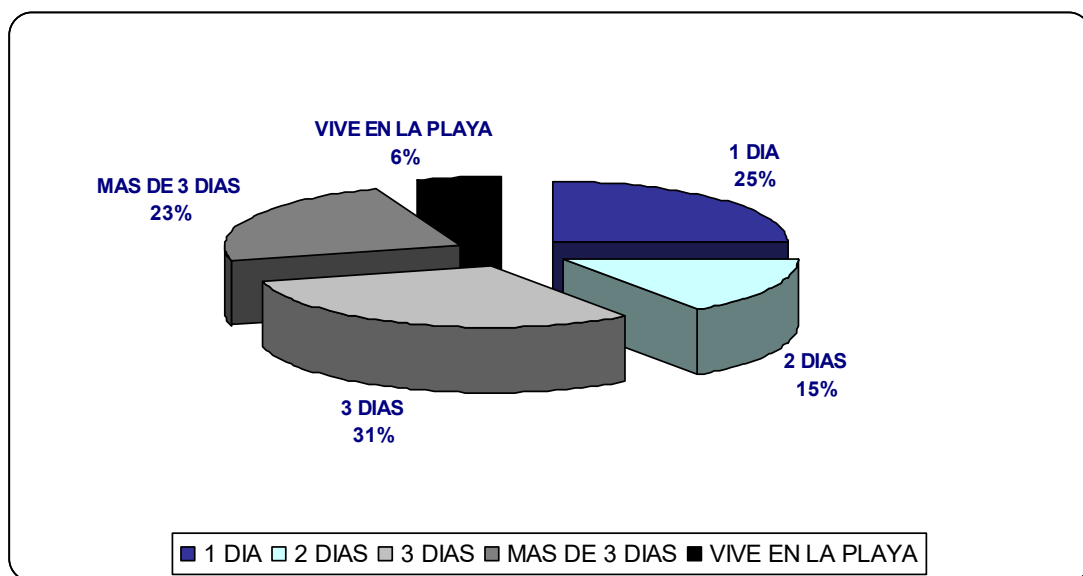
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Frecuencia de Viaje en Temporada Baja



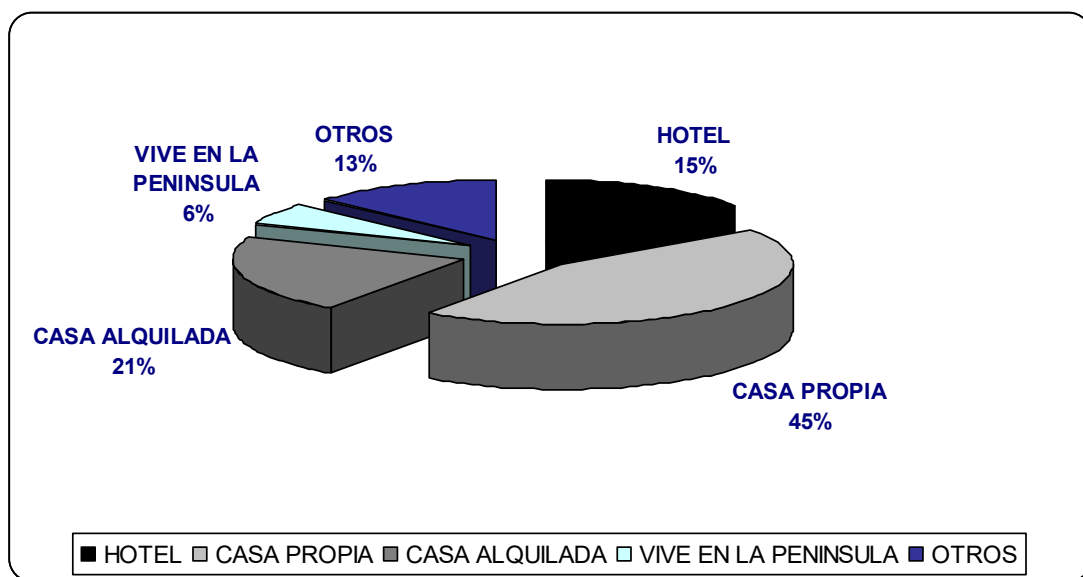
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Permanencia en la playa



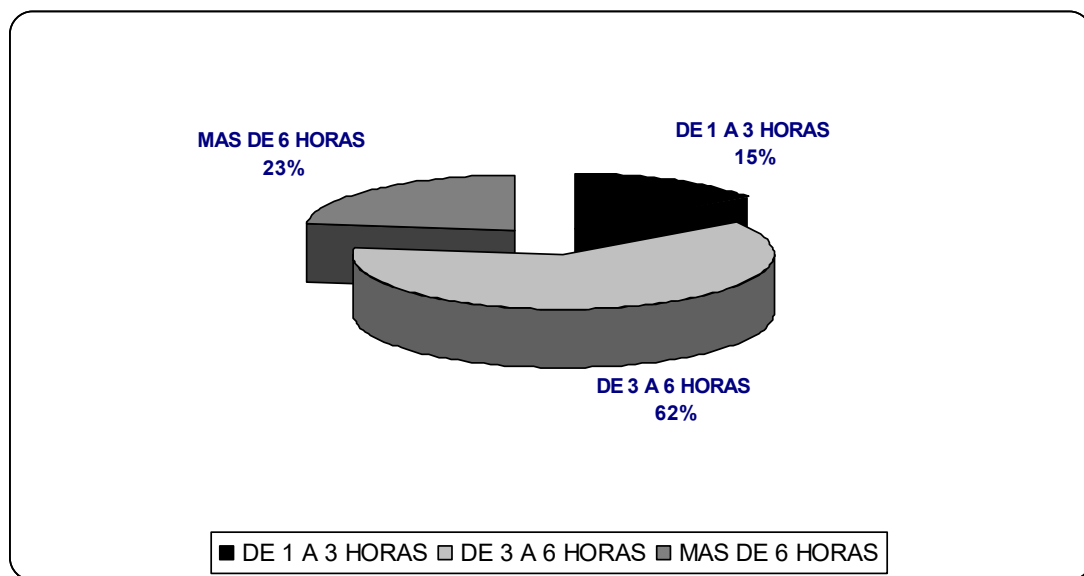
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Tipo de Alojamiento



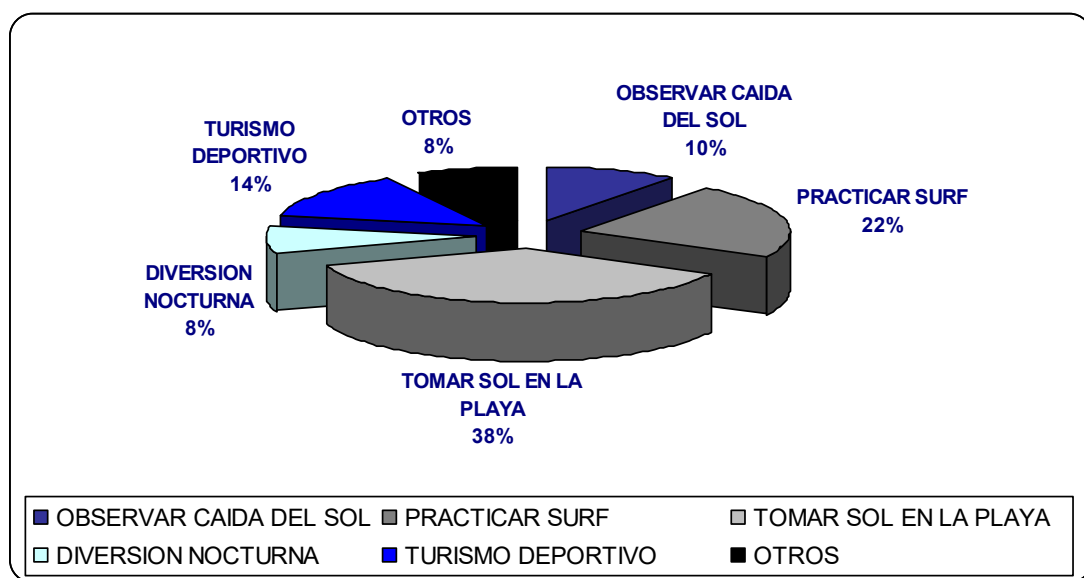
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Horas en la playa



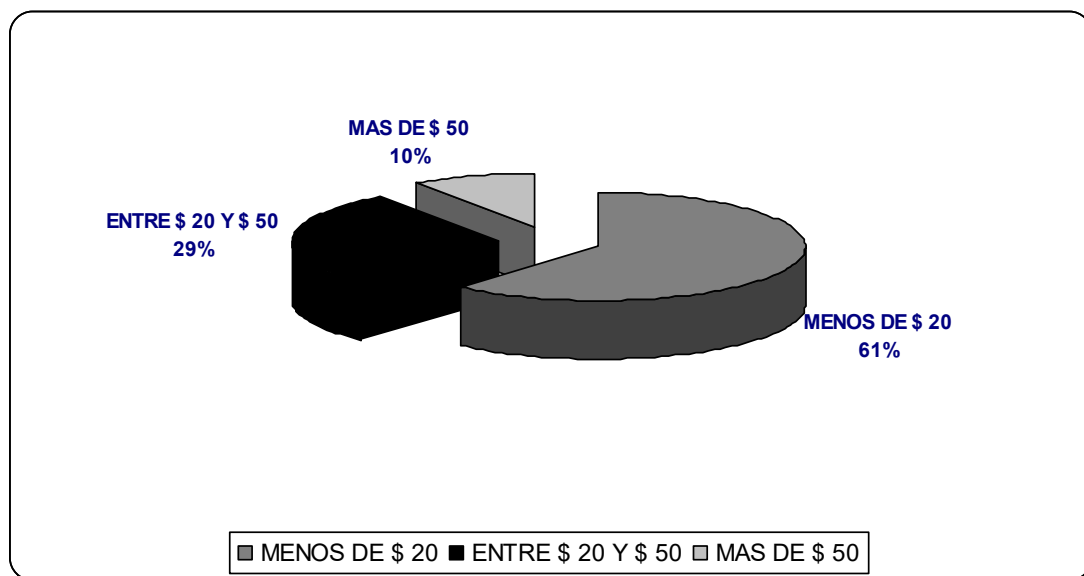
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Motivo de Visita



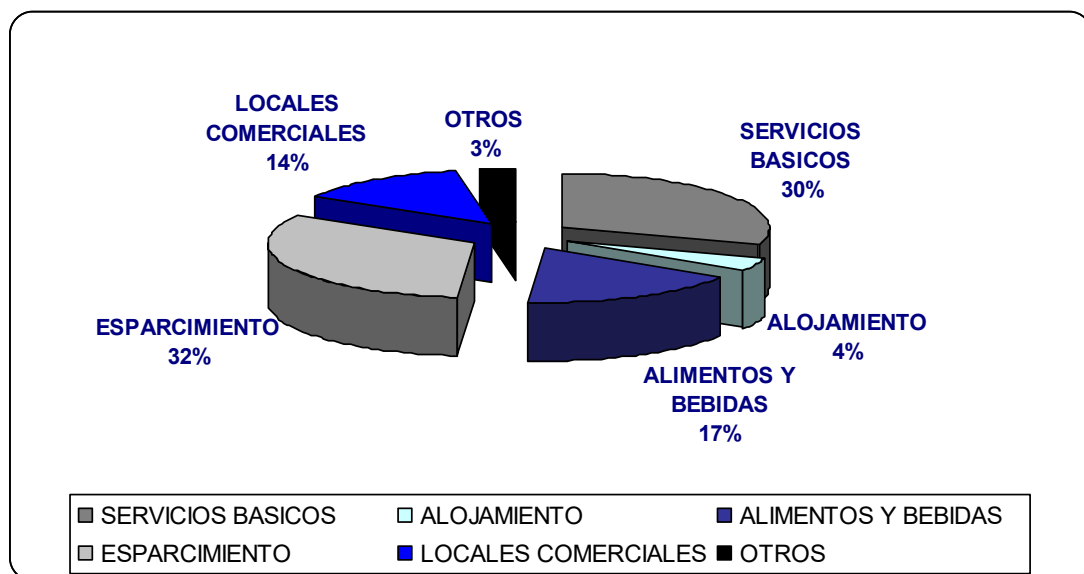
Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Gasto Promedio



Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo: Servicios a Implementarse



Fuente: Encuesta del Perfil de Consumo Turístico de Mar Bravo, febrero 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 6 Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique

ENCUESTA DE ACEPTACION BAR – MIRADOR - BOUTIQUE playa de Mar Bravo, abril 2007

Este es un proyecto de tesis de LICTUR-ESPOL, que busca potencializar el destino Mar Bravo, por lo que solicitamos su ayuda con las siguientes preguntas, a fin de determinar las características de la demanda.

1.- Señale su género:

Masculino ☐

Femenino ☐

2.- ¿Qué edad tiene Ud.?

18 a 25 ☐

25 a 40 ☐

más de 40 ☐

3.- Enumere según la importancia o gusto, siendo 4 el más importante, el tipo de bebidas que se deberían ofrecer:

Gaseosas y Aguas ☐

Batidos, jugos y yogurt ☐

Bebidas energizantes ☐

Cervezas ☐

Cócteles ☐

Licores ☐

4.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Gaseosas, batidos, jugos, yogurt, energizantes, cervezas:

Hasta \$ 1,00 ☐

Desde \$ 1,01 hasta \$ 5,00 ☐

Desde \$ 5,01 hasta \$ 10,00 ☐

5.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Cócteles:

Hasta \$ 5,00 ☐

Desde \$ 5,01 hasta \$ 10,00 ☐

6.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Licores (Shots):

De \$ 2,00 hasta \$ 5,00 ☐

De \$ 5,01 hasta \$ 8,00 ☐

7.- Enumere según la importancia o gusto, siendo 4 el más importante, el tipo de alimentos que se deberían ofrecer:

Sánduches ☐

Snacks ☐

Ensalada de frutas ☐

Barras energéticas ☐

Ceviches ☐

8.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Sánduches, snacks, ensalada de frutas, barras energéticas:

Hasta \$ 1,00 ☐

Desde \$ 1,01 hasta \$ 5,00 ☐

Desde \$ 5,01 hasta \$ 10,00 ☐

9.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Ceviches:

De \$ 2,00 hasta \$ 5,00 ☐

De \$ 5,01 hasta \$ 8,00 ☐

De \$ 8,01 hasta \$ 12,00 ☐

10.- Enumere según la importancia o gusto, siendo 4 el más importante, el tipo de artículos que se deberían ofrecer:

Artesanías y Souvenirs ☐

Sombreros ☐

Trajes de Baño ☐

Artículos de Playa ☐

Ropa de Playa ☐

11.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por las Artesanías y Souvenirs:

De \$ 3,00 hasta \$ 6,00 ☐

De \$ 6,01 hasta \$ 10,00 ☐

De \$ 10,01 hasta \$ 15,00 ☐

Más de \$ 15,00 ☐

12.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Sombreros:

De \$ 3,00 hasta \$ 6,00 ☐

De \$ 6,01 hasta \$ 10,00 ☐

De \$ 10,01 hasta \$ 15,00 ☐

Más de \$ 15,00 ☐

13.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Trajes de Baño:

De \$ 5,00 hasta \$ 10,00 ☐

De \$ 10,01 hasta \$ 15,00 ☐

De \$ 15,01 hasta \$ 20,00 ☐

Más de \$ 20,00 ☐

14.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Artículos de Playa:

De \$ 3,00 hasta \$ 6,00 ☐

De \$ 6,01 hasta \$ 10,00 ☐

De \$ 10,01 hasta \$ 12,00 ☐

Más de \$ 12,00 ☐

15.- Indique hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por Ropa de Playa:

- De \$ 5,00 hasta \$ 10,00 ☐
- De \$ 10,01 hasta \$ 15,00 ☐
- De \$ 15,01 hasta \$ 20,00 ☐
- Más de \$ 20,00 ☐

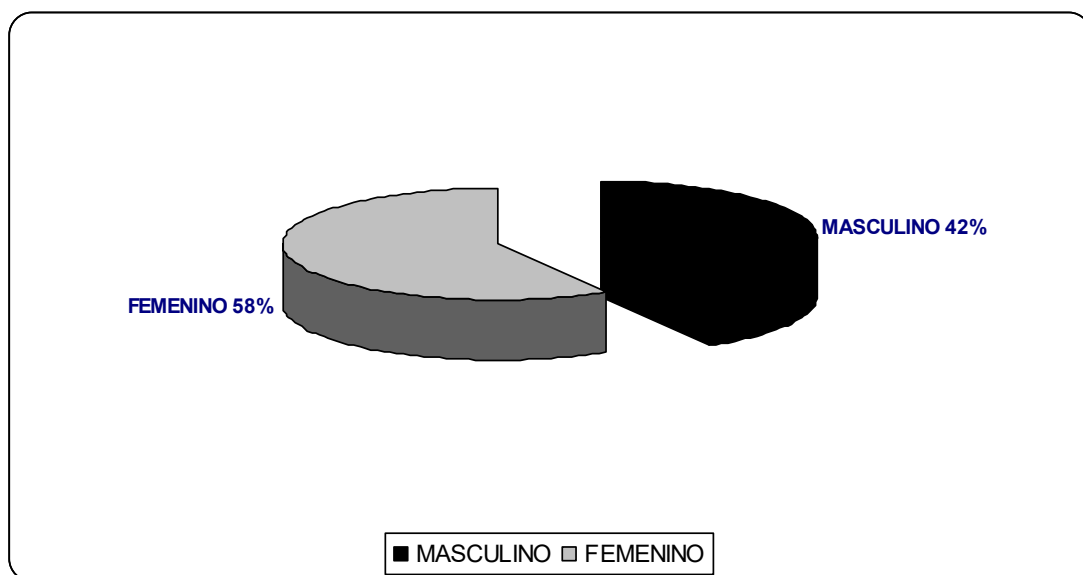
16.- Enumere según la importancia o gusto, siendo 4 el más importante, el tipo de música que se debería escuchar:

- Rock Latino ☐
- Música Alternativa ☐
- Música Electrónica ☐
- Música Pop en Español ☐
- Música Pop en Inglés ☐
- Música Romántica en Español ☐
- Música Romántica en Inglés ☐

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

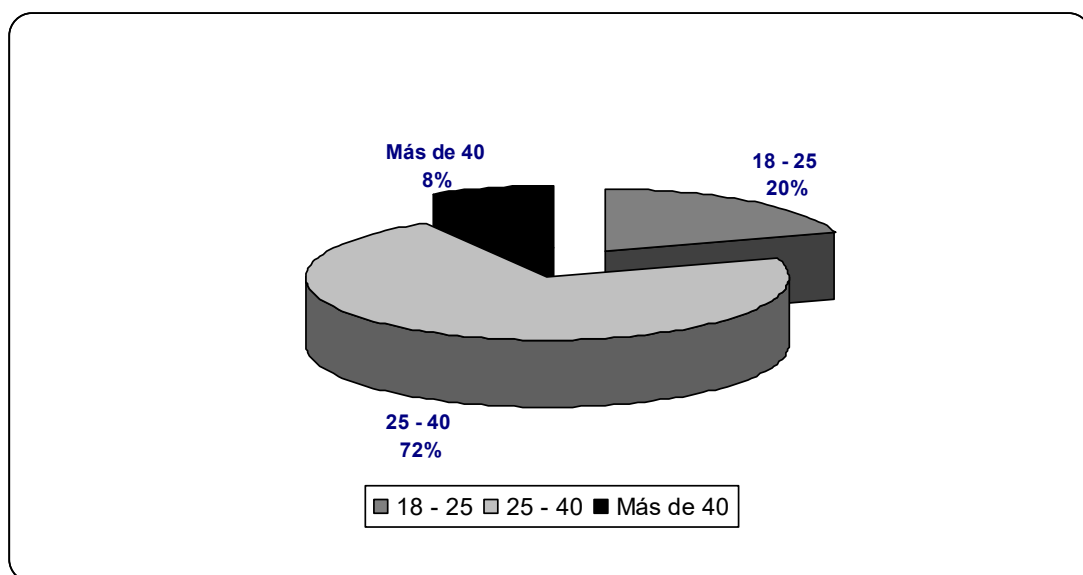
Anexo 7 Gráficos de Resultados Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique

Aceptación Bar Mirador Boutique: Género



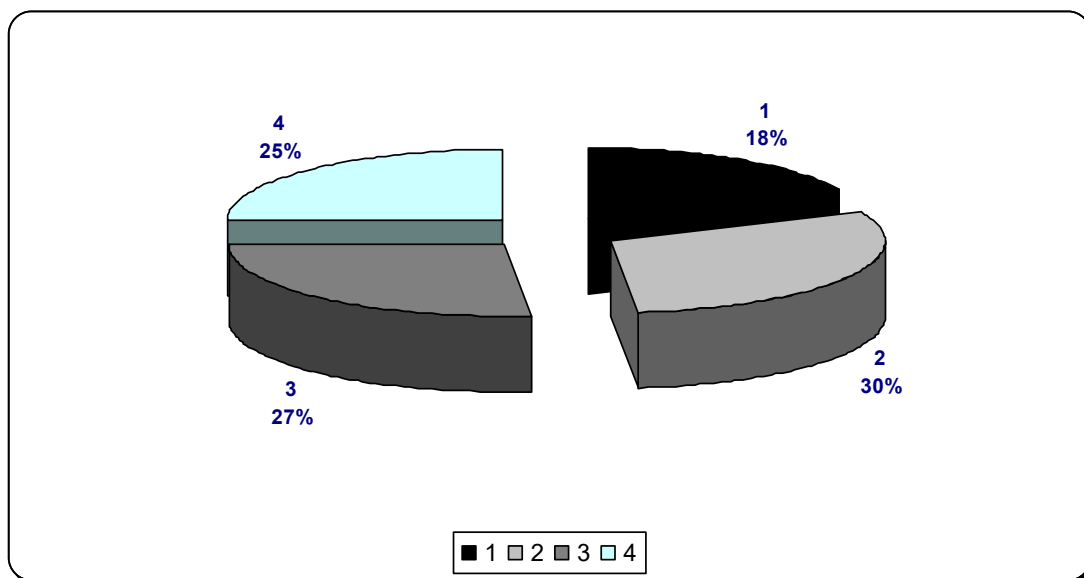
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Aceptación Bar Mirador Boutique: Edad



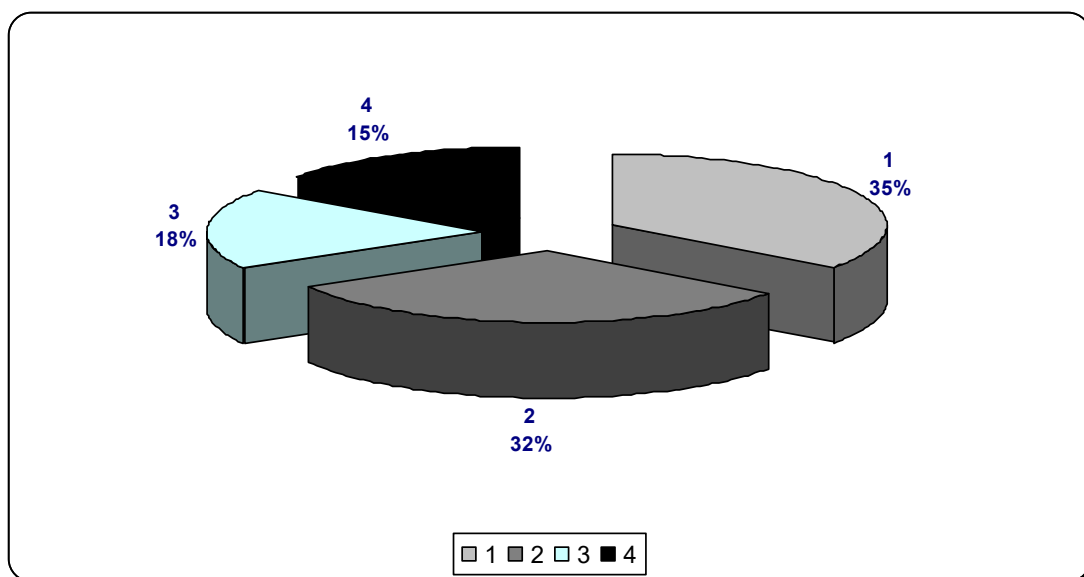
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Gaseosas y Agua



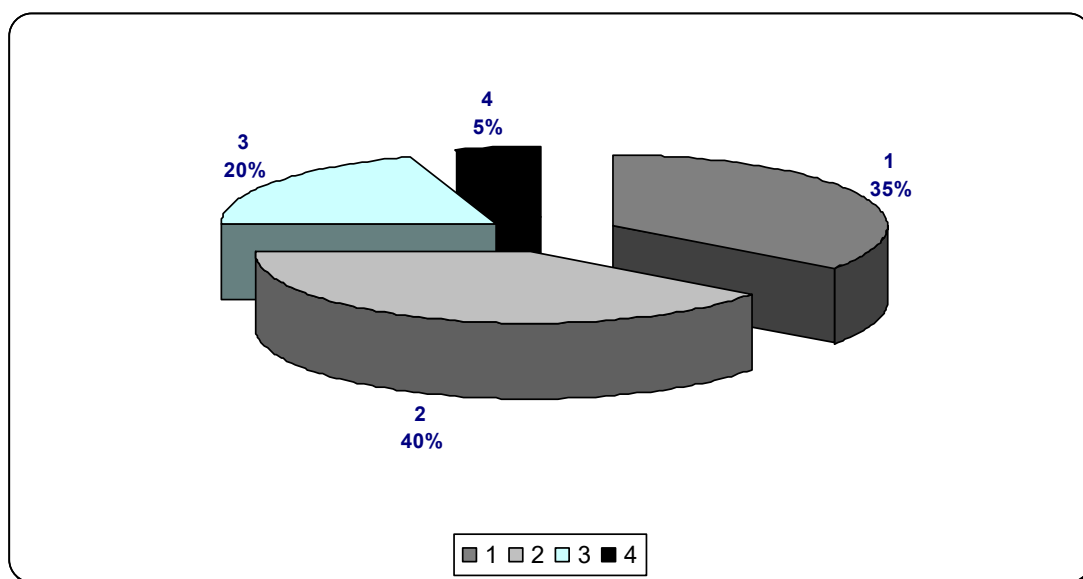
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Batidos, jugos y yogurt



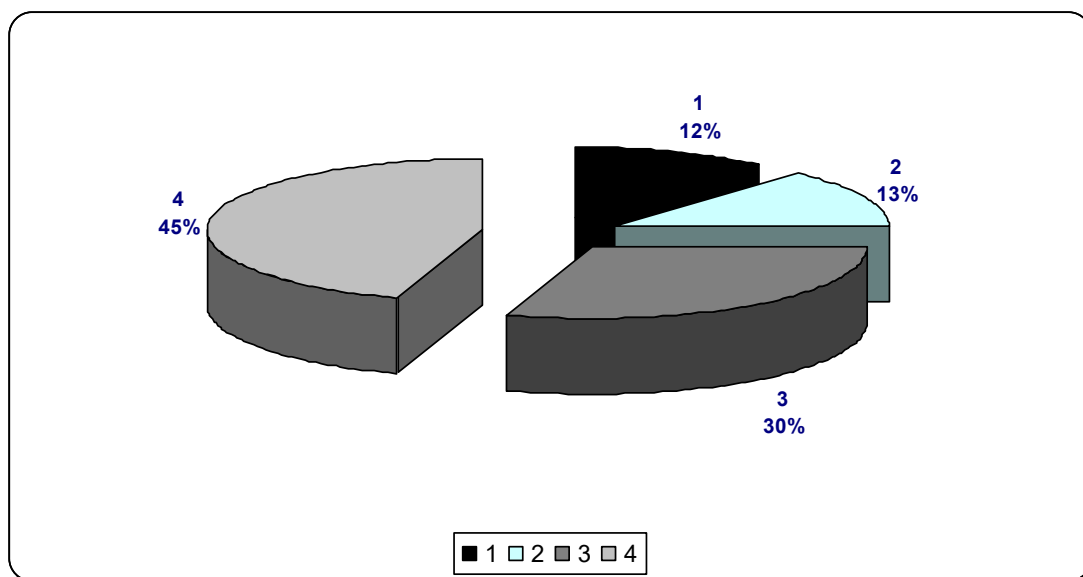
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Bebidas Energéticas



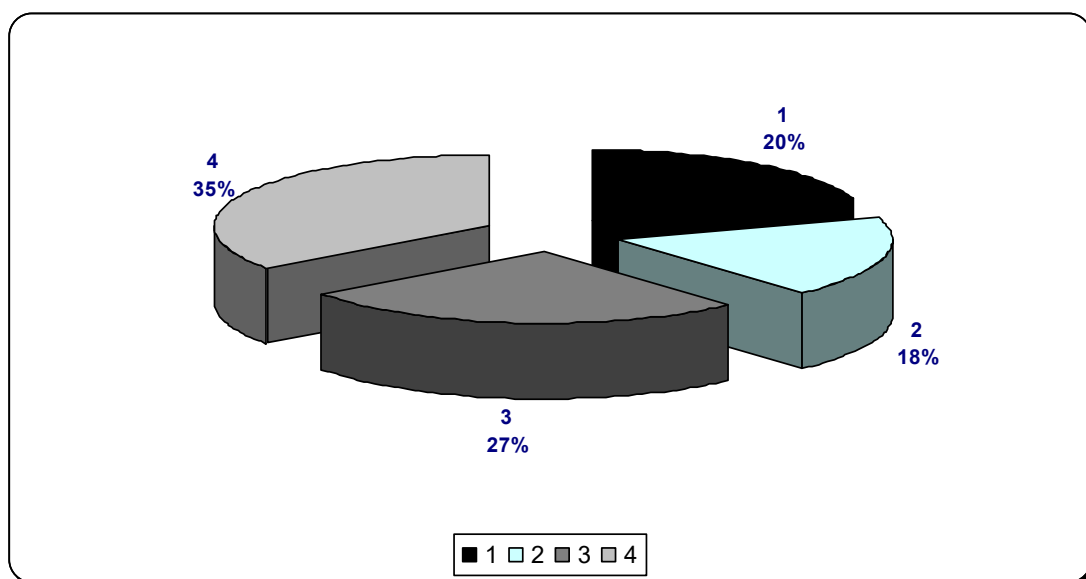
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Cervezas



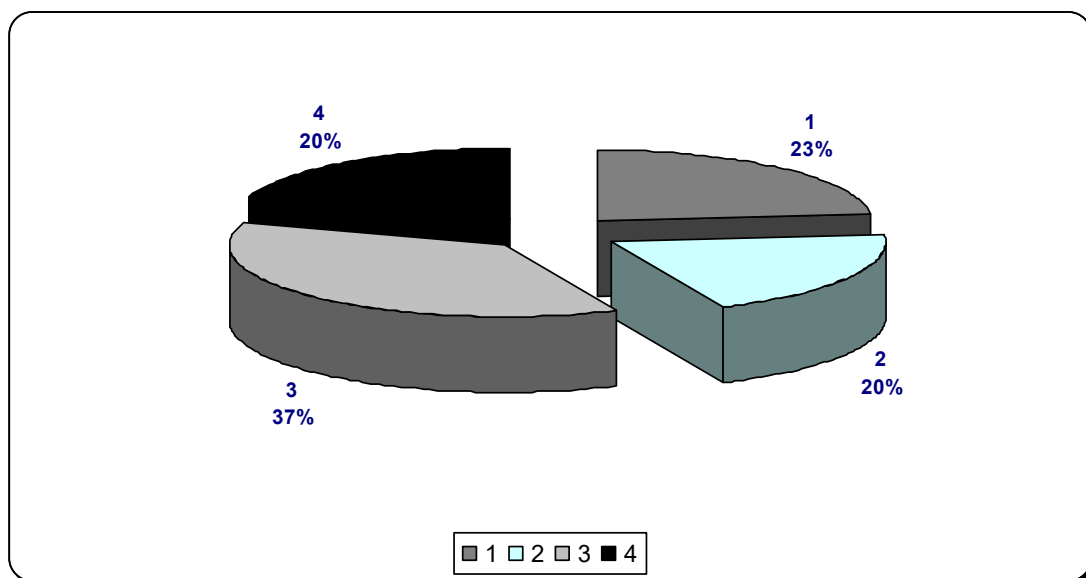
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Cócteles



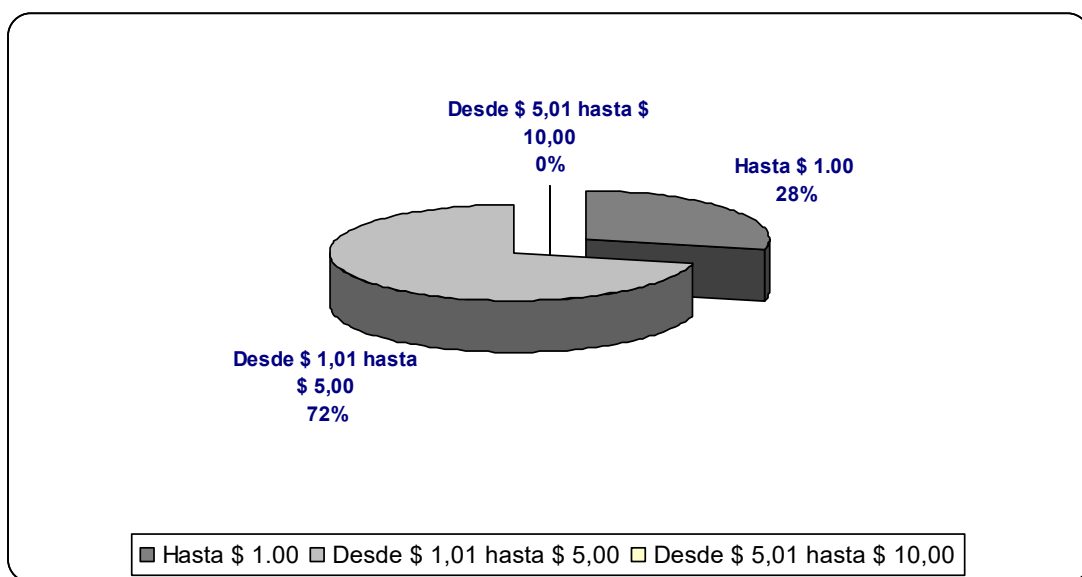
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Licores



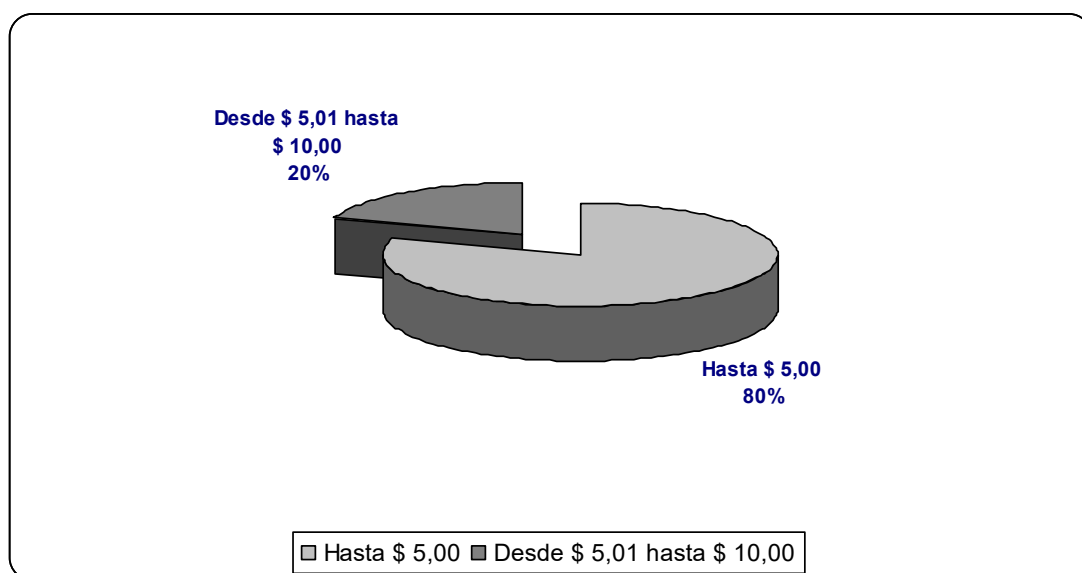
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Gaseosas, batidos, jugos, yogurt, bebidas energizantes



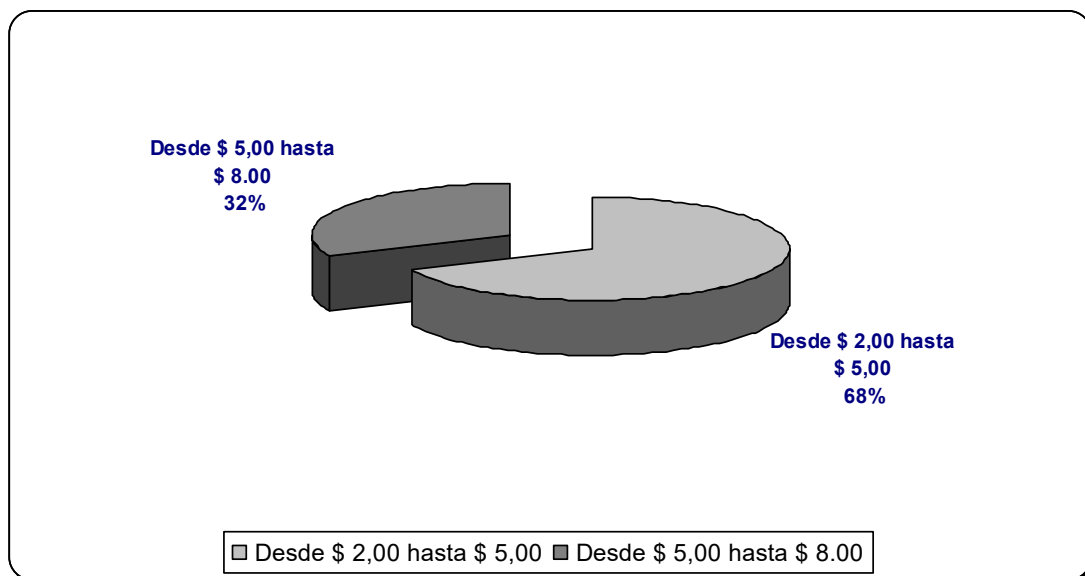
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Cócteles



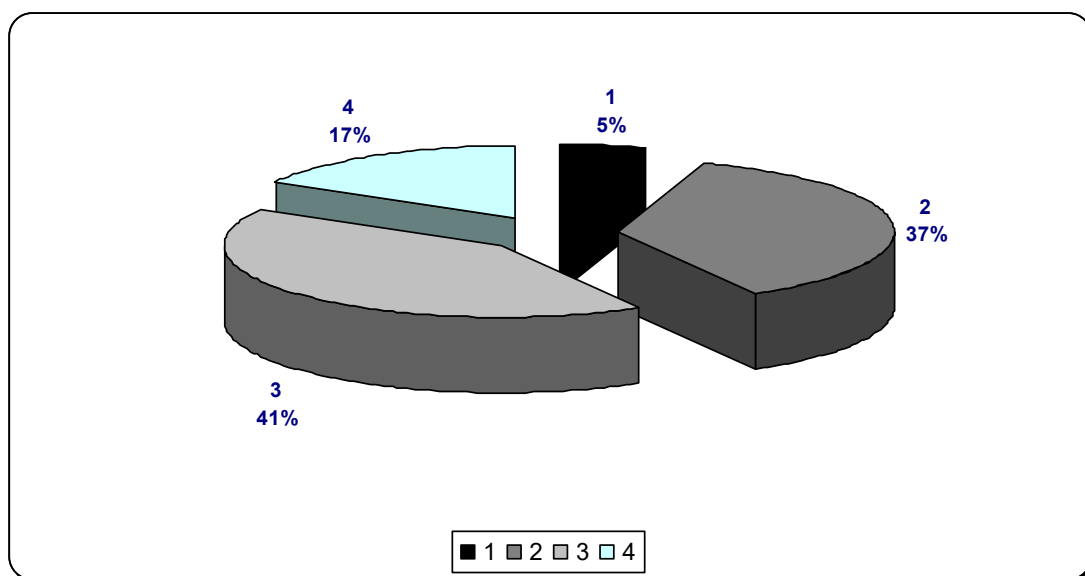
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Licores



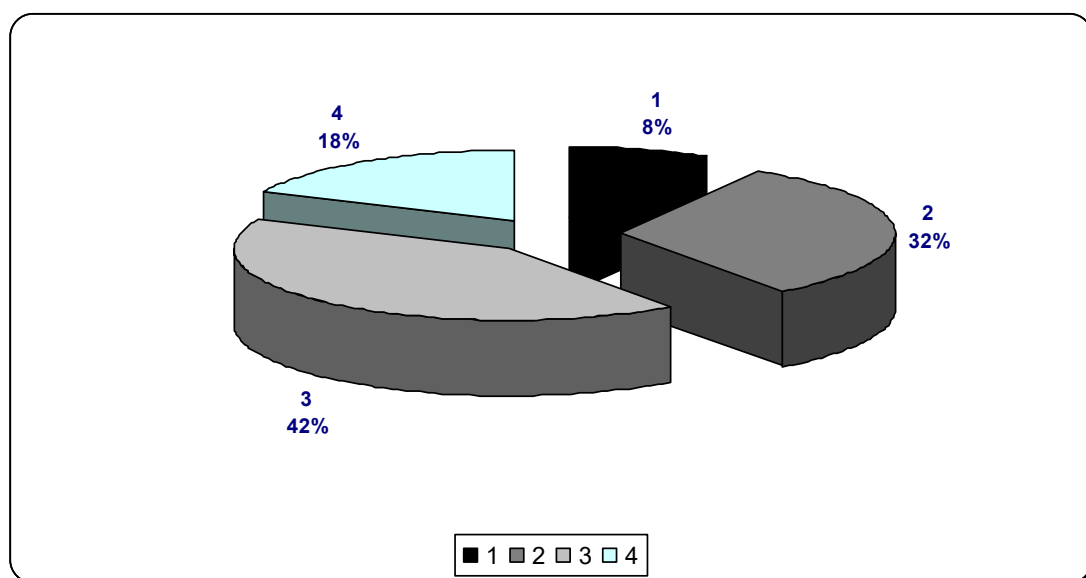
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Sánduches



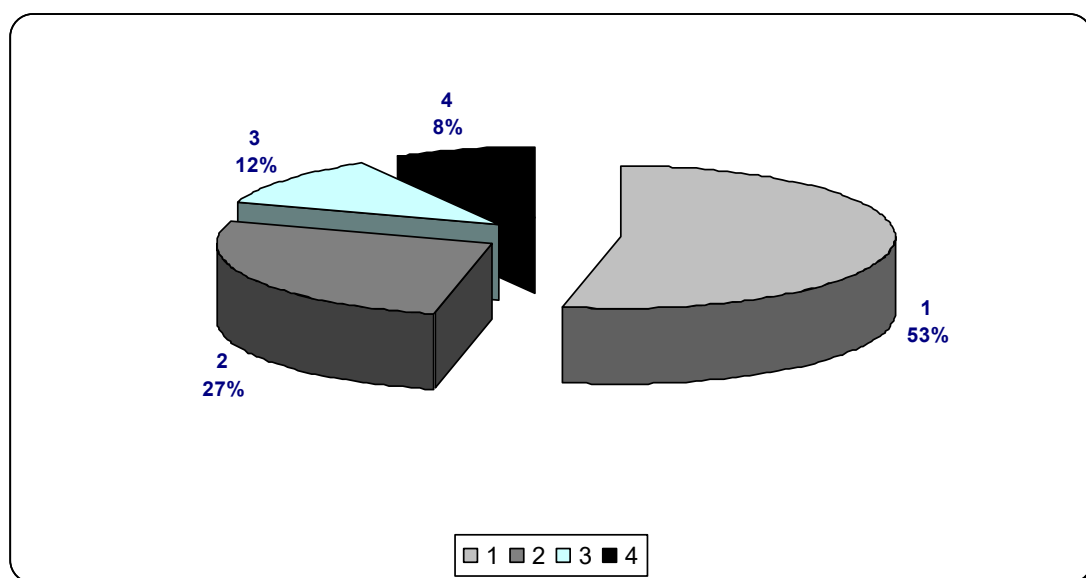
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Snacks



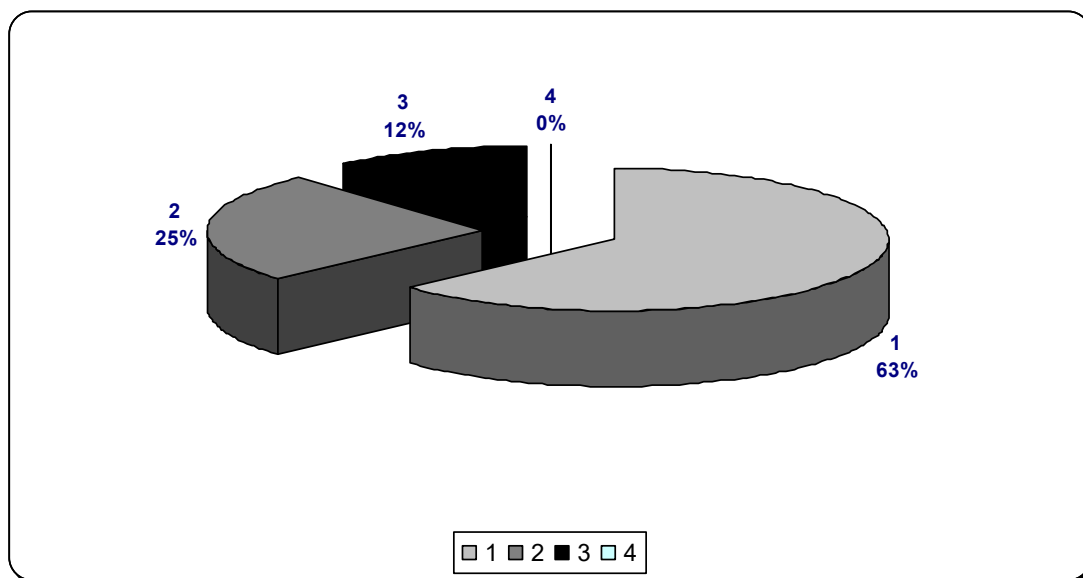
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Ensalada de Fruta



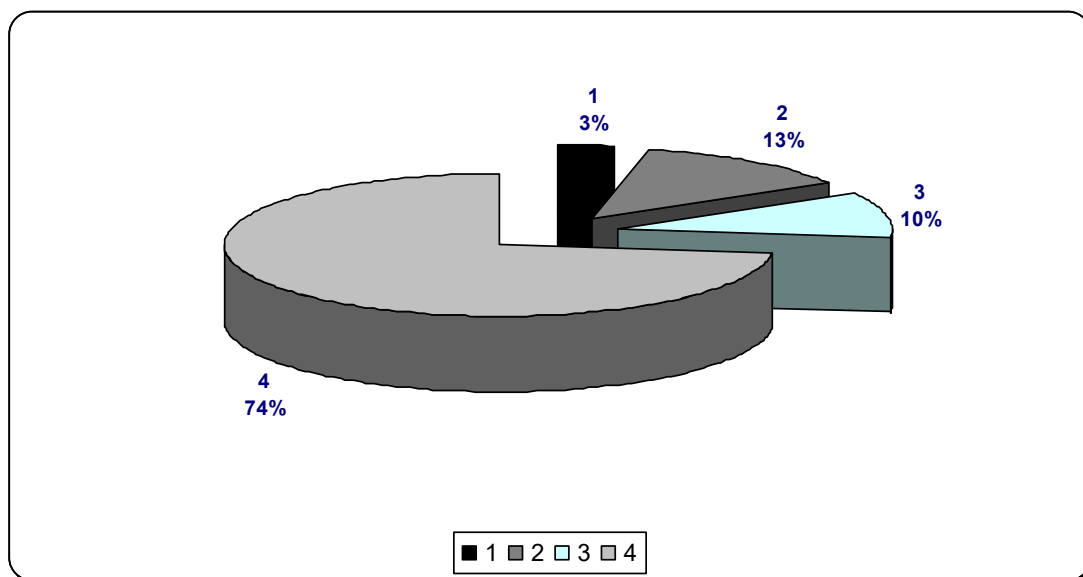
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Barras Energéticas



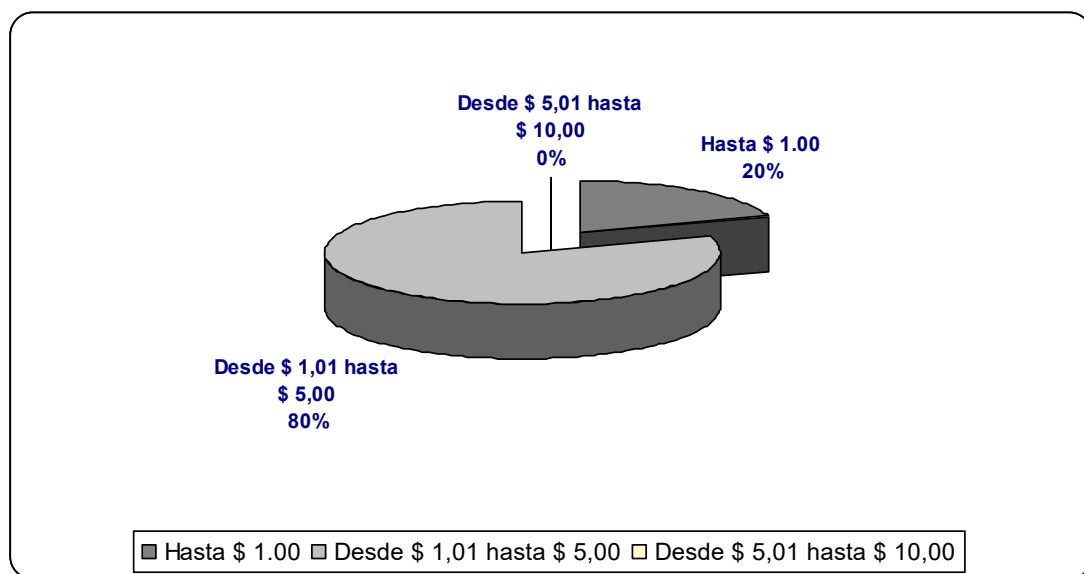
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Ceviches



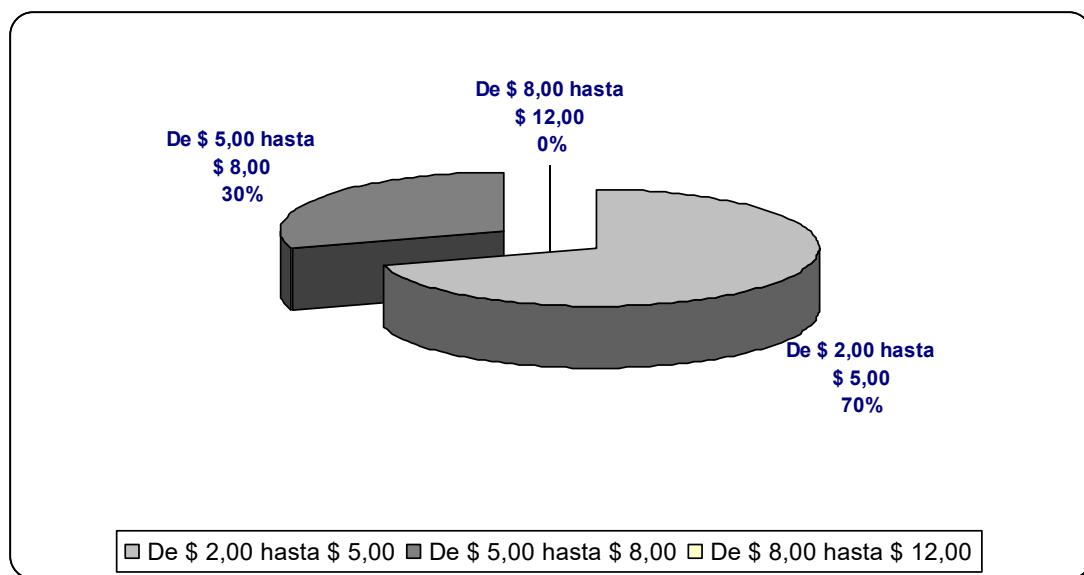
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Sánduches, Snacks, Ensalada de Frutas y Barras Energéticas



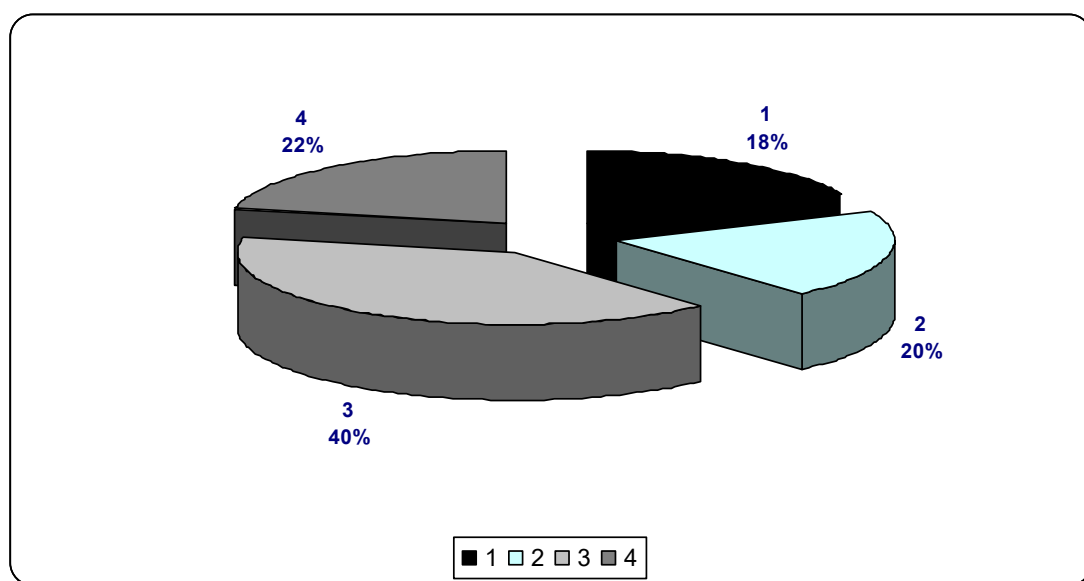
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Ceviches



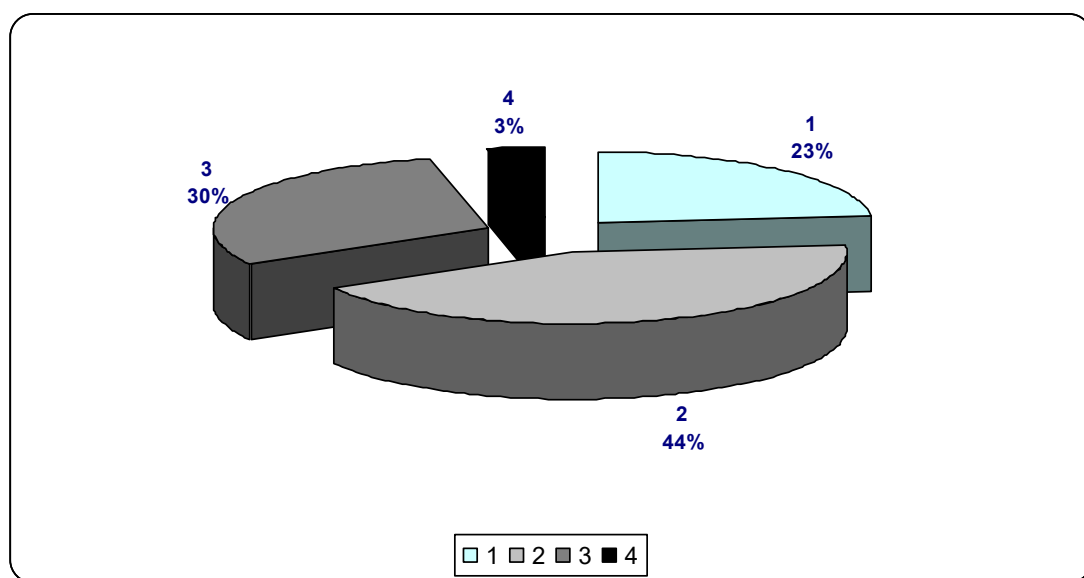
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia de Artesanías y Souvenirs



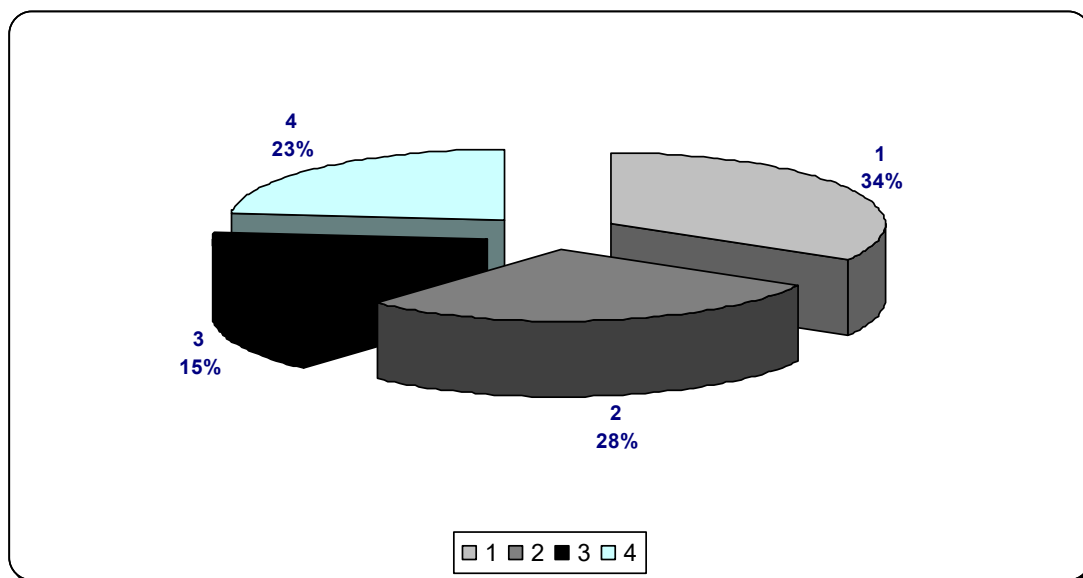
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia de Sombreros



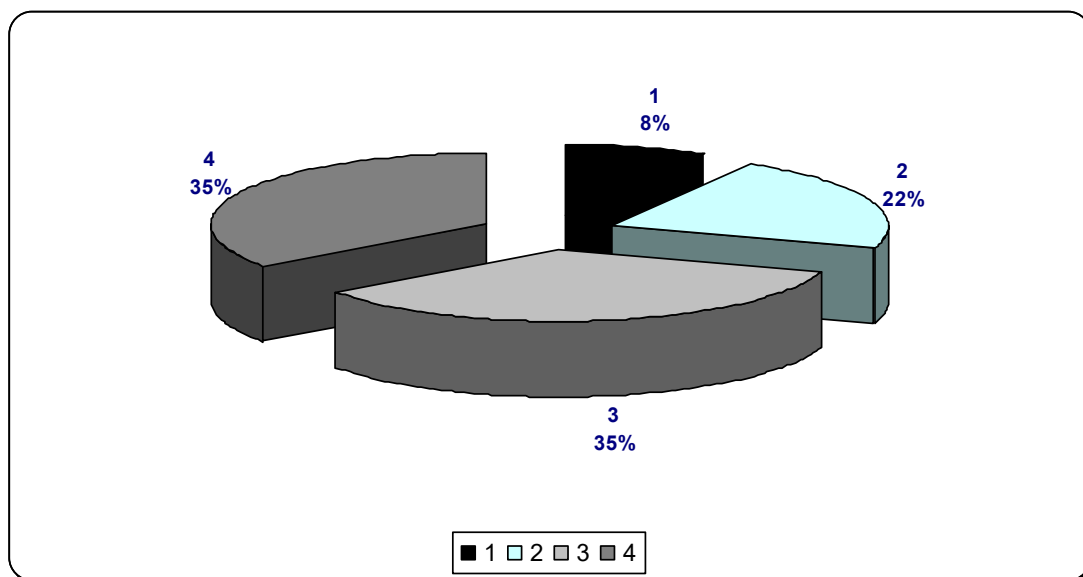
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia de Trajes de Baño



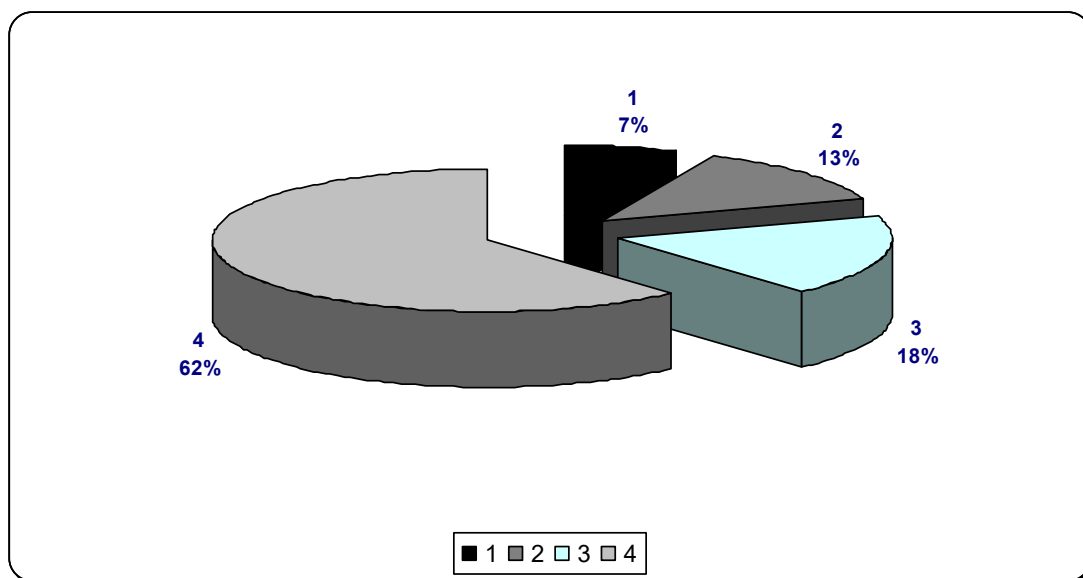
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia de Artículos de Playa



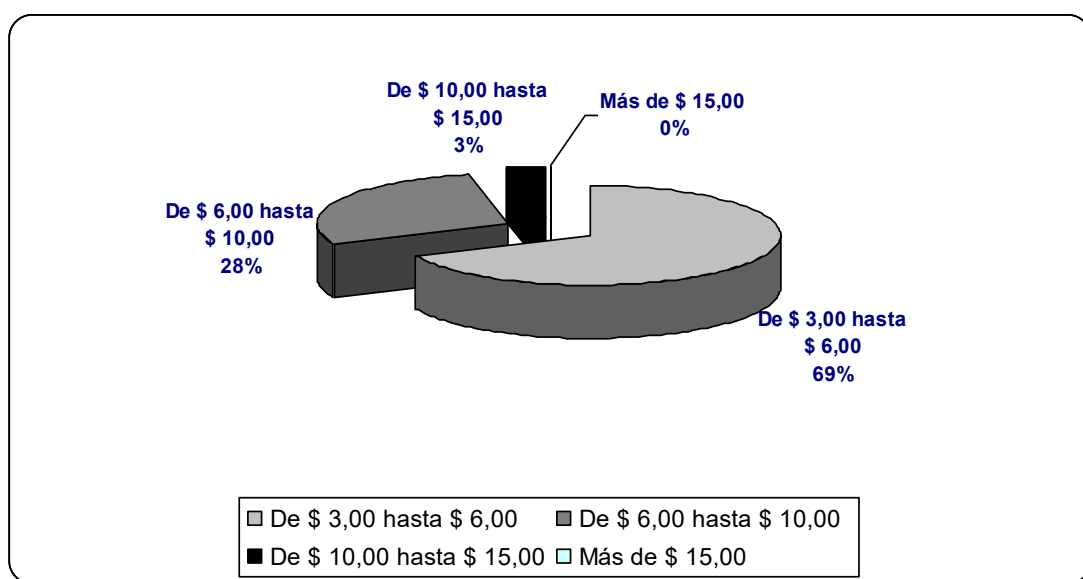
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia de Ropa de Playa



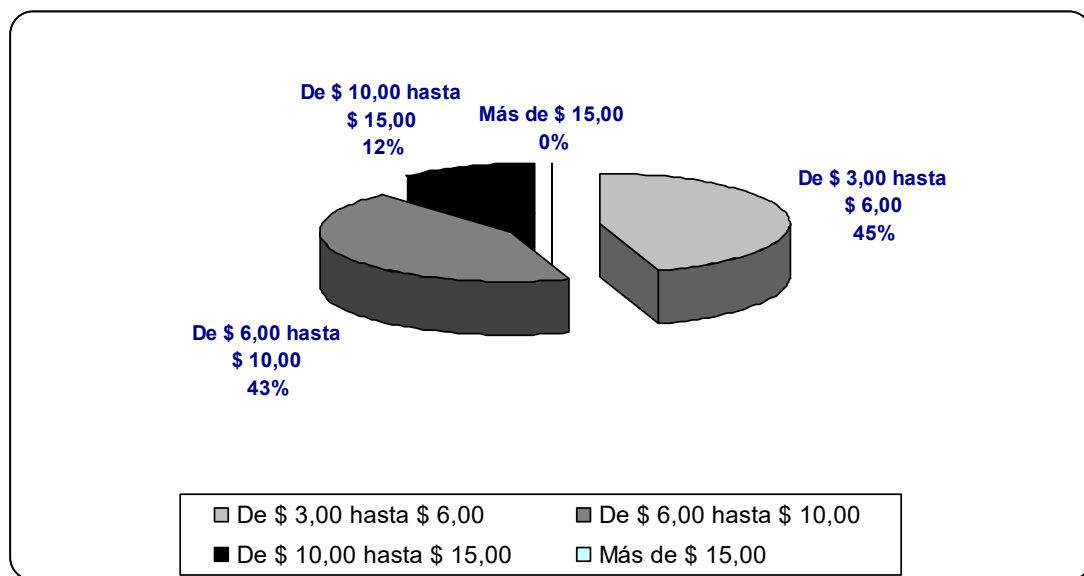
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Artesanías y Souvenirs



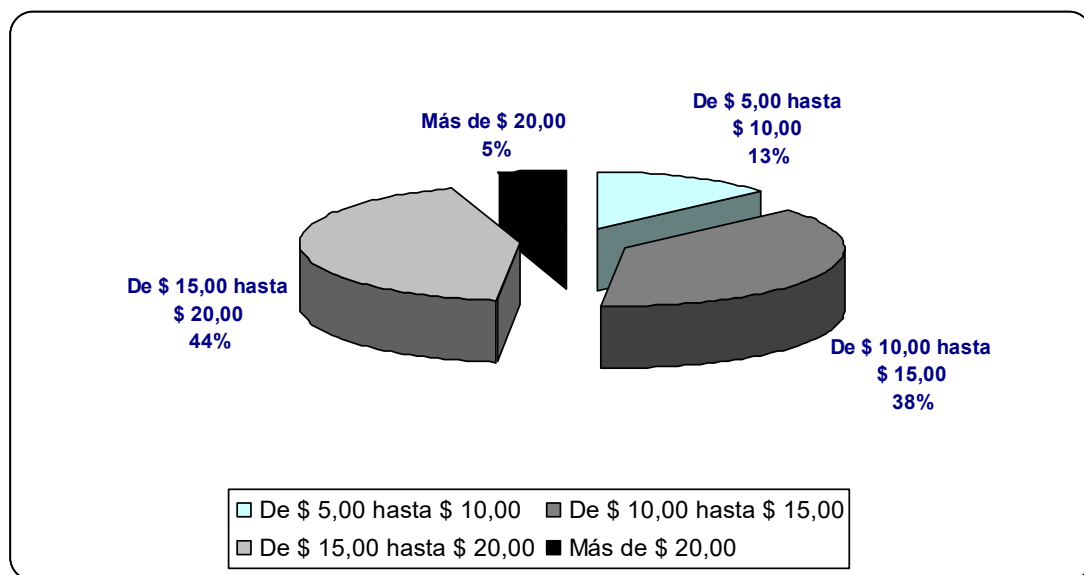
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Sombreros



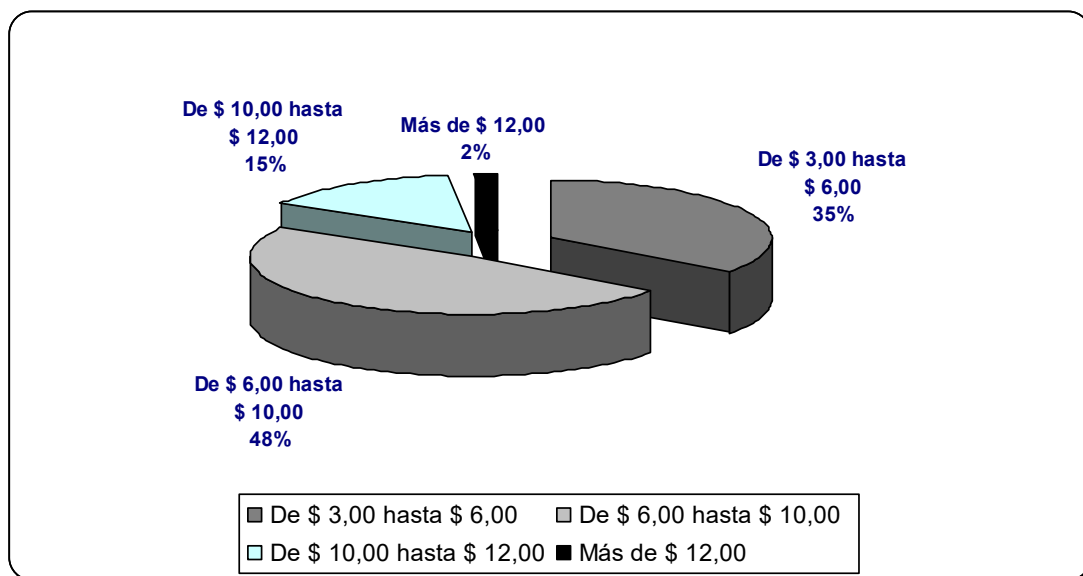
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Trajes de Baño



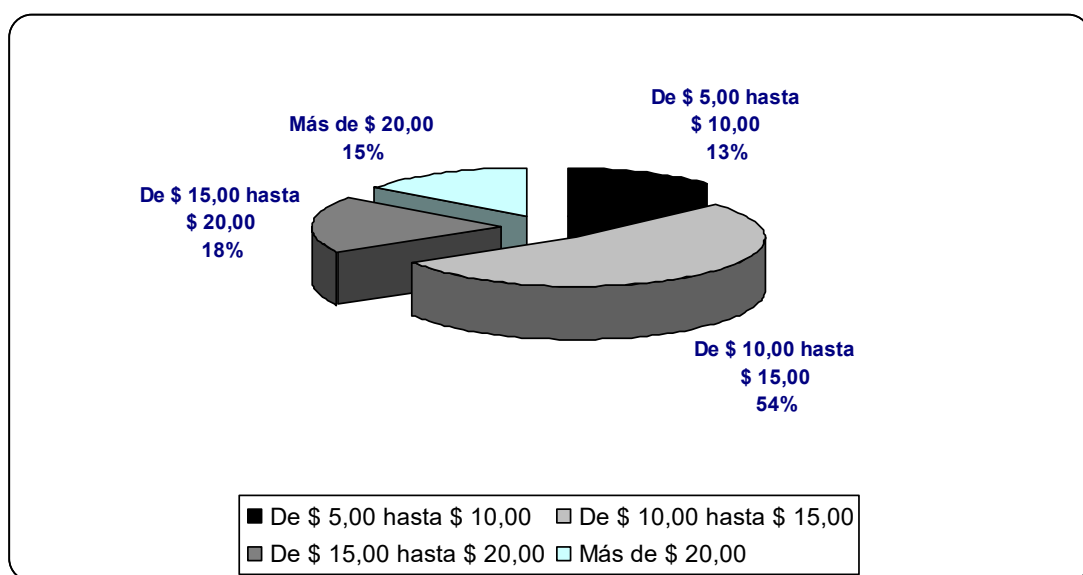
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Artículos de Playa



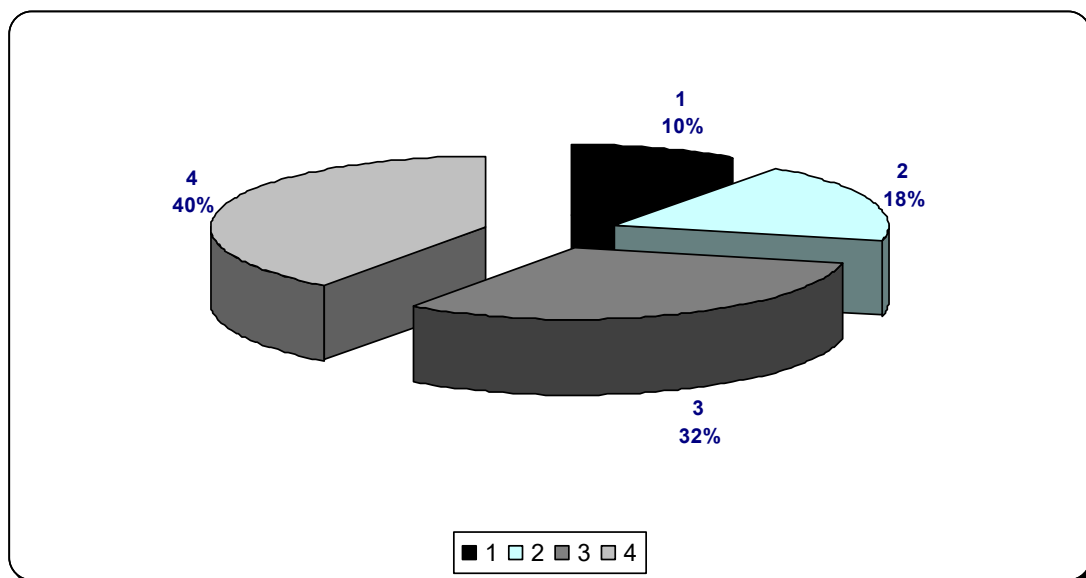
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dispuesto a pagar por Ropa de Playa



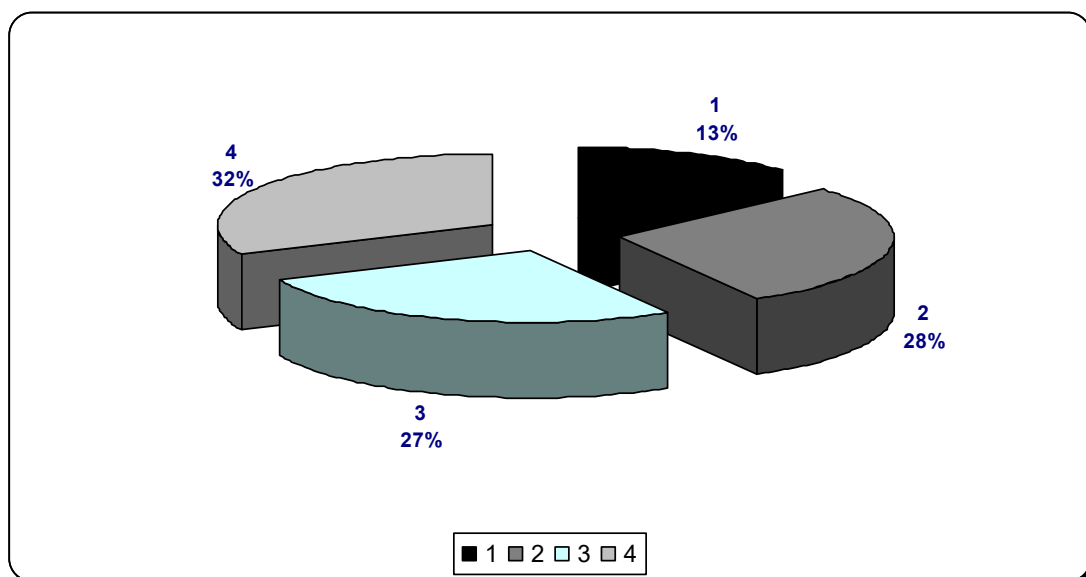
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Rock Latino



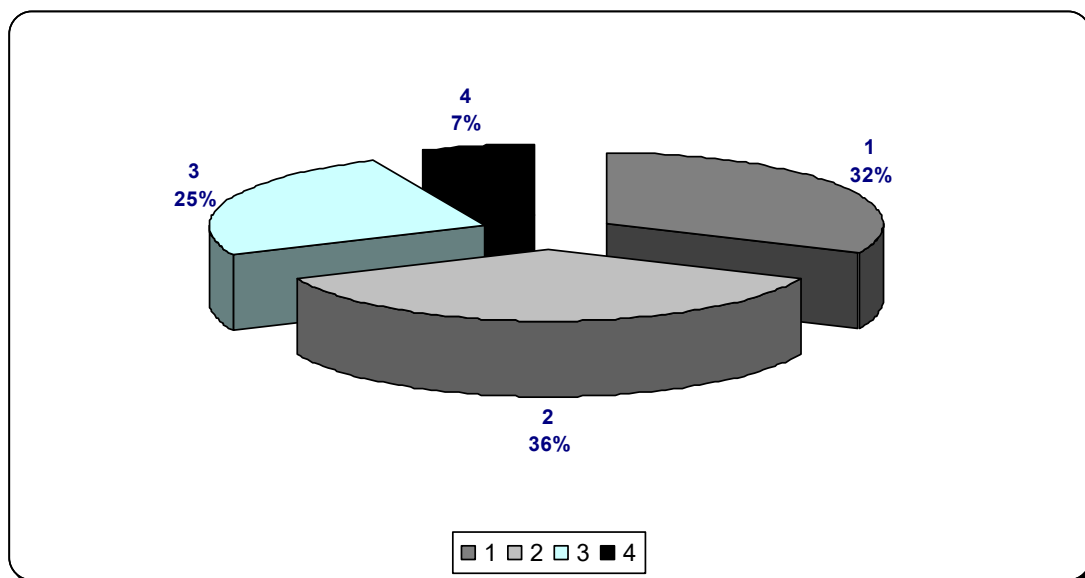
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Música Alternativa



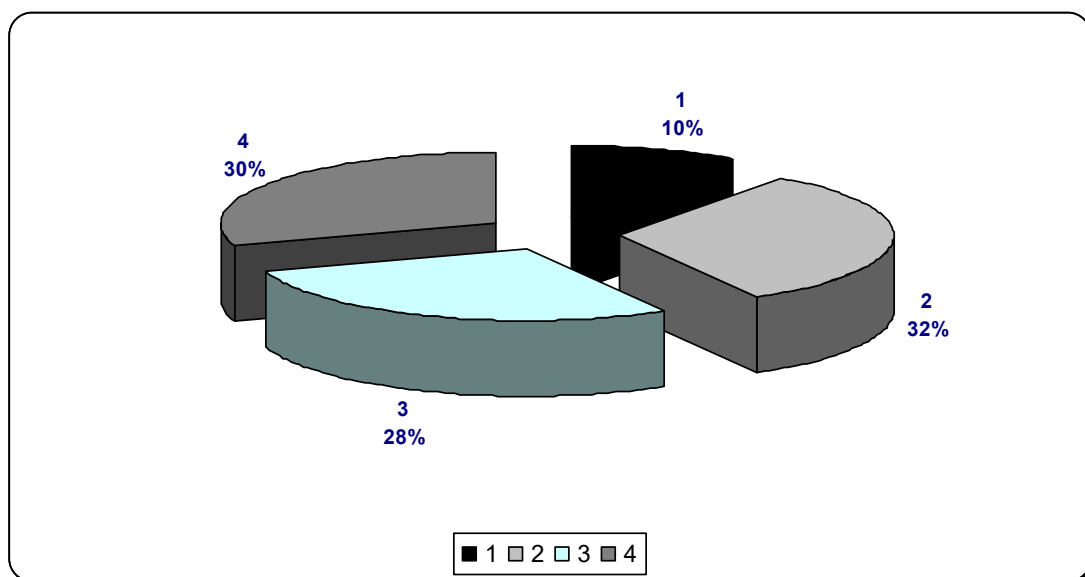
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Música Electrónica



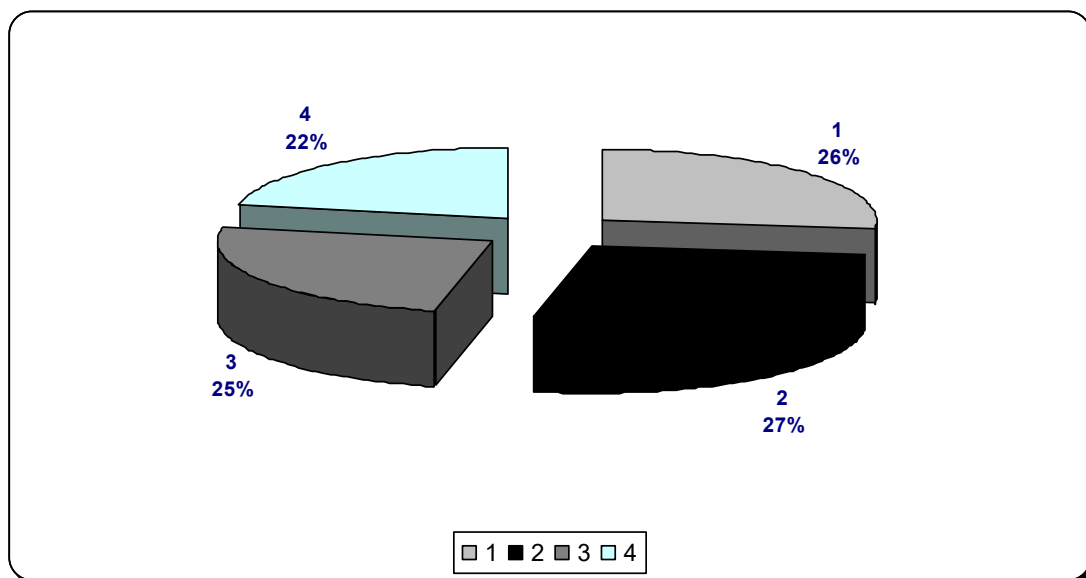
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Música Pop en Español



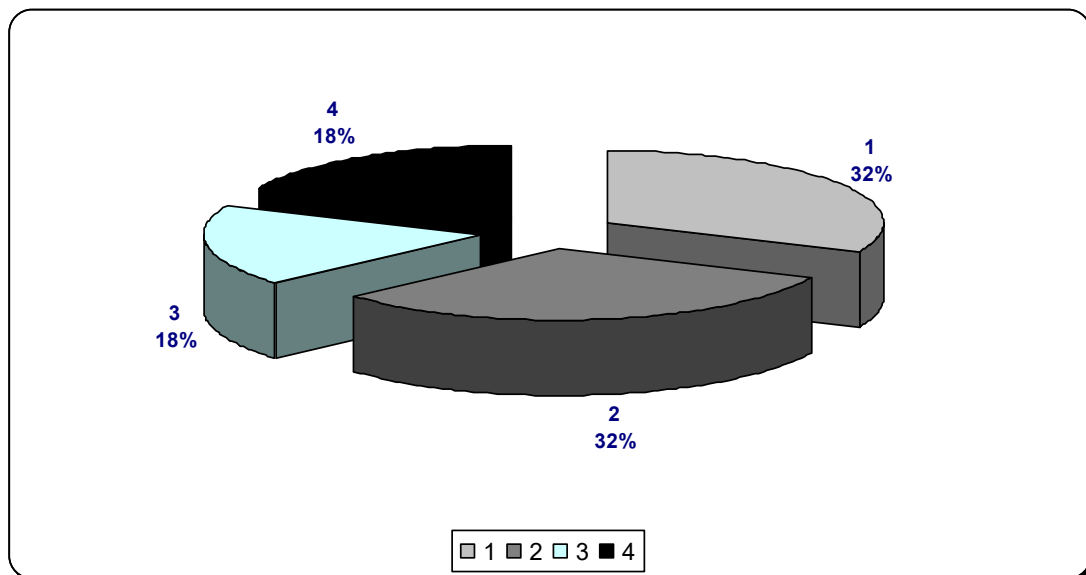
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Música Pop en Inglés



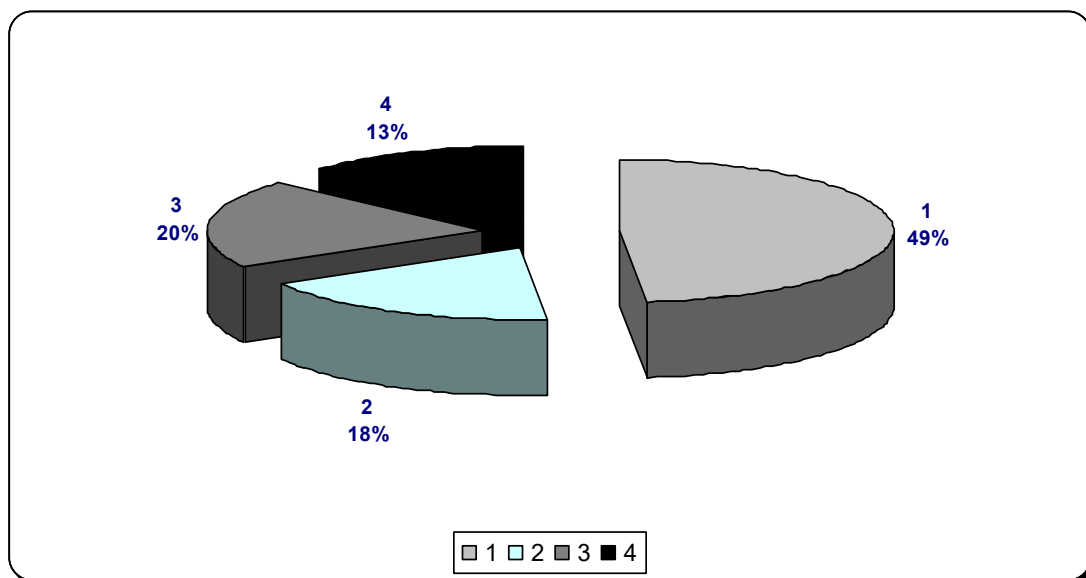
Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Música Romántica en Español



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Importancia o Gusto Música Romántica en Inglés



Fuente: Encuesta de Aceptación del Bar Mirador Boutique, abril 2007
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 8 Ficha Técnica de Mar Bravo

FICHA TÉCNICA					
Nombre del Atractivo	Playa de Mar Bravo				
Categoría	Sitio Natural				
Tipo	Costas o Litorales				
Subtipo	Playa				
Ubicación					
Provincia	Guayas				
Cantón	Salinas				
Parroquia	Salinas Urbana				
Latitud					
Longitud					
Centros Urbanos Cercanos al Atractivo					
Nombre del Poblado	Salinas	Distancia	12.2 Km		
Nombre del Poblado	Guayaquil	Distancia	109.9 Km		
Características Físicas del Atractivo					
Altura	1 m.s.n.m.	Temperatura	Media 25 - 29 °C	Precipitación	250 mm
Dimensiones	2.500 mts de longitud aproximadamente, considerando 409 mts desde Punta Carnero hacia Mar Bravo, como zona de bañistas con estrictas medidas de seguridad				
Calidad del Agua	Transparente, ligeramente turbia, color verde, temperatura media				
Flora					
Graminetum Sabanero	(Rastreras de playa)				
Pistia Sp	(Lechuga de agua)				
Fauna					
Dardanus Sinistripes	(Cangrejo ermitaño)				
Callinetes Sp. Portunus Sp	(Jaibas)				
Bivalvos	(Concha)				
Pelecanus Occidentales	(Pelícanos)				
Arenaria Sp.	(Cucubes o Chorlitos)				
Numenius Phacopus	(Sarapitos)				
Descripción del paisaje					
Playa abierta con inclinación muy pronunciada, con un sector de acantilado hacia el extremo sur. Entre la carretera y el borde de la playa (zona activa) existe amplia zona de arena muerta cubierta en gran parte por vegetación nativa de la zona. En el área de acantilado de Punta Carnero, se desarrollan construcciones modernas, despejándose					

FICHA TÉCNICA	
Descripción del paisaje	
en la zona de ensenada y continuo a lo largo de la carretera frente a la playa. Es un punto bien occidental en la costa de la Península de Santa Elena, propicio para observar la caída del sol. Es una zona muy restringida para el bañista, debido al fuerte oleaje y a la inclinación de la playa	
Características Físicas del Atractivo	
Ancho de la playa	
Zona Activa	27 mts. Aproximadamente
Zona Pasiva	80 mts. Aproximadamente
Zona de Equipamiento	160 mts. Aproximadamente
Ubicación de viviendas	Se encuentran ubicadas junto a la carretera
Calidad de la arena	Fina y clara
Presencia de Dunas	En verano debido al fuerte viento y extensa área de arena muerta
Usos (Simbolismo)	Mirador (atractivos paisajes al atardecer), descanso, pesca deportiva, surf
Estado de Conservación del Atractivo	
En proceso de deterioro: por migraciones turísticas, desarrollo urbano, impacto laboratorios de camarón	
Estado de Conservación del Entorno	
En proceso de deterioro: impacto no controlado en el tratamiento de la basura y desechos sólidos y líquidos	

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 9 Ficha Técnica Piscinas de Sal Ecuasal

FICHA TÉCNICA					
Nombre del Atractivo	Piscinas de Sal Ecuasal				
Categoría	Manifestaciones Culturales				
Tipo	Realizaciones Técnicas Científicas y Artísticas Contemporáneas				
Subtipo	Exploraciones mineras, agropecuarias e industriales				
Ubicación					
Provincia	Guayas				
Cantón	Salinas				
Parroquia	Salinas				
Latitud	02 13´56"				
Longitud	80 57´82 W				
Centros Urbanos Cercanos al Atractivo					
Nombre del Poblado	Santa Elena	Distancia	12 Km		
Nombre del Poblado	La Libertad	Distancia	6 Km		
Características Físicas del Atractivo					
Altura	2 M.S.N.M	Temperatura	Media 24 – 26 °C	Precipitación	125-250 mm..
Área	487,79 has				
Descripción del Paisaje					
Humedales artificiales rodeados de desierto árido, colindante con la línea costera. Se encuentra frente					
al mar, esta provista de edificios y grandes maquinarias. El valor del atractivo radica en que es un lugar					
propicio para ver una gran variedad de especies de aves debido a su ubicación geográfica y las					
condiciones ambientales favorables creadas por las piscinas de sal.					
Productos y Materiales	Sal Yodada				
Producción	Se bombea agua de mar a las piscinas "evaporadoras" que están				
conectadas en serie, en las que por acción de la radiación solar se causa la evaporación del agua, así					
se llega a conseguir la salmuera concentrada habiéndose previamente eliminado los compuestos					
menos solubles que el CLNA, específicamente el Carbonato de Calcio o "yeso". La salmuera es					
bombeada a los pasamanos cristalizadores, en donde por la misma acción solar se cristaliza el CLNA					
o sal común para su posterior remoción o cosecha. Fuente: (www.ecuasal.com.ec)					
Instalaciones existentes	Piscinas evaporadoras, sistema de bombeo, oficinas, baños.				
Forma de explotación	Industrial				
Información Adicional	Se cosecha una vez al año en el mes de Agosto. Todo depende del clima,				
no se puede en temporada de lluvia.					
Fauna					
Un estudio financiado por la Empresa Propietaria de las Piscinas de ECUASAL identificó 115 especies de					

Aves que se pueden dividir en tres grupos:	
Residentes	Las que se pueden observar durante todo el año y casi siempre se alimentan y reproducen en el lugar
Migratorias	Se reproducen en el Hemisferio Norte o Sur y migran cada año.
Irregulares	Especies que aparecen ocasionalmente y por periodos de tiempo
	Irregulares, a veces como consecuencia de sucesos climatológicos importantes.
Aquí se puede realizar, con previa cita, avistamiento de aves que visitan el área durante la temporada de	
producción para lo cual se tiene un guía capacitado. Las familias de aves playeras migratorias que han sido identificadas son: zambullidores, ave fragata, piqueros, cormoranes, pelícanos, patos, garzas,	
flamencos, elanios, águilas y gavilanes, rascones, playeros, alcaravanes, ostreros, cigüeñuelas,	
rayadores, palomas y tórtolas.	
Entre las especies que se pueden avistar están:	
Calidris alba	Playero blanco
Calidris minutilla	Playito menudo
Calidris pusilla	Playero semipalmado
Calidris mauri	Playero occidental
Calidris melanotos	Playero pectoral
Calidris himantopus	Playero tarsilargo
Tringa melanoleuca	Patiamarillo mayor
Tringa flaviceps	Patiamarillo menor
Phalaropus tricolor	Falaropo tricolor
Phalaropus lobatus	Falaropopicofino
Ardea cocoi	Garzon cocoi
Pelecanus occidentalis	Pelicano pardo
Phoenicopiterus chilensis	Flamenco chileno
Fregata magnificens	Fragata magnífica
Usos (Simbolismo)	Evaporación del agua para poder obtener sal en grano la cual es enviada
a una refinería en la que es procesada, hasta ser apta para el consumo humano.	
Estado de Conservación del Atractivo	
Conservado	
Causas	Esta conservada porque sus dueños cumplen los cuidados adecuados
	para mantenerla en perfectas condiciones
Estado de Conservación del Entorno	
Alterado	
Causas	Existen urbanizaciones las que evitan que se tenga un paisaje amplio
Vías de Acceso	
Terrestre	Asfaltado
Acuático	Marítimo
Aéreo	Ninguno
Transporte	Bus, automóvil, 4x4, lancha, barco

<u>Temporada de Acceso</u>	
Días al año	Se sugiere las visita en época seca
Días al mes	24
Horas al día	07H00 a 15H00
Observaciones	Se requiere previo aviso para entrar al lugar, el guía encargado es el señor Ben Haase contactándolo al 042 778329
<u>Infraestructura Básica</u>	
Agua	Potable
Energía Eléctrica	Sistema Interconectado
Alcantarillado	Red Pública
<u>Asociación con otros Atractivos</u>	
Mar Bravo	100 metros
Punta Carnero	1 kilómetro
<u>Difusión del Atractivo</u>	
Provincial	

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 10 Ficha Técnica Represa Velasco Ibarra

FICHA TÉCNICA					
Nombre del Atractivo	Represa Velasco Ibarra				
Categoría	Manifestaciones Culturales				
Tipo	Realizaciones Técnicas Científicas y Artísticas Contemporáneas				
Subtipo	Otras técnicas				
Ubicación					
Provincia	Guayas				
Cantón	La Libertad				
Parroquia	Anconcito y Punta Carnero				
Latitud	2° 16 ´ S				
Longitud	80° 53 ´ W				
Centros Urbanos Cercanos al Atractivo					
Nombre del Poblado	Santa Elena	Distancia	8 Km		
Nombre del Poblado	La Libertad	Distancia	6 Km		
Características Físicas del Atractivo					
Altura	0-6 M.S.N.M	Temperatura	Media 24 - 26 °C	Precipitación	62.5-250 m.m.
Clase de Obra	Represa (Humedal Artificial de agua salobre)				
Utilidad	Abastecer de agua al sector peninsular, tanto para el consumo humano,				
como para las actividades agrícolas y ganaderas. Se la creo para recoger las aguas estacionales de los ríos de invierno procedentes del Cantón Santa Elena, denominados Tambo, Las Vegas, Salado y Tortuga, los cuales forman un considerable caudal que encausado por el Río Tambo, desembocan en el Océano Pacifico por el estuario de Punta Carnero.					
Estilo de Construcción	No aplica				
Área de Construcción	Cerca de a desembocadura del río, se construyó un dique, además se realizaron diversas obras complementarias y se logró formar un lago artificial de 2,5 Km. de largo con un ancho promedio de 1 Km y una profundidad de 11 metros. La obra abarca un total de 424 has.				
Área de Influencia	Provincial				
Distribución Espacial	La represa Velasco Ibarra se encuentra cerca de las ciudades de La Libertad, Salinas y Santa Elena, en la Península de Santa Elena, al occidente de Guayaquil.				
Materiales de Construcción	No aplica				
Sistema Constructivo	Esta represa es un humedal artificial de inundación temporal cuyo caudal de agua esta controlado de manera artificial.				
Información Adicional	Fue construida hace aproximadamente 35 años por el Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos. Las vertientes externas de escorrentía proveen de agua a la represa, principalmente en invierno. Durante inviernos fuertes, debido al poco mantenimiento que se da a la represa, ingresa agua de mar provocando el incremento de la salinidad del agua. Por el clima árido y el estado de alteración del área, la vegetación remanente es xerofítica y muy escasa. Los arbustos más comunes son Muyuyo, barbasco y la especie dominante. Entre los pocos árboles				

existentes, los más representativos son: Palo Santo, Guasango, Cascol y Tamarindo. En la micro cuenca de esta represa existen escasos remanentes de bosque y matorral seco, pero la mayor parte del área (50 a 60% aprox.) es abierta y seca, susceptible a la erosión eólica e hídrica.	
Las zonas adyacentes a la represa presentan escasos parches de vegetación natural, rodeados de pastizales, áreas urbanas y pequeñas zonas de cultivo. Se desarrollan actividades agrícolas de ciclo corto, que dependen de la disponibilidad de agua de escorrentía y, adicionalmente, se produce sal.	
Cerca de la línea de la costa se están construyendo criaderos o laboratorios de camarón; los ya existentes arrojan materias primas contaminantes que alteran la calidad de las aguas. Las actividades agrícolas sin regulación representan una amenaza ya que aumentan la eutrofización y salinidad.	
Además, la deforestación para la producción de leña y carbón, tanto en el humedal como en las zonas Aledañas altera la estabilidad del área y provoca erosión en el suelo. La explotación de hidrocarburos provoca la contaminación de agua y suelo. La Represa Velasco Ibarra no esta protegida, pero existe interés del Municipio de Salinas por manejar y conservar este humedal.	
El sitio esta dentro del Inventario de Humedales del ecuador. Fuente: (www.birdlife.org)	
Usos (Simbolismo)	La obra simboliza el intento a gran escala para solucionar el problema de agua en la Península de Santa Elena.
Estado de Conservación del Atractivo	
Conservado	
Causas	Forma parte del interés, en especial, del Municipio de Salinas para implementar proyectos de conservación de la represa, como parte del Plan Integral de Desarrollo Cantonal.
Estado de Conservación del Entorno	
Conservado	
Causas	Cuidados por parte de las Municipalidades que la comparten.
<u>Vías de Acceso</u>	
Terrestre	Asfaltado. Buen estado
Acuático	Marítimo
Aéreo	Ninguno
Transporte	Bus, automóvil, 4x4, bote, caballo.
<u>Temporada de Acceso</u>	
Días al año	365
Días al mes	30
Horas al día	08h00-17h00
<u>Infraestructura Básica</u>	
Agua	Potable
Energía Eléctrica	Sistema Interconectado
Alcantarillado	Pozo Séptico
<u>Asociación con otros Atractivos</u>	
Mar Bravo	100 metros
Punta Carnero	1 kilómetro
<u>Difusión del Atractivo</u>	
Nacional	

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 11 Encuesta de Mercado a Hoteles y Restaurantes en Mar Bravo

ENCUESTA DE MERCADO A HOTELES Y RESTAURANTES EN MAR BRAVO playa de Mar Bravo, junio 2007

Esta encuesta forma parte es un proyecto de tesis de LICTUR-ESPOL, que busca potencializar el destino Mar Bravo, por lo que solicitamos su ayuda con las siguientes preguntas, a fin de determinar las características de la demanda de clientes de su establecimiento

1.- Indique por favor el nombre del Establecimiento:

2.- ¿Cuál es la categoría del Establecimiento?

3.- En el caso de Hoteles y Hosterías por favor responder la opción A y en el caso de Restaurantes y/o Bares responder por favor la opción B:

a) N° de habitaciones: _____ N° de plazas: _____

b) N° de mesas: _____ N° de plazas: _____

4.- Marque por favor la casilla de los servicios adicionales que brinda su establecimiento:

Aire acondicionado ☐ Baño privado ☐ TV ☐ Piscina ☐ Parqueadero ☐

Área de Juegos ☐ Discoteca ☐ Mirador ☐ Bar ☐ Tienda ☐

Otros _____

5.- ¿Generalmente su establecimiento recibe más clientes masculinos o más clientes femeninos? Marque por favor la casilla correspondiente

Masculino ☐ Femenino ☐

6.- Señale por favor el rango de edad de los clientes que atiende en su establecimiento:

18 a 25 ☐ 25 a 40 ☐ Más de 40 ☐

7.- Indique por favor el tipo de turista y procedencia, que recibe en su establecimiento:

Nacional

Costa ☐ Sierra ☐ Oriente ☐ Galápagos ☐

Ciudad _____

ExtranjeroAmérica del Norte ☐ América del Sur ☐ Centro América ☐Europa ☐ Asia ☐ África ☐ Australia ☐

Ciudad _____

8.- En el caso de Hoteles y Hosterías por favor responder la opción A y en el caso de Restaurantes y/o Bares responder por favor la opción B:

a) Indique por favor el tipo de habitación más demandada y su costo por noche:

Habitación _____ Costo por noche \$ _____

b) Indique por favor el plato y/o bebida más demandado y su costo:

_____ Costo \$ _____

9. Indique por favor la temporada alta y la temporada baja en su establecimiento:

a) Temporada Alta:

b) Temporada Baja:

10. En el caso de hoteles, por favor marcar número de noches que se hospedan los pasajeros en temporada alta y en temporada baja:

a) Temporada Alta:

Una noche ☐ Dos noches ☐ Tres noches ☐ Más de tres noches ☐

a) Temporada Baja:

Una noche ☐ Dos noches ☐ Tres noches ☐ Más de tres noches ☐**Comentarios Adicionales:**

Encuesta realizada a : _____**Cargo :** _____

Anexo 12 Oferta de Establecimientos de Alojamiento y Restauración en Salinas

Hotel Barceló Colón Miramar Salinas	
Dirección	Malecón entre calle 38 y calle 40
Categoría	Lujo
Nº de habitaciones	90
Nº de plazas	206
Nº de mesas	175
Nº de plazas	700

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Chipipe	
Dirección	Calle 12ava s/n entre Av. Cuarta y Quinta
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	47
Nº de plazas	67
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Mediterráneo	
Dirección	Av. Antonio José de Sucre y 24 de Mayo
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	33
Nº de plazas	198
Nº de mesas	25
Nº de plazas	125

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Aragosta	
Dirección	Av. Carlos Espinoza Larrea
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	30
Nº de plazas	109
Nº de mesas	6
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Da Vinci	
Dirección	Cdla. Costa de Oro vía a Salinas
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	18
Nº de plazas	52
Nº de mesas	20
Nº de plazas	80

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Don Mincho	
Dirección	Carretero Libertad - Salinas
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	70
Nº de plazas	160
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Oasis	
Dirección	Calle 44 entre Avenida 20 y 21
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	31
Nº de plazas	80

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Salinas	
Dirección	General Enríquez y Av. José A. Estrella
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	35
Nº de plazas	68
Nº de mesas	12
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Salinas Costa Azul	
Dirección	Av. José A. Estrella y General Enríquez
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	46
Nº de plazas	87
Nº de mesas	25
Nº de plazas	100

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Sun Beach	
Dirección	Cdla. Italiana calle 53 s/n Vía Salinas
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	49
Nº de plazas	142
Nº de mesas	15
Nº de plazas	65

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Suite Salinas	
Dirección	General Enríquez y Av. José A. Estrella
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	56
Nº de plazas	163
Nº de mesas	8
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Fiesta Continental	
Dirección	Av. 53ava y calle 47ava.
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	30
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostería Las Conchas	
Dirección	Cdla. Las Conchas vía a Libertad
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	180
Nº de plazas	605

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostería Ecológica El Faro	
Dirección	Cdla. Milina Mz. G solar 1-2-3-4
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	07
Nº de plazas	14

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostería El Reposo del Guerrero	
Dirección	Calle 53ava. y Av. 43ava.
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	11
Nº de plazas	37

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal El Carruaje	
Dirección	Malecón 517 y Rumiñahui
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	14
Nº de plazas	37
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Francisco I	
Dirección	Av. General Enriquez Gallo y Rumiñahui
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	12
Nº de plazas	34
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal El Tropical	
Dirección	Av. Velasco Ibarra y Luis Flores
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	16
Nº de plazas	49
Nº de mesas	6
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Cocos	
Dirección	Malecón y calle 19 Fidon Tomala
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	12
Nº de plazas	56

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Florida	
Dirección	Malecón y calle 2da
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	16
Nº de plazas	42

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Francisco II	
Dirección	Malecón # 723 y Las Palmeras
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	18
Nº de plazas	36
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Los Gemelos	
Dirección	Cdla. Costa de Oro Ave. 8ava. y Abdón Calderón
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	12
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Italiana	
Dirección	Cdla. Italiana calle 54 y 3era
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	24
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Manhattan	
Dirección	Cdla. Italiana calle 54 entre Avenidas 37-38 solar 20
Categoría:	Segunda
Nº de habitaciones	14
Nº de plazas	32
Nº de mesas	16
Nº de plazas	64

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Palacio del Mar	
Dirección	Avenida 25 y calle 33
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	22
Nº de plazas	51

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Las Palmeras	
Dirección	Av. General Enriquez Gallo y Rumiñahui
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	16
Nº de plazas	40
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Riviera Inn	
Dirección	Avenida 8ava s/n y calle 26
Categoría	Segunda
Nº de mesas	18
Nº de plazas	45

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Albita	
Dirección	Avenida 7ma. y calle 23
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	13
Nº de plazas	30

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal El Delfín	
Dirección	Av. General Enriquez Gallo y calle 18
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	13
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Dorado Inn	
Dirección	Calle Rumiñahui y Av. Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	16
Nº de plazas	64
Nº de mesas	03
Nº de plazas	12

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Grey	
Dirección	Barrio Bazan, Av. 8ava entre 19ava y 20ava
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	20
Nº de plazas	50
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Internacional	
Dirección	Carretero a Salinas
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	44
Nº de plazas	84

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Mayrita	
Dirección	Cdla. Franco Rodríguez
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	14
Nº de plazas	28
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Las Olas	
Dirección	Calle La Palmera s/n Ave. 5ta
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	19
Nº de plazas	49
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal El Refugio	
Dirección	Los Ficus y calle Rafael De la Cuadra
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	13
Nº de plazas	37

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Las Rocas	
Dirección	Calle 22 y Av. General Enriquez Galo
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	13
Nº de plazas	38

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Yulee	
Dirección	Mercedes de Jesús y Eloy Alfaro
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	25
Nº de plazas	50
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Residencia Tres Ciros	
Dirección	Ave. 12 entre calle 40 y calle 43
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	08
Nº de plazas	33

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Residencia Galería	
Dirección	Ave. 22 de Diciembre y Guayas y Quil
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	17
Nº de plazas	52

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Residencia Oro del Mar	
Dirección	Ave. 2da y calle 27
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	66
Nº de plazas	152

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Residencia Oro del Mar II	
Dirección	Calle 18 y Ave. 5ta
Categoría	Cuarta
Nº de habitaciones	30
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hostal Residencia Santa Rosa	
Dirección	Calle 60 y Av. 46 (esquina)
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	36
Nº de plazas	57

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Apartamento Calypsso I	
Dirección	Malecón de Salinas
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	48
Nº de plazas	120
Nº de mesas	12
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hotel Apartamento Travel Suites	
Dirección	Av. Quinta entre calle trece y catorce
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	10
Nº de plazas	15

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Motel Cancún	
Dirección	Vía Punta Carnero
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	20
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Le Petit Jardín	
Dirección	Av. de las Américas y Av. General Enriquez Gallo
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	09
Nº de plazas	30
Nº de mesas	18
Nº de plazas	72

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Carloncho	
Dirección	Ave. 2da. y Malecón
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	08
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Diamond of the Sea	
Dirección	Ave. 11 intercepción de calle 38
Categoría	Segunda
Nº de habitaciones	09
Nº de plazas	09
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Porto Rapallo	
Dirección	Av. de las Américas y Av. General Enriquez Gallo
Categoría	Primera
Nº de habitaciones	09
Nº de plazas	30
Nº de mesas	18
Nº de plazas	72

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Buta –K	
Dirección	Ave. 6 entre calle 23 y 22
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	09
Nº de plazas	30

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Campi	
Dirección	General Enríquez entre la 26 y 38
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	08
Nº de plazas	10

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Cantábrico	
Dirección	Ave. Eloy Alfaro y Gabriel Santos
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	09
Nº de plazas	22

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Jorsan Loor	
Dirección	Enriquez Gallo y Martha Valverde
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	09
Nº de plazas	39

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Mar y Arena	
Dirección	General Enriquez Gallo y Martha Valverde
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	08
Nº de plazas	27
Nº de mesas	04
Nº de plazas	26

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pensión Villa Venecia	
Dirección	Cdla. Los Esteros de Salina av. No 7 entre 27 y 29
Categoría	Tercera
Nº de habitaciones	06
Nº de plazas	19

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Bayrito	
Dirección	Av. 27 y General Enríquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	12
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Camino e Hijos	
Dirección	G. Enríquez Gallo entre calle 17 y calle 18
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Carloncho II	
Dirección	Av. 27 y General Enríquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Carmita	
Dirección	Av. 18 s/n entre calle 6ta. y 7ma.
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	07
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería Isabelita	
Dirección	Cevichelandia: Av. Gallo y calle 17
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería La Manabita	
Dirección	Av. General Enriquez Gallo y calle 16
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería Roberto II	
Dirección	Cevichelandia: Av. Gallo y calle 17
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Comedor Albita	
Dirección	Av. Segunda y calle 27
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante D´Luis	
Dirección	Eleodora Peña Villao y General Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante D'Hugo	
Dirección	Av. General Enriquez Gallo s/n y calle 16
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Janeth del Rocío	
Dirección	Av. 3era y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Comedor Quique	
Dirección	Calle 16 y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Checito Henry	
Dirección	Las Palmeras y María Luz González
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Chelita	
Dirección	Calle 17 y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Don Víctor	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 18
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Emilina	
Dirección	Eleodora Peña Villao y Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Niña Etmy	
Dirección	Av. 5ta. e/ Eleadora Peña y Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Gloria	
Dirección	Calle 17 y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Karina	
Dirección	Ave. 5ta. y calle 17
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	07
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Kiosco Mary	
Dirección	Malecón y calle 7
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Kléber	
Dirección	Las Palmeras y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Kléber I	
Dirección	General Enriquez Gallo y Las Palmeras
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	03
Nº de plazas	12

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Lojanito	
Dirección	La 23 y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Mamma Mía	
Dirección	Cdla. Italiana cale 53ava
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	11
Nº de plazas	44

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Manabita	
Dirección	Eleadora Peña y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Mar y Sol	
Dirección	Av. 2da. y calle 12 frente a la Iglesia
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Martha Eva	
Dirección	Calle 17 y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Patricia	
Dirección	Calle 17 y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Patricia	
Dirección	Calle 17 entre Ave. 4ta. y Ave. 5ta.
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Pibe	
Dirección	Calle 23 e/ Av. Malecón y Av. Segunda
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Pinchagua	
Dirección	Malecón y calle 25
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	07
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pikeos León	
Dirección	Calle Eleodora Peña s/n y Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Ramírez	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 18
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante D´ Yuri	
Dirección	Av. 10 y calle 22
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Roberto	
Dirección	Eleodora Peña y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Rocío	
Dirección	Av. 3era. y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Súper Fausto	
Dirección	Calle 23 y General Enriquez Gallo
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	08
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Típico	
Dirección	Calle Rumiñahui y Av. Eduardo Aspiazú
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Xuxa	
Dirección	Calle 5ta. y Av. 17
Categoría	Cuarta
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar La Orilla	
Dirección	Malecón y calle 19
Categoría	Primera
Nº de mesas	29
Nº de plazas	116

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Almanara	
Dirección	Malecón entre calle 42 y calle 43
Categoría	Segunda
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Amazon	
Dirección	Malecón entre 24 de Mayo y L. Baz
Categoría	Segunda
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Delicias del Ecuador	
Dirección	Cdla. Puerta del Sol Mz. K solar 26
Categoría	Segunda
Nº de mesas	14
Nº de plazas	56

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Don Ciro 2	
Dirección	General Enriquez Gallo y Av. Segunda
Categoría	Segunda
Nº de mesas	16
Nº de plazas	64

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Estación	
Dirección	Av. 12 y calle 30
Categoría	Segunda
Nº de mesas	12
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Jimmy Rodeo Steak	
Dirección	Av. General Enriquez Gallo s/n y calle 21
Categoría	Segunda
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Trattoria Pizzería La Bella	
Dirección	Malecón de Salinas y Rumiñahui
Categoría	Segunda
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Mar y Tierra	
Dirección	Malecón y Av. 7ma.
Categoría	Segunda
Nº de mesas	26
Nº de plazas	104

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La papa bestia	
Dirección	San Lorenzo
Categoría	Segunda
Nº de mesas	24
Nº de plazas	92

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Ren Pez	
Dirección	Av. 11ava. y calle 41 esquina
Categoría	Segunda
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Rix	
Dirección	Calle 12 y Av. 7ma.
Categoría	Segunda
Nº de mesas	12
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Saavedra	
Dirección	Calle 26 y Av. 9na
Categoría	Segunda
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Saavedra	
Dirección	Malecón s/n y calle 24 de Mayo
Categoría	Segunda
Nº de mesas	12
Nº de plazas	47

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Vrouw María	
Dirección	Malecón # 517 y calle 21
Categoría	Segunda
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Al Paso	
Dirección	Eloy Alfaro y Segunda Avenida
Categoría	Tercera
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Alma Lojana	
Dirección	Malecón y calle 27
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Aquí Yulan Jr.	
Dirección	Av. Eloy Alfaro y la Segunda
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar de Oyster	
Dirección	Malecón # 888 y calle 50
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Bitucho	
Dirección	Malecón y calle 27
Categoría	Tercera
Nº de mesas	07
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Brasa Club	
Dirección	San Lorenzo, inicio de Malecón
Categoría	Tercera
Nº de mesas	18
Nº de plazas	72

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Brisas	
Dirección	Malecón entre calle 35 y 36
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Brisas del Mar	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 23
Categoría	Tercera
Nº de mesa	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Brostizado Súper Pollo	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 20
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Caracol I	
Dirección	Av. 4ta. s/n entre calle 17 y calle 18
Categoría	Tercera
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Caracol	
Dirección	Calle 23 y Malecón
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Carreta	
Dirección	Carlos E. Larrea 53
Categoría	Tercera
Nº de mesas	07
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Las Casas del Árbol	
Dirección	Av. General Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	07
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería Anita	
Dirección	General Enriquez Gallo y Av. 2da.
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería Carmita Nº 2	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 18
Categoría	Tercera
Nº de mesa	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería El Velero	
Dirección	Av. 6ta. entre calle 8 y calle 9
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería Graciela	
Dirección	Av. 6ta. entre calle 8 y calle 9
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería Karen	
Dirección	Las Palmeras e/ Enriquez Gallo y María Luz González
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cevichería La Cabaña	
Dirección	General Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Chifa Taiwán	
Dirección	General Enriquez Gallo y Bertha Valverde
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cozzoli's Pizza	
Dirección	Malecón entre calle 37 y calle 38
Categoría	Tercera
Nº de mesas	15
Nº de plazas	44

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Chum Wha Express	
Dirección	Malecón s/n y calle 38
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Don Juanito	
Dirección	Calle 23 y General Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Comidas Típicas Don Víctor	
Dirección	Av. Leopoldo Carrera
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Dorado	
Dirección	Calle 23 y Malecón
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Embajada Paisa	
Dirección	General Enriquez Gallo Nº 20
Categoría	Tercera
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Empanadas Milán	
Dirección	Calle 3era. entre la 26 y la 27
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Estrella del Mar	
Dirección	Leonardo Avilés y Jaime Roldós Aguilera
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Gran Colombia	
Dirección	Malecón junto al Edificio Las Canarias
Categoría	Tercera
Nº de mesas	14
Nº de plazas	56

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Hacienda El Charro	
Dirección	Malecón y Luis A. Flores
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Los Helechos	
Dirección	Malecón y calle 23
Categoría	Tercera
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Herminia	
Dirección	Malecón y calle 25
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Holmurguesa	
Dirección	Malecón y calle 23
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Jardín # 1	
Dirección	Malecón y calle 26
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Jardín # 2	
Dirección	Malecón de Chipipe
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Joel	
Dirección	Malecón y calle 25
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Kentucky Fried Chicken	
Dirección	Sector Chipipe Mz. 55
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Lojanita # 1	
Dirección	General Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	12
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Luv n´Oven	
Dirección	Malecón y Rumiñahui
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Manaba Paisa	
Dirección	Vía Libertad – Salinas
Categoría	Tercera
Nº de mesas	14
Nº de plazas	56

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Madrileño J&M	
Dirección	General Enriquez Gallo y Calle Principal
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Mar	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 38
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Marnier	
Dirección	Av. Malecón s/n y José Estrella
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Mediterráneo	
Dirección	General Enriquez Gallo y Av. 24
Categoría	Tercera
Nº de mesas	14
Nº de plazas	56

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Mediterráneo I	
Dirección	General Enriquez Gallo y Av. 24
Categoría	Tercera
Nº de mesas	14
Nº de plazas	56

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Mediterráneo II	
Dirección	Leonardo Avilés y Eduardo Aspiazu
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	39

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La mesa del Capitán	
Dirección	Malecón 319 y Guayas y Quil
Categoría	Tercera
Nº de mesas	11
Nº de plazas	44

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Nachos Beach	
Dirección	Malecón y calle 21
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Oh Mar	
Dirección	Calle Rumiñahui y 24 de Mayo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	12
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Ostra Nostra	
Dirección	Av. Eloy Alfaro y calle Los Almendros
Categoría	Tercera
Nº de mesas	25
Nº de plazas	100

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Paladar Costeño	
Dirección	General Enriquez e/ calle 23 y calle 24
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Parrillada El Gordo de María	
Dirección	Cdla. Las Dunas 1 y calle 53
Categoría	Tercera
Nº de mesas	30
Nº de plazas	120

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Patacón	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 38
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Perla del Pacífico	
Dirección	Malecón y calle Rumiñahui
Categoría	Tercera
Nº de mesas	07
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Pescajo Mojao	
Dirección	Malecón 323 y calle 25
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Picantería Vanessa	
Dirección	Avenida 5ta. y calle 18 (Sector Mercado)
Categoría	Tercera
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Popular	
Dirección	Malecón y Av. 26
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Bella Quisquilla	
Dirección	Malecón junto al Edificio Las Canarias
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Rosendo's Food	
Dirección	Malecón y calle 12
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Sabor Marinero	
Dirección	General Enriquez Gallo y la calle 1era.
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante El Sabroson	
Dirección	Calle 6ta. y Av. Segunda
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Sandrita	
Dirección	Vía Barandúa
Categoría	Tercera
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Selva del Mar	
Dirección	Gnral Enriquez Gallo e/ calle 22 y calle 23
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Restaurante Splanade	
Dirección	Cdla. Italiana calle 13
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Típico Sabor Esmeraldeño	
Dirección	Calle 23 y Segunda Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Trattoria Piccola Italia	
Dirección	Calle 53 junto a la Gasolinera Texaco
Categoría	Tercera
Nº de mesas	20
Nº de plazas	80

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante Víctor Andrés	
Dirección	Calle 18 y General Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	07
Nº de plazas	28

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Restaurante La Yapla	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 20
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cafetería Chocolat Crepes	
Dirección	Av. 13 y calle 56
Categoría	Primera
Nº de mesas	09
Nº de plazas	36

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pizza Express	
Dirección	Av. Carlos Espinoza 15 y San Lorenzo
Categoría	Segunda
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Sunset Café de la Mar	
Dirección	Malecón, Edificio Saint Tomas local # 4
Categoría	Segunda
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Cafetería Ipanema	
Dirección	Edificio Comodoro local # 1
Categoría	Tercera
Nº de mesas	14
Nº de plazas	52

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Fuente de Soda Baguette	
Dirección	General Enriquez Gallo y calle 19ava.
Categoría	Segunda
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Heladería Pingüino	
Dirección	Malecón, Edificio Costa Azul
Categoría	Segunda
Nº de mesas	01
Nº de plazas	04

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Heladería Pingüino	
Dirección	Centro Comercial La Península
Categoría	Segunda
Nº de mesas	03
Nº de plazas	12

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Heladería Top Cream	
Dirección	Edificio Costa Bella
Categoría	Segunda
Nº de mesas	01
Nº de plazas	04

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Natural Yogurt	
Dirección	Av. Carlos Espinoza y San Lorenzo
Categoría	Segunda
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Sánduches Milán	
Dirección	Malecón, Edificio Víctor del Mar
Categoría	Segunda
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Ahmed Egyptian	
Dirección	Gnral Enriquez Gallo e/ calle 26 y calle 27
Categoría	Tercera
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Biking Jack	
Dirección	Calle 23 y General Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Buena Mixtura	
Dirección	Sector Chipipe, Condominio Regata
Categoría	Tercera
Nº de mesas	02
Nº de plazas	08

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

El Capo	
Dirección	Carretera a San Lorenzo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dulcería Dolupa	
Dirección	General Enriquez Gallo # 27 y calle 29
Categoría	Tercera
Nº de mesas	02
Nº de plazas	08

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Dunkin Donuts	
Dirección	Malecón y calle 17 (solar 1)
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Empanadas Chilenas	
Dirección	Malecón # 329
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Empanadas y Algo más	
Dirección	Malecón de Salinas 313 al 319
Categoría	Tercera
Nº de mesas	02
Nº de plazas	08

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Flipper	
Dirección	Malecón # 504 y calle 21
Categoría	Tercera
Nº de mesas	12
Nº de plazas	48

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Huakamole “Don Seve”	
Dirección	Av. Eloy Alfaro y Santander
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Mai Tai – Dulcemacia	
Dirección	Malecón entre calle 23 y calle 21
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

La Perrada de Raúl	
Dirección	Av. 53 y calle 14, San Lorenzo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	01
Nº de plazas	04

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Pizzería Marea Express	
Dirección	Sixto Durán Ballén y Las Palmeras
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	04

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

El Rinconcito	
Dirección	Av. 3era. y General Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Sanducheto	
Dirección	San Lorenzo, calle 52 y Av. Tercera
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Yogurt Chivería	
Dirección	Malecón, Edificio Siesta # 44
Categoría	Tercera
Nº de mesas	01
Nº de plazas	04

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar Lo 80's	
Dirección	Av. 3era. y calle 53
Categoría	Primera
Nº de mesas	34
Nº de plazas	136

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar Baco	
Dirección	Calle 13ava. s/n e Intersección
Categoría	Segunda
Nº de mesas	25
Nº de plazas	100

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar Blues	
Dirección	Malecón, Edificio Los Canarios
Categoría	Segunda
Nº de mesas	05
Nº de plazas	10

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar Anga Roa	
Dirección	Malecón # 105 y calle 27
Categoría	Tercera
Nº de mesas	06
Nº de plazas	24

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar El Bacán	
Dirección	Mª González e/ Las Palmeras y L. Avilés
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Choclos Café Bar	
Dirección	Barrio San Francisco Rodríguez
Categoría	Tercera
Nº de mesas	04
Nº de plazas	16

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Hung Over	
Dirección	Av. Segunda y calle 7
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	40

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Jet-Set	
Dirección	Malecón junto a La Bella Italia
Categoría	Tercera
Nº de mesas	15
Nº de plazas	60

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar Mayrita	
Dirección	Barrio San Francisco Rodríguez
Categoría	Tercera
Nº de mesas	08
Nº de plazas	32

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar Montañita	
Dirección	Calle Rumiñahui y Gñral Enriquez Gallo
Categoría	Tercera
Nº de mesas	20
Nº de plazas	80

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

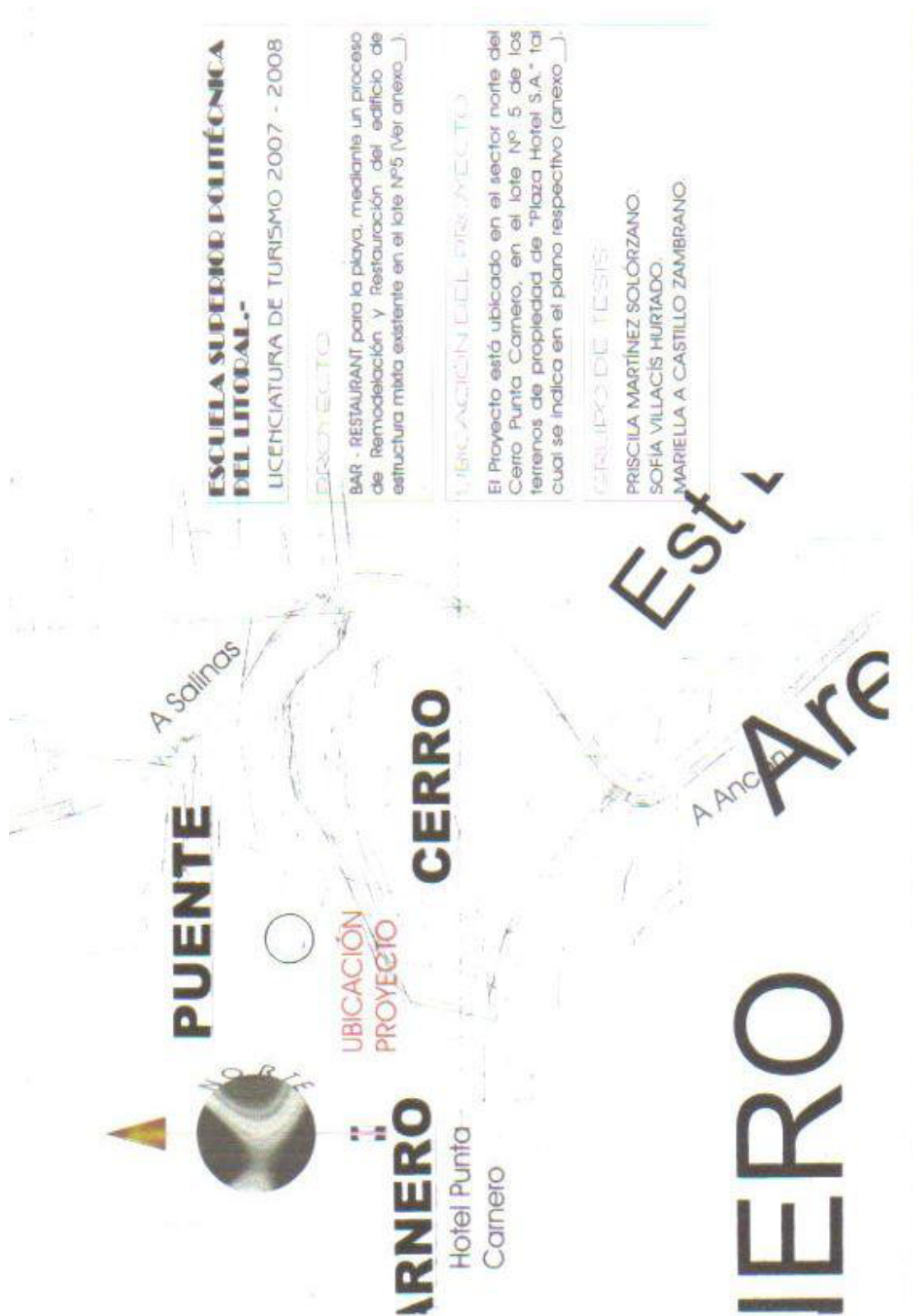
Bar Palo Viejo	
Dirección	Av. 10ma. y calle 17
Categoría	Tercera
Nº de mesas	05
Nº de plazas	20

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Bar El Rincón Caliente	
Dirección	Av. 3era. y calle 29
Categoría	Tercera
Nº de mesas	10
Nº de plazas	30

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 13 Ubicación Específica del Bar Mirador Boutique "MAR BRAVO"

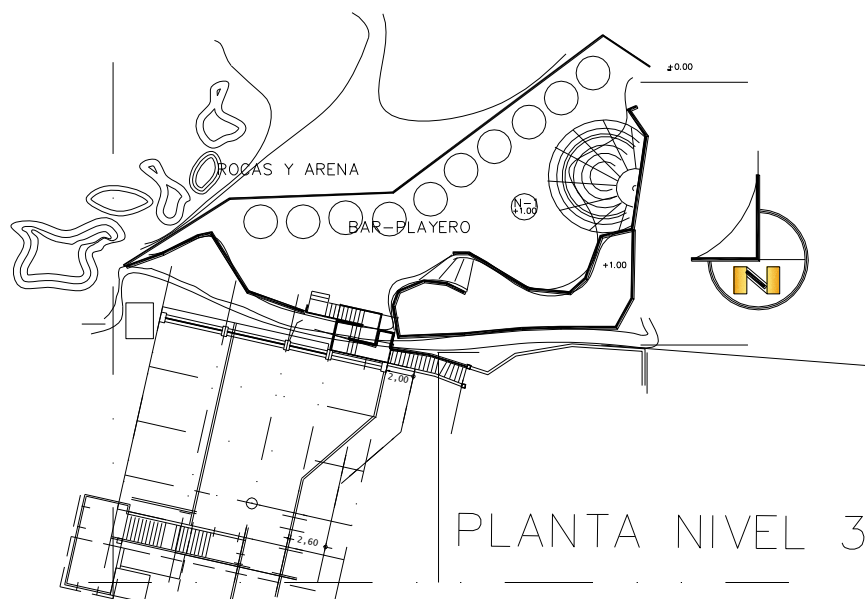
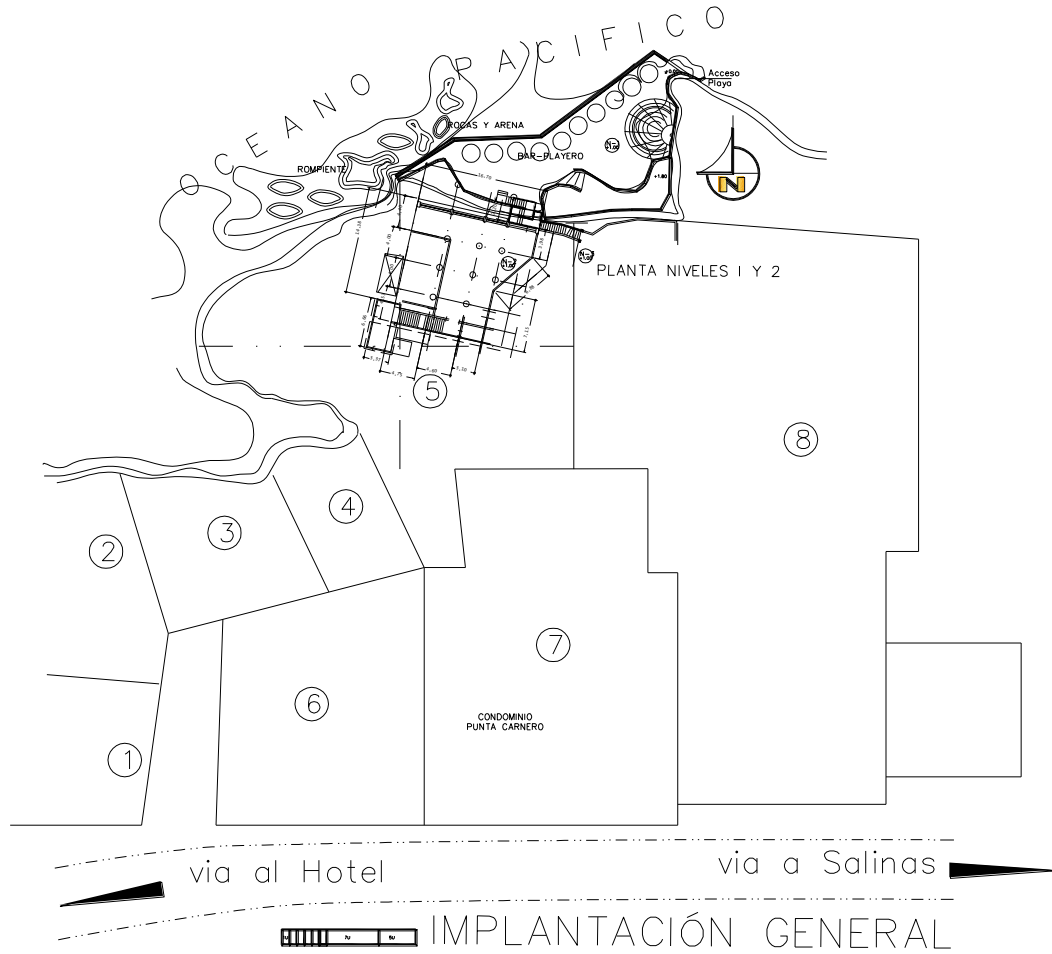


Anexo 14 Souvenirs con la marca del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 15 Planos del Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”



Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

**Anexo 16 Funciones y Remuneración del Personal del Bar Mirador
Boutique “MAR BRAVO”**

Nombre del Cargo	Administrador
Sueldo	\$ 500,00
Funciones	
Administración, supervisión y operación del establecimiento	
Manejo de personal	
Manejo de inventarios y compras	
Control de calidad en productos y atención al cliente	
Encargado de cobrar los consumos en el bar (horario nocturno)	
Marketing del negocio	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Nombre del Cargo	Encargada Boutique
Sueldo	\$ 200,00
Funciones	
Atención y asistencia personalizada a los clientes	
Cobro de consumos a los clientes	
Reporte diario de facturas y mensual de ventas	
Organización y limpieza del local	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Nombre del Cargo	Cajero
Sueldo	\$ 200,00
Funciones	
Recepción de orden de pedido a meseros	
Reporte diario de facturas	
Arqueo de Caja diario	
Organización y limpieza del área de trabajo	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Nombre del Cargo	Cocinera
Sueldo	\$ 200,00
Funciones	
Preparación de platos para la venta, según pedido diario	
Limpieza del área y utensilios de trabajo	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Nombre del Cargo	Mesero
Sueldo	\$ 200,00
Funciones	
Atención de clientes	
Entrega de orden de pedido al cajero	
Limpieza del área y utensilios de trabajo	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Nombre del Cargo	Barman
Sueldo	\$ 200,00
Funciones	
Preparación de cócteles y demás bebidas varias	
Control del consumo de los clientes por medio de cartillas	
Limpieza del área y utensilios de trabajo	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Nombre del Cargo	DJ
Sueldo	\$ 300,00
Funciones	
Programación de la música en el Bar	
Limpieza del área y utensilios de trabajo	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 17 Costos Directos

Costos Directos	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Bar (Entrada y Consumo Mínimo)	\$ 1.056	\$ 2.178	\$ 1.056	\$ 1.650	\$ 0	\$ 528	\$ 1.188	\$ 1.485	\$ 396	\$ 0	\$ 0	\$ 660
Bar (Consumo Extra Licores)	\$ 113	\$ 232	\$ 113	\$ 176	\$ 0	\$ 56	\$ 127	\$ 159	\$ 42	\$ 0	\$ 0	\$ 70
Mirador (Caida del Sol)	\$ 422	\$ 634	\$ 422	\$ 528	\$ 0	\$ 211	\$ 475	\$ 475	\$ 158	\$ 0	\$ 0	\$ 264
Platos a la Carta	\$ 2.400	\$ 3.300	\$ 2.400	\$ 2.700	\$ 0	\$ 1.050	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 600	\$ 0	\$ 0	\$ 1.500
Bebidas	\$ 1.152	\$ 1.584	\$ 1.152	\$ 1.296	\$ 0	\$ 504	\$ 1.152	\$ 1.152	\$ 432	\$ 0	\$ 0	\$ 720
Souvenirs	\$ 374	\$ 515	\$ 374	\$ 421	\$ 0	\$ 164	\$ 374	\$ 374	\$ 140	\$ 0	\$ 0	\$ 234
Artículos de Playa	\$ 605	\$ 832	\$ 605	\$ 680	\$ 0	\$ 265	\$ 605	\$ 605	\$ 227	\$ 0	\$ 0	\$ 378
Total Costos Directos	\$ 6.123	\$ 9.274	\$ 6.123	\$ 7.452	\$ 0	\$ 2.778	\$ 6.321	\$ 6.650	\$ 1.996	\$ 0	\$ 0	\$ 3.826

Costos Directos Anuales	\$ 50.542
--------------------------------	------------------

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 18 Inversión en Activos Fijos y su Depreciación

INVERSIÓN FIJA		
DESCRIPCIÓN	MONTO	PORCENTAJE
Remodelación Edificio	\$ 83.035	83,29%
Equipos de Oficina	\$ 3.435	3,45%
Equipos de Cocina	\$ 4.559	4,57%
Útiles de Oficina	\$ 455	0,46%
Muebles y Enseres	\$ 8.208	8,23%
TOTAL	\$ 99.692	100,00%

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS							
Número de Años del Proyecto:		7					
ACTIVOS FIJOS	COSTO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACION ANUAL
Obra Civil	\$ 83.035	15	\$ 461,31	\$ 5.536	\$ 38.750	\$ 44.285	6,67
Equipos de Cocina	\$ 4.559	7	\$ 54,27	\$ 651	\$ 4.559	\$ -	14,29
Equipos de Oficina	\$ 3.235	7	\$ 38,51	\$ 462	\$ 3.235	\$ -	14,29
Muebles y enseres	\$ 8.013	4	\$ 166,94	\$ 2.003	\$ 14.023		25,00
Útiles de Oficina	\$ 455	4	\$ 9,48	\$ 114	\$ 796		25,00
TOTAL DEPRECIACION	\$ 99.297		\$ 730,51	\$ 8.766	\$ 61.363	\$ 44.285	

DEPRECIACIÓN DE REINVERSIÓN EN EL AÑO 3							
Incremento:		5%					
ACTIVOS FIJOS	COSTO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACION ANUAL
Muebles y enseres	\$ 8.414	4	\$ 175,29	\$ 2.104	\$ 4.207	\$ 4.207	25,00
Útiles de Oficina	\$ 478	4	\$ 9,96	\$ 120	\$ 239	\$ 239	25,00
TOTAL DEPRECIACION	\$ 8.892		\$ 185,25	\$ 2.223	\$ 4.446	\$ 4.446	

VALOR RESIDUAL TOTAL	\$ 48.731
-----------------------------	------------------

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 19 Presupuesto de Obra

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<u>I.- PRELIMINARES</u>				
1.- Remoción de elementos de equipamiento exterior Nivel 1	G	1	\$ 600,00	\$ 600,00
2.- Reconformación piso zona baja	M ²	269,35	\$ 6,50	\$ 1.750,78
3.- Demolición baranda de zona baja	ML	44	\$ 4,20	\$ 184,80
4.- Reconformación muro de contención H.C. Nivel 1	ML	72,30	\$ 22,50	\$ 1.626,75
5.- Reconformación escalera exterior Nivel 3 - Nivel 2	ML	21,60	\$ 11,20	\$ 241,92
6.- Reconformación piso Nivel 1	M ²	75	\$ 6,50	\$ 487,50
<u>II.- ALBAÑILERÍA</u>				
1.- Construcción de baranda y soportes cada 3 mts de H.S.(incluye balaustros de caña rolliza)	ML	44	\$ 32,40	\$ 1.425,60
2.- Antepecho bar playero	M ²	15	\$ 16,50	\$ 247,50
3.- Formación de muro de contención H.C. para ampliar acceso a Nivel 2	ML	8	\$ 18,00	\$ 144,00
4.- Revestimiento de pilares Nivel 2 (reconstrucción, enlucido, acabado)	U	6	\$ 54,00	\$ 324,00
5.- Formación de asientos para bar playero Nivel 1 (incluye parasol, mesa de madera con cubierta de bijao)	U	4	\$ 65,00	\$ 260,00
6.- Reconstrucción de asientos para bar playero Nivel 1 (incluye parasol de madera con cubierta de bijao)	U	6	\$ 48,00	\$ 288,00
7.- Formación de paredes exteriores área Boutique Nivel 2 (Hp: 1,20 m 6 x 1,20)	M ²	7,20	\$ 21,50	\$ 154,80
8.- Formación de paredes exteriores área Boutique Nivel 2 (7 x 2,50)	M ²	17,50	\$ 21,50	\$ 376,25
9.- Formación de mesón área Boutique Nivel 2	ML	8	\$ 45,00	\$ 360,00
10.- Mejoramiento de techo área Boutique Nivel 2 (8,50 x 3) (5 x 2) (5 x 3) (2,80 x 3)	M ²	58,90	\$ 12,90	\$ 759,81
11.- Restauración del mesón área Restaurante Nivel 2	ML	12	\$ 18,00	\$ 216,00
12.- Readecuación acceso principal Nivel 3 (3 x 4) (incluye mejoramiento de cubierta, recubrimiento de pilares, mejoramiento de piso, piso de porcelanato)	M ²	12	\$ 65,00	\$ 780,00
13.- Enlucido de los SS.HH.	M ²	32	\$ 6,50	\$ 208,00
14.- Revestimiento de paredes de SS.HH. con cerámica	M ²	21	\$ 22,00	\$ 462,00
15.- Formación de mesón área Bar Nivel 3	ML	7	\$ 45,00	\$ 315,00
<u>III.- CARPINTERÍA</u>				
1.- Construcción de escalera acceso Nivel 1 - Nivel 2 (estructura y escalones de madera)	G	1	\$ 3.278,70	\$ 3.278,70
2.- Piso de madera Nivel 3 (incluye estructura de madera cuarteronía soportante)	M ²	199,44	\$ 35,00	\$ 6.980,40
3.- Puerta Principal	U	1	\$ 380,00	\$ 380,00
4.- Puerta de SS.HH.	U	14	\$ 120,00	\$ 1.680,00
5.- Puerta de seguridad para ingreso	U	2	\$ 220,00	\$ 440,00
<u>IV.- CARPINTERIA DE ALUMINIO Y VIDRIO</u>				
1.- Área Boutique Nivel 3 (24,50 x 1,50)	M ²	36,75	\$ 78,00	\$ 2.866,50
2.- Formación de puertas de acceso a Nivel 2 desde Nivel 1	M ²	8	\$ 85,00	\$ 680,00
3.- Ventanales Nivel 3 (antiguo balcón)	M ²	44,20	125	\$ 5.525,00
<u>V.- CUBIERTA</u>				
1.- Estructura de cubierta Nivel 3	M ²	250	\$ 45,00	\$ 11.250,00
2.- Plancha para cubierta Nivel 3	M ²	250	\$ 21,00	\$ 5.250,00
<u>VI.- TUMBADO</u>				
1.- Tumbado decorativo tipo Gypsum	M ²	120	\$ 32,00	\$ 3.840,00
<u>VII.- INSTALACIONES SANITARIAS</u>				
1.- Puntos de Agua Potable	U	16	\$ 30,00	\$ 480,00
2.- Puntos de Aguas Servidas	U	16	\$ 35,00	\$ 560,00
3.- Tuberías de Agua Potable Ø 1/2	ML	45	\$ 4,50	\$ 202,50
4.- Tuberías de Aguas Servidas	ML	25	\$ 16,00	\$ 400,00
5.- Bajante de Aguas Servidas	ML	15	\$ 16,50	\$ 247,50
6.- Caja de Registro Interior	U	2	\$ 45	\$ 90,00
7.- Inodoros	U	10	\$ 125,00	\$ 1.250,00
8.- Lavamanos	U	10	\$ 105,00	\$ 1.050,00
9.- Lavaplatos (área de Cocina)	U	1	\$ 170,00	\$ 170,00
10.- Lavacopas (área del Bar)	U	1	\$ 65,00	\$ 65,00
11.- Duchas	U	2	\$ 25,00	\$ 50,00
12.- Revisión del Sistema de Drenaje de Aguas Lluvias	G	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<u>VIII.- INSTALACIONES ELECTRICAS Y TELEFÓNICAS</u>				
1.- Revisión y verificación de Circuitos (incluye paneles de distribución por piso, breakers, tomacorrientes, interruptores, focos convencionales e iluminación de exteriores)	G	1	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
2.- Revisión y activación de puntos existentes	G	1	\$ 700,00	\$ 700,00
3.- Instalación de puntos telefónicos nuevos	U	6	\$ 32,00	\$ 192,00
4.- Equipamiento y cableado	G	1	\$ 900,00	\$ 900,00
5.- Revisión del Sistema de Audio	G	1	\$ 800,00	\$ 800,00
<u>IX.- PINTURA</u>				
1.- Pintura Interior	M ²	320	\$ 5,00	\$ 1.600,00
2.- Pintura Exterior	M ²	680	\$ 7,00	\$ 4.760,00
SUB - TOTAL			\$ 70.900,31	
<u>X.- SERVICIOS PROFESIONALES</u>				
1.- Elaboración de planos del proyecto				\$ 1.500,00
2.- Honorarios Profesionales por ejecución de obra				\$ 7.090,03
3.- Imprevistos				\$ 3.545,02
TOTAL			\$ 83.035,35	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 20 Inversión en Activos Nominales y su Amortización

INVERSIÓN NOMINAL	
DESCRIPCIÓN	MONTO
Permisos	\$ 1.560
Capacitación	\$ 400
Publicidad	\$ 1.500
TOTAL	\$ 3.460

AMORTIZACION DE ACTIVOS NOMINALES							
Número de Años del Proyecto:		7					
ACTIVOS NOMINALES	COSTO	VIDA UTIL (AÑOS)	AMORTIZACIÓN MENSUAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN ACUMULADA	VALOR RESIDUAL	% AMORTIZACIÓN ANUAL
Permisos de Funcionamiento	\$ 1.560	7	\$ 18,57	\$ 223	\$ 1.560	\$ -	14,29
Capacitación	\$ 400	7	\$ 4,76	\$ 57	\$ 400	\$ -	14,29
Publicidad Inicial	\$ 1.500	7	\$ 17,86	\$ 214	\$ 1.500	\$ -	14,29
TOTAL	\$ 3.460		\$ 41,19	\$ 494	\$ 3.460	\$ -	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

**Anexo 21 Cuadro de Cálculo de Sueldo de los Empleados del
Bar Mirador Boutique “MAR BRAVO”**

ADMINISTRADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SUELDO	\$ 6.000,00	\$ 6.120,00	\$ 6.240,00	\$ 6.360,00	\$ 6.480,00	\$ 6.600,00	\$ 6.720,00
IESS PATRONAL	\$ 669,00	\$ 682,38	\$ 695,76	\$ 709,14	\$ 722,52	\$ 735,90	\$ 749,28
VACACIONES	\$ 250,00	\$ 255,00	\$ 260,00	\$ 265,00	\$ 270,00	\$ 275,00	\$ 280,00
13AVO	\$ 500,00	\$ 510,00	\$ 520,00	\$ 530,00	\$ 540,00	\$ 550,00	\$ 560,00
14AVO	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
FONDO RESERVA		\$ 510,00	\$ 520,00	\$ 530,00	\$ 540,00	\$ 550,00	\$ 560,00
TOTAL	\$ 7.589,00	\$ 8.257,38	\$ 8.425,76	\$ 8.594,14	\$ 8.762,52	\$ 8.920,90	\$ 9.079,28

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

BOUTIQUE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SUELDO	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.640,00	\$ 2.760,00	\$ 2.880,00	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00
IESS PATRONAL	\$ 267,60	\$ 280,98	\$ 294,36	\$ 307,74	\$ 321,12	\$ 334,50	\$ 347,88
VACACIONES	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,00	\$ 115,00	\$ 120,00	\$ 125,00	\$ 130,00
13AVO	\$ 500,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
14AVO	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
FONDO RESERVA		\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
TOTAL	\$ 3.437,60	\$ 3.505,98	\$ 3.674,36	\$ 3.842,74	\$ 4.011,12	\$ 4.169,50	\$ 4.327,88

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

CAJERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SUELDO	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.640,00	\$ 2.760,00	\$ 2.880,00	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00
IESS PATRONAL	\$ 267,60	\$ 280,98	\$ 294,36	\$ 307,74	\$ 321,12	\$ 334,50	\$ 347,88
VACACIONES	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,00	\$ 115,00	\$ 120,00	\$ 125,00	\$ 130,00
13AVO	\$ 500,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
14AVO	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
FONDO RESERVA		\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
TOTAL	\$ 3.437,60	\$ 3.505,98	\$ 3.674,36	\$ 3.842,74	\$ 4.011,12	\$ 4.169,50	\$ 4.327,88

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

COCINERA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SUELDO	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.640,00	\$ 2.760,00	\$ 2.880,00	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00
IESS PATRONAL	\$ 267,60	\$ 280,98	\$ 294,36	\$ 307,74	\$ 321,12	\$ 334,50	\$ 347,88
VACACIONES	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,00	\$ 115,00	\$ 120,00	\$ 125,00	\$ 130,00
13AVO	\$ 500,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
14AVO	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
FONDO RESERVA		\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
TOTAL	\$ 3.437,60	\$ 3.505,98	\$ 3.674,36	\$ 3.842,74	\$ 4.011,12	\$ 4.169,50	\$ 4.327,88

(*) Nota: Son 2 Cocineras

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

MESERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SUELDO	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.640,00	\$ 2.760,00	\$ 2.880,00	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00
IESS PATRONAL	\$ 267,60	\$ 280,98	\$ 294,36	\$ 307,74	\$ 321,12	\$ 334,50	\$ 347,88
VACACIONES	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,00	\$ 115,00	\$ 120,00	\$ 125,00	\$ 130,00
13AVO	\$ 500,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
14AVO	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
FONDO RESERVA		\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
TOTAL	\$ 3.437,60	\$ 3.505,98	\$ 3.674,36	\$ 3.842,74	\$ 4.011,12	\$ 4.169,50	\$ 4.327,88

(*) Nota: Son 3 Meseros

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

BARMAN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SUELDO	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.640,00	\$ 2.760,00	\$ 2.880,00	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00
IESS PATRONAL	\$ 267,60	\$ 280,98	\$ 294,36	\$ 307,74	\$ 321,12	\$ 334,50	\$ 347,88
VACACIONES	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,00	\$ 115,00	\$ 120,00	\$ 125,00	\$ 130,00
13AVO	\$ 500,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
14AVO	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
FONDO RESERVA		\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 230,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 260,00
TOTAL	\$ 3.437,60	\$ 3.505,98	\$ 3.674,36	\$ 3.842,74	\$ 4.011,12	\$ 4.169,50	\$ 4.327,88

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

DJ	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
SUELDO	\$ 3.600,00	\$ 3.720,00	\$ 3.840,00	\$ 3.960,00	\$ 4.080,00	\$ 4.200,00	\$ 4.320,00
IESS PATRONAL	\$ 401,40	\$ 414,78	\$ 428,16	\$ 441,54	\$ 454,92	\$ 468,30	\$ 481,68
VACACIONES	\$ 150,00	\$ 155,00	\$ 160,00	\$ 165,00	\$ 170,00	\$ 175,00	\$ 180,00
13AVO	\$ 500,00	\$ 310,00	\$ 320,00	\$ 330,00	\$ 340,00	\$ 350,00	\$ 360,00
14AVO	\$ 170,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
FONDO RESERVA		\$ 310,00	\$ 320,00	\$ 330,00	\$ 340,00	\$ 350,00	\$ 360,00
TOTAL	\$ 4.821,40	\$ 5.089,78	\$ 5.258,16	\$ 5.426,54	\$ 5.594,92	\$ 5.753,30	\$ 5.911,68

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
ADMINISTRADOR	\$ 7.589,00	\$ 8.257,38	\$ 8.425,76	\$ 8.594,14	\$ 8.762,52	\$ 8.920,90	\$ 9.079,28
EMPLEADOS	\$ 32.322,20	\$ 33.137,62	\$ 34.653,04	\$ 36.168,46	\$ 37.683,88	\$ 39.109,30	\$ 40.534,72
TOTAL	\$ 39.911,20	\$ 41.395,00	\$ 43.078,80	\$ 44.762,60	\$ 46.446,40	\$ 48.030,20	\$ 49.614,00
MENSUAL	\$ 3.325,93	\$ 3.449,58	\$ 3.589,90	\$ 3.730,22	\$ 3.870,53	\$ 4.002,52	\$ 4.134,50

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 22 Cuadro de Capital de Trabajo e Inversión Total Inicial

CAPITAL DE TRABAJO AÑO 1		
DESCRIPCION	MONTO (\$)	%
GASTOS ADM Y NOMINA	39.911,20	42,09%
SERVICIOS BASICOS	1.365,00	1,44%
PUBLICIDAD	3.000,00	3,16%
MERCADERIA	50.541,48	53,30%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	94.817,68	100,00%
CAPITAL DE TRABAJO PRIMER MES	7.901,47	
CAPITAL DE TRABAJO 15 DIAS	3.950,74	

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

INVERSION INICIAL TOTAL		
DESCRIPCIÓN	MONTO	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$ 99.692	93,08%
Inversion Nominal	\$ 3.460	3,23%
Capital de Trabajo	\$ 3.951	3,69%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 107.103	100,00%

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 23 Cuadro de Ingresos

Rubro	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<u>Bar</u>												
Entradas por Consumo Mínimo	\$ 3.168	\$ 6.534	\$ 3.168	\$ 4.950	\$ 0	\$ 1.584	\$ 3.564	\$ 4.455	\$ 1.188	\$ 0	\$ 0	\$ 1.980
Consumo extra Licor	\$ 451	\$ 929	\$ 451	\$ 704	\$ 0	\$ 225	\$ 507	\$ 634	\$ 169	\$ 0	\$ 0	\$ 282
Sub -Total Bar	\$ 3.619	\$ 7.463	\$ 3.619	\$ 5.654	\$ 0	\$ 1.809	\$ 4.071	\$ 5.089	\$ 1.357	\$ 0	\$ 0	\$ 2.262
<u>Restaurante</u>												
Platos a la Carta	\$ 2.400	\$ 3.300	\$ 2.400	\$ 2.700	\$ 0	\$ 1.050	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 600	\$ 0	\$ 0	\$ 1.500
Bebidas	\$ 1.728	\$ 2.376	\$ 1.728	\$ 1.944	\$ 0	\$ 756	\$ 1.728	\$ 1.728	\$ 648	\$ 0	\$ 0	\$ 1.080
Sub - Total Restaurante	\$ 4.128	\$ 5.676	\$ 4.128	\$ 4.644	\$ 0	\$ 1.806	\$ 4.128	\$ 4.128	\$ 1.248	\$ 0	\$ 0	\$ 2.580
<u>Mirador</u>												
Entradas para Observación de la Caída del Sol	\$ 3.098	\$ 4.646	\$ 3.098	\$ 3.872	\$ 0	\$ 1.549	\$ 3.485	\$ 3.485	\$ 1.162	\$ 0	\$ 0	\$ 1.936
Sub - Total Mirador	\$ 3.098	\$ 4.646	\$ 3.098	\$ 3.872	\$ 0	\$ 1.549	\$ 3.485	\$ 3.485	\$ 1.162	\$ 0	\$ 0	\$ 1.936
<u>Boutique</u>												
Souvenirs	\$ 346	\$ 475	\$ 346	\$ 389	\$ 0	\$ 151	\$ 346	\$ 346	\$ 130	\$ 0	\$ 0	\$ 216
Artículos de Playa	\$ 259	\$ 356	\$ 259	\$ 292	\$ 0	\$ 113	\$ 259	\$ 259	\$ 97	\$ 0	\$ 0	\$ 162
Sub - Total Boutique	\$ 605	\$ 832	\$ 605	\$ 680	\$ 0	\$ 265	\$ 605	\$ 605	\$ 227	\$ 0	\$ 0	\$ 378
Total Ingresos	\$ 11.449	\$ 18.617	\$ 11.449	\$ 14.850	\$ 0	\$ 5.429	\$ 12.288	\$ 13.306	\$ 3.993	\$ 0	\$ 0	\$ 7.156

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 24 Matriz de Identificación de Impactos Ambientales

MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES POR LA IMPLEMENTACION DEL BAR MIRADOR BOUTIQUE EN LA PLAYA DE MAR BRAVO				
IMPACTOS GENERADOS	ETAPA DEL PROYECTO			
	DISEÑO	CONSTRUCCIÓN	OPERACIÓN	ABANDONO
1. Sobre el Agua 1.1. Contaminación de agua del mar 1.2. Eliminación de aguas residuales			X X	
2. Sobre el aire 2.1. Contaminación 2.2. Incremento del ruido 2.3. Presencia de malos olores		X X X	X X	X X
3. Sobre el suelo 3.1. Pérdida de suelos 3.2 Compactación y contaminación por equipo		X X	X X	X X
4. Sobre vegetación y fauna 4.1. Pérdida de biodiversidad 4.2. Efectos sobre especies endémicas		X	X	X
5. Sobre población 5.1. Generación de empleo		X	X	
6. Otros 6.1. Pérdida de paisaje		X		X

Fuente: Modelo de Lista de Verificación de Impactos Ambientales.
 (Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA). Seminario # 4 – MSc. José Chang
 Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 25 Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales

1. MATRIZ DE INTENSIDAD (I)																			
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES																	
		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL						Peso relativo de actividades
		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población	
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	5	3	10	5	8	8	55
	Afluencia de Pasajeros	3	4	3	3	3	1	2	1	1	1	1	5	3	10	5	10	8	64
	Intercambio cultural	1	4	2	2	2	1	3	1	1	1	1	4	5	4	5	8	8	53
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	8	2	4	8	8	8	54
	Eliminación de aguas residuales	3	1	5	5	3	4	4	4	5	4	5	8	8	5	8	10	10	92
	Cambio de usos del suelo	1	1	3	1	3	5	3	5	3	5	3	5	5	3	3	3	5	57
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	5	5	5	4	4	3	5	3	3	3	3	3	5	10	8	8	8	85
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	1	3	5	4	1	2	3	1	1	1	1	5	5	10	8	8	8	67
Movilización / Traslados	Circulación vehicular, demanda de parque automotor	8	8	3	2	4	5	4	2	2	2	2	8	5	5	8	8	8	84
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	10	10	3	1	8	8	8	5	1	5	1	8	5	8	5	10	5	101
	Generación de Desechos Sólidos	3	3	4	1	1	3	3	1	1	1	1	4	3	3	8	8	5	53
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	5	2	8	3	1	1	1	1	1	1	1	8	4	6	10	8	8	69
	Incremento de comercio	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	8	5	10	8	8	8	92
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de pr	2	2	2	2	1	1	3	1	1	1	1	8	4	10	8	8	8	63
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	5	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	8	8	8	10	8	8	71
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	8	8	8	8	8	10	79
	Capacidad de carga turística	5	5	5	5	5	8	5	5	5	5	5	10	8	10	8	10	8	112
	Demanda de artesanía / folklore local	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	8	5	10	8	8	10	67
Peso relativo componentes ambientales		63	64	66	49	47	55	55	41	36	41	36	121	91	134	131	147	141	1318

Nota: El valor numérico de intensidad varía de 1 a 10 dependiendo del grado de cambio sufrido, siendo 10 = valor indicativo de mayor impacto, y 1 = muy bajo impacto, se designa el valor 0 a los impactos leves o imperceptibles.

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

2. MATRIZ DE EXTENSIÓN (EX)																					
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL						
				Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población	Peso relativo de actividades
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	10	5	5	5	46		
	Afluencia de Pasajeros	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	10	5	90		
	Intercambio cultural	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	33		
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	1	1	10	5	1	0	0	1	1	1	1	5	1	5	5	5	5	48		
	Eliminación de aguas residuales	5	5	10	5	1	5	5	5	5	5	5	10	10	5	10	10	10	111		
	Cambio de usos del suelo	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	5	5	5	5	5	35		
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	1	1	5	5	1	1	5	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	53		
	Consumo gastronómico,bebidas,boutique, mirador	1	1	5	5	0	0	5	1	5	1	5	5	5	10	5	10	5	69		
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	5	5	1	0	1	0	5	1	0	1	0	5	1	5	5	10	5	50		
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	5	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	5	5	5	5	5	5	39		
	Generación de Desechos Sólidos	5	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	5	5	10	5	10	59		
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	5	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	5	1	5	5	5	5	35		
	Incremento de comercio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	10	10	1	5	43		
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	5	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5	5	5	5	5	37		
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	5	5	5	5	1	29		
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	10	5	0	0	1	1	1	0	0	1	0	5	5	5	10	5	5	54		
	Capacidad de carga turística	5	5	10	5	5	1	1	10	10	10	10	5	5	5	5	5	10	107		
	Demanda de artesanía / folklore local	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	10	5	5	10	5	10	54		
Peso relativo componentes ambientales		59	38	54	36	21	22	38	32	32	33	32	92	71	105	115	106	106	992		

NOTA: El valor de la extensión es de 10 para impactos regionales, 5 para impactos locales y 1 para impactos puntuales.

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang

Elaboración: Autoras de la Tesis

3. MATRIZ DE DURACION (D)																			
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES																	
		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL					Peso relativo de actividades	
Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población			
Instalaciones Turísticas	Consumo de Productos locales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	5	29	
	Afluencia de Turistas	1	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73	
	Intercambio Cultural	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	33	
A&B + BOUTIQUE+MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	1	0	5	5	5	5	1	1	1	1	5	1	1	5	5	5	48	
	Eliminación de aguas residuales	5	0	10	10	1	5	5	10	10	10	5	5	5	5	5	10	111	
	Cambio de usos del suelo	1	1	1	1	5	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	5	19	
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	1	1	5	5	10	5	5	10	10	10	5	1	10	5	5	5	103	
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique,mirador	1	1	5	5	0	0	1	0	0	0	1	1	10	5	5	5	40	
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	5	5	1	1	5	0	5	1	0	1	0	5	1	1	1	5	5	42
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	5	5	1	1	5	0	5	1	0	1	0	5	5	1	1	5	5	46
	Generación de Desechos Sólidos	5	0	5	5	10	5	5	5	5	5	5	10	5	5	5	10	10	100
Infraestructura Local	Demanda de servicios publicos urbanos	1	1	5	5	0	0	0	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	46
	Incremento de comercio	1	1	1	1	0	0	5	10	10	10	5	1	10	5	5	5	5	80
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	5	5	5	5	5	5	35	
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1	5	5	5	5	28	
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	1	1	1	1	0	0	5	0	0	0	5	5	10	5	5	5	44	
	Capacidad de carga turística	5	5	5	5	5	5	5	10	10	10	10	5	5	5	5	5	105	
	Demanda de artesanía / folklore local	1	1	1	1	0	0	5	5	5	5	5	5	5	10	10	5	5	69
Peso relativo componentes ambientales		38	27	54	54	53	28	55	61	59	62	59	83	57	95	79	87	100	1051

Nota: El valor numérico de la duración es de 10 para impactos de largo plazo (más de 10 años), 5 para impactos de mediano plazo (5 a 10 años) y 1 para impactos de corto plazo (menos de 5 años).

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

4. MATRIZ DE CARÁCTER DEL IMPACTO (SIGNO) POSITIVO O NEGATIVO																		
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES																
		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL					
		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	0	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Afluencia de Pasajeros	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1
	Intercambio cultural	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	0	0	-1	-1	0	0	0	0	-1	0	-1	1	0	1	1	1	1
	Eliminación de aguas residuales	-1	0	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1
	Cambio de usos del suelo	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	0	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	0	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	-1	-1	0	0	-1	-1	-1	-1	0	-1	0	-1	0	1	1	1	1
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	-1	-1	0	0	-1	-1	-1	-1	0	-1	0	-1	0	1	1	1	1
	Generación de Desechos Sólidos	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	-1
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Incremento de comercio	0	-1	1	1	0	0	-1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	-1	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
	Capacidad de carga turística	1	-1	1	1	0	0	-1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Demanda de artesanía / folklore local	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1

Nota: Un signo negativo (-1) implica un impacto adverso y un signo positivo (+1) un impacto benéfico. Un espacio en blanco implica que no hay impacto producido,

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

5. MATRIZ DE MAGNITUDES DE IMPACTO (M)																								
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES		AIRE		AGUA		SUELO		FLORA		FAUNA		SOCIAL							Magnitud Total del Impacto sobre la actividad respectiva	Número de Impactos Positivos	Número de Impactos Negativos	Número de Impactos Neutros
				Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población				
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	0,0	-1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	2,6	8,2	4,2	5,4	6,2	27,2	6,0	2,0	9,0		
	Afluencia de Pasajeros	-3,4	-3,8	-4,2	0,0	-4,2	-2,6	-3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0	7,0	5,0	9,0	6,2	10,2	5,0	6,0	6,0		
	Intercambio cultural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	0,0	4,6	5,0	6,2	6,2	22,4	5,0	1,0	11,0		
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	0,0	0,0	-6,2	-4,2	0,0	0,0	0,0	-1,0	0,0	-1,0	0,0	6,2	0,0	3,8	6,2	6,2	6,2	16,2	5,0	4,0	8,0		
	Eliminación de aguas residuales	-4,2	0,0	-8,0	-6,0	0,0	-4,6	-4,6	-5,6	-6,0	-5,6	-6,0	-8,2	-8,2	5,0	-8,2	-9,0	-10,0	-89,2	1,0	14,0	2,0		
	Cambio de usos del suelo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	4,0	3,4	3,4	3,4	5,0	23,4	7,0	0,0	10,0		
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	0,0	-2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	-5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	4,2	8,0	6,2	6,2	6,2	27,4	6,0	2,0	9,0		
Movilización / Traslados	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	0,0	-1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,4	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	4,2	10,0	6,2	8,2	6,2	33,8	6,0	2,0	9,0		
	Circulación vehicular	-6,2	-6,2	0,0	0,0	-3,0	-2,0	-4,6	-1,4	0,0	-1,4	0,0	-6,2	0,0	4,2	5,4	8,2	6,2	-7,0	4,0	8,0	5,0		
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	-7,0	-5,4	0,0	0,0	-4,6	-3,2	-4,2	-2,6	0,0	-2,6	0,0	-6,2	0,0	5,4	4,2	7,0	5,0	-14,2	4,0	8,0	5,0		
	Generación de Desechos Sólidos	-4,2	-1,6	-3,0	-1,8	-2,8	-4,2	-2,6	-1,8	-1,8	-1,8	-1,8	-5,6	-4,2	4,2	8,2	-7,2	-8,0	-40,0	2,0	15,0	0,0		
Infraestructura Local	Demanda de servicios publicos urbanos	4,2	1,4	4,6	2,2	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	3,0	5,4	7,0	6,2	6,2	46,8	11,0	0,0	6,0		
	Incremento de comercio	0,0	-2,2	2,6	2,6	0,0	0,0	-3,4	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	0,0	10,0	8,2	4,6	6,2	34,8	7,0	2,0	8,0		
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de pre	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4	0,4	0,4	6,2	4,6	7,0	6,2	6,2	6,2	38,0	10,0	0,0	7,0		
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	-2,6	-2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	5,4	6,2	7,0	6,2	4,6	29,6	6,0	3,0	8,0		
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	5,4	3,4	1,4	1,4	0,0	0,0	1,8	1,2	0,0	1,6	0,0	6,2	6,2	7,2	8,2	6,2	7,0	57,2	13,0	0,0	4,0		
	Capacidad de carga turística	5,0	-5,0	7,0	5,0	0,0	0,0	-3,4	0,0	0,0	0,0	0,0	7,0	6,2	7,0	6,2	7,0	8,2	50,2	9,0	2,0	6,0		
	Demanda de artesanía / folklore local	1,0	1,0	1,4	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,2	5,0	8,0	9,2	6,2	9,0	50,4	10,0	0,0	7,0		
Magnitud Total del Impacto sobre el Componente Ambiental respectivo		-12,0	-26,8	-4,4	0,6	-14,6	-16,6	-36,8	-9,8	-8,4	-9,4	-8,4	49,4	33,0	114,6	97,8	86,2	82,8	317,2					
Valoración de Impactos Positivos		4,0	3,0	5,0	5,0	0,0	0,0	3,0	2,0	1,0	2,0	1,0	14,0	10,0	18,0	17,0	16,0	16,0	117,0					
Valoracion Impactos Negativos		6,0	10,0	4,0	3,0	4,0	5,0	12,0	4,0	3,0	4,0	3,0	4,0	2,0	0,0	1,0	2,0	2,0	69,0					

Simbología:	Peso del Factor Intensidad, Wi:	0,40
	Peso del Factor Extensión, We:	0,40
	Peso del Factor Duración, Wd:	0,20

Identificación por colores		Impactos Negativos
		Impactos Positivos
		No impacto, neutro

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

6. MATRIZ DE REVERSIBILIDAD (RV)																		
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES																
		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL					
		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1
	Afluencia de Pasajeros	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1
	Intercambio cultural	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Eliminación de aguas residuales	5	0	5	5	0	0	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	5
	Cambio de usos del suelo	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	5	1	5
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	5	5	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	5	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	5	1	5
	Generación de Desechos Sólidos	5	1	1	1	0	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	5	1	1	1	5	1	1
	Incremento de comercio	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	5	1	1	5	1	1
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	5	1	5
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	5	1	5
	Capacidad de carga turística	1	1	5	5	1	0	5	5	0	5	0	5	1	1	5	1	5
	Demanda de artesanía / folklore local	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	5	1	5
Peso relativo de Componentes Ambientales		31	15	27	21	10	10	29	20	12	20	12	34	20	22	58	21	50

Peso relativo de Actividades

Nota: El valor numérico de la reversibilidad es de 10 para impactos irrecuperables, 8 para impactos recuperables a largo plazo (más de 30 años), 5 para impactos parcialmente reversibles y 1 para impactos altamente reversibles.

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

7. MATRIZ DE RIESGOS (RG)																			
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES																	
		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL						
Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población			
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	10	0	10	5	5	5	42	
	Afluencia de Pasajeros	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	10	1	10	5	5	75	
	Intercambio cultural	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	5	1	33	
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	1	1	5	1	1	0	1	1	1	1	10	1	5	5	5	5	45	
	Eliminación de aguas residuales	1	1	5	5	1	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68	
	Cambio de usos del suelo	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	5	1	10	5	5	5	36	
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	5	5	5	1	0	0	5	0	0	0	10	1	10	5	5	5	57	
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	10	10	1	1	1	0	5	1	0	1	0	5	1	10	5	1	53	
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	5	5	1	1	0	0	1	1	0	1	0	5	0	5	5	5	40	
	Generación de Desechos Sólidos	5	1	5	5	0	0	5	5	1	5	1	5	1	1	5	5	55	
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	1	1	5	1	0	1	1	1	0	1	0	5	1	10	5	1	35	
	Incremento de comercio	1	1	1	1	1	1	5	1	0	1	0	10	1	10	5	1	45	
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	10	1	5	5	1	34	
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	5	5	0	0	0	0	1	0	1	0	1	5	1	5	5	1	35	
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	1	1	1	0	1	1	5	0	0	0	0	5	1	10	5	1	37	
	Capacidad de carga turística	5	5	1	1	0	0	5	1	1	1	1	10	1	10	5	1	53	
	Demanda de artesanía / folklore local	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	10	1	10	5	1	37	
Peso relativo de Componentes Ambientales		51	47	40	26	14	11	49	20	13	20	13	126	20	132	86	50	78	796

Nota: El valor numérico del riesgo es de 10 para impactos que tienen una probabilidad de ocurrencia alta (más del 50%), 5 para impactos que tienen una probabilidad media (del 10 al 50%) y 1 para impactos con probabilidad de ocurrencia baja (menos del 10%)

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

8. MATRIZ DE INDICE DE IMPACTO AMBIENTAL (VIA)																			
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES																	
		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL						TOTAL
		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población	
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	4,6	2,9	3,2	3,4	19,4
	Afluencia de Pasajeros	2,6	2,8	2,9	0,0	2,9	0,0	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	4,3	3,1	0,0	3,4	28,5
	Intercambio cultural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	0,0	3,0	3,1	2,1	3,4	15,0
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	0,0	0,0	3,4	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,1	0,0	2,8	3,4	3,4	3,4	22,1
	Eliminación de aguas residuales	2,9	0,0	6,0	5,4	0,0	0,0	4,8	5,2	5,4	5,2	5,4	6,1	3,8	3,1	6,1	3,9	6,6	69,9
	Cambio de usos del suelo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	1,7	1,6	1,6	1,6	1,9	11,2
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	1,8	4,6	3,4	3,4	3,4	22,7
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	3,5	1,8	5,0	5,4	3,8	5,4	29,7
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	6,7	6,7	0,0	0,0	1,6	0,0	3,0	1,1	0,0	1,1	0,0	3,4	0,0	3,5	3,2	2,3	2,1	34,7
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	5,7	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	1,5	0,0	1,5	0,0	3,4	0,0	3,2	4,7	3,5	5,0	33,3
	Generación de Desechos Sólidos	4,7	1,2	2,5	2,1	0,0	0,0	3,8	2,1	1,3	2,1	1,3	5,2	2,9	2,9	6,1	5,8	6,0	49,8
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	1,8	1,1	4,8	1,4	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	1,6	3,9	5,7	2,1	2,1	28,5
	Incremento de comercio	0,0	1,4	1,5	0,0	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7	0,0	5,0	6,1	1,8	3,4	28,5
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,1	1,8	3,5	3,4	2,1	3,4	18,3
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	2,4	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	0,0	3,4	5,7	2,1	4,8	25,0
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	2,0	1,6	1,1	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	2,1	4,4	6,1	2,1	5,7	30,5
	Capacidad de carga turística	3,1	3,1	3,5	3,1	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	7,0	2,1	4,3	5,4	2,2	6,1	44,3
	Demanda de artesanía / folklore local	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	1,9	4,6	6,4	2,1	6,3	25,9
		537,4																	

TOTAL		31,8	27,0	25,8	13,7	4,4	0,0	35,4	9,9	6,6	9,9	6,6	72,5	21,4	67,8	81,7	47,3	75,6	537,4
Simbología:	Peso del Factor Reversibilidad, W_{RV} :	0,30																	
	Peso del Factor Riesgo, W_{RG} :	0,30																	
	Peso del Factor Magnitud, W_M :	0,40																	

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

9. SIGNIFICANCIA DEL IMPACTO AMBIENTAL																		
ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES		AIRE		AGUA		SUELO		FLORA		FAUNA		SOCIAL				
				Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	medio	bajo	bajo	bajo
	Afluencia de Pasajeros	bajo	bajo	bajo	neutro	bajo	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	medio	bajo	neutro	bajo
	Intercambio cultural	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	bajo	bajo	bajo	bajo
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	neutro	neutro	bajo	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	medio	neutro	bajo	bajo	bajo	bajo
	Eliminación de aguas residuales	bajo	neutro	medio	medio	neutro	neutro	medio	medio	medio	medio	medio	medio	bajo	bajo	medio	bajo	medio
	Cambio de usos del suelo	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	bajo	bajo	bajo	bajo	bajo
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	bajo	medio	bajo	bajo	bajo
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	bajo	medio	medio	bajo	medio
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	medio	medio	neutro	neutro	bajo	neutro	bajo	bajo	neutro	bajo	neutro	bajo	neutro	bajo	bajo	bajo	bajo
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	medio	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	bajo	neutro	bajo	neutro	bajo	neutro	bajo	medio	bajo	medio
	Generación de Desechos Sólidos	medio	bajo	bajo	bajo	neutro	neutro	bajo	bajo	bajo	bajo	bajo	medio	bajo	bajo	medio	medio	medio
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	bajo	bajo	medio	bajo	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	bajo	bajo	medio	bajo	bajo
	Incremento de comercio	neutro	bajo	bajo	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	medio	neutro	medio	medio	bajo	bajo
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	medio	bajo	bajo	bajo	bajo	bajo
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	bajo	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	bajo	medio	bajo	medio
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	bajo	bajo	bajo	neutro	neutro	neutro	bajo	neutro	neutro	neutro	neutro	bajo	bajo	medio	medio	bajo	medio
	Capacidad de carga turística	bajo	bajo	bajo	bajo	neutro	neutro	medio	neutro	neutro	neutro	neutro	alto	bajo	medio	medio	bajo	medio
	Demanda de artesanía / folklore local	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	neutro	medio	bajo	medio	medio	bajo	medio

Significancia de los impactos, si VIA = 0 : Neutro, 0 < VIA < 4 : Bajo, 4 < VIA < 7 : Medio, 7 < VIA < 10 : Alto.

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

10. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES																																				
ACTIVIDADES - ACCIONES	COMPONENTES AMBIENTALES	AIRE		AGUA		SUELO				FLORA		FAUNA		SOCIAL																						
		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua superficial	Calidad de agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora Acuática	Fauna Terrestre	Fauna Acuática	Número de visitantes	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura/servicio público	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población																		
		M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	Sumatoria de los VIA						
Instalaciones Turísticas	Consumo de productos locales	0,0	0,0	-1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	3,8	2,6	0,0	8,2	4,6	4,2	2,9	5,4	3,2	6,2	3,4	19,4
	Afluencia de Pasajeros	-3,4	2,6	-3,8	2,8	-4,2	2,9	0,0	0,0	-4,2	2,9	-2,6	0,0	-3,8	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	3,8	0,0	0,0	7,0	4,3	5,0	3,1	9,0	0,0	6,2	3,4	28,5
	Intercambio cultural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-1,8	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	2,2	0,0	0,0	4,6	3,0	5,0	3,1	6,2	2,1	6,2	3,4	15,0
A&B + BOUTIQUE + MIRADOR	Demanda y consumo de agua potable	0,0	0,0	0,0	0,0	-6,2	3,4	-4,2	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-1,0	0,0	0,0	-1,0	0,0	0,0	6,2	4,1	0,0	0,0	3,8	2,8	6,2	3,4	6,2	3,4	6,2	3,4	22,2	
	Eliminación de aguas residuales	-4,2	2,9	0,0	0,0	-8,0	6,0	-6,0	5,4	0,0	0,0	-4,6	0,0	-4,6	4,8	-5,6	5,2	-6,0	5,4	-5,6	5,2	-6,0	5,4	-8,2	6,1	-8,2	3,8	5,0	3,1	-8,2	6,1	-9,0	3,9	-10,0	6,6	69,9
	Cambio de usos del suelo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	1,5	4,0	1,7	3,4	1,6	3,4	1,6	3,4	1,6	5,0	1,9	11,2	
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	0,0	0,0	-2,6	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-5,0	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	2,9	4,2	1,8	8,0	4,6	6,2	3,4	6,2	3,4	6,2	3,4	22,7	
	Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	0,0	0,0	-1,8	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,4	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	3,5	4,2	1,8	10,0	5,0	6,2	3,4	6,2	3,4	6,2	3,4	29,7	
Movilización / Traslados	Circulación vehicular	-6,2	6,7	-6,2	6,7	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0	1,6	-2,0	0,0	-4,6	3,0	-1,4	1,1	0,0	0,0	-1,4	1,1	0,0	0,0	-6,2	3,4	0,0	0,0	4,2	3,5	5,4	3,2	8,2	2,3	6,2	2,1	34,7
	Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	-7,0	5,7	-5,4	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	-4,6	0,0	-3,2	0,0	-4,2	1,8	-2,6	1,5	0,0	0,0	-2,6	1,5	0,0	0,0	-6,2	3,4	0,0	0,0	5,4	3,2	4,2	4,7	7,0	3,5	5,0	5,0	33,3
	Generación de Desechos Sólidos	-4,2	4,7	-1,6	1,2	-3,0	2,5	-1,8	2,1	-2,8	0,0	-4,2	0,0	-2,6	3,8	-1,8	2,1	-1,8	1,3	-1,8	2,1	-1,8	1,3	-5,6	5,2	-4,2	2,9	4,2	2,9	8,2	6,1	-7,2	5,8	-8,0	6,0	49,8
Infraestructura Local	Demanda de servicios públicos urbanos	4,2	1,8	1,4	1,1	4,6	4,8	2,2	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	3,4	3,0	1,6	5,4	3,9	7,0	5,7	6,2	2,1	6,2	2,1	28,5	
	Incremento de comercio	0,0	0,0	-2,2	1,4	2,6	1,5	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,4	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	6,7	0,0	0,0	10,0	5,0	8,2	6,1	4,6	1,8	6,2	3,4	28,5	
	Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de prensa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0	6,2	4,1	4,6	1,8	7,0	3,5	6,2	3,4	6,2	2,1	6,2	3,4	18,3
	Incremento de demanda de Energía Eléctrica	-2,6	2,4	-2,6	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,8	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	3,4	5,4	0,0	6,2	3,4	7,0	5,7	6,2	2,1	6,6	4,8	25,0	
	Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	5,4	2,0	3,4	1,6	1,4	1,1	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	2,1	1,2	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	6,2	3,4	6,2	2,1	7,2	4,4	8,2	6,1	6,2	2,1	7,0	5,7	30,5	
	Capacidad de carga turística	5,0	3,1	-5,0	3,1	7,0	3,5	5,0	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,4	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,0	7,0	6,2	2,1	7,0	4,3	6,2	5,4	7,0	2,2	8,2	6,1	44,3	
	Demanda de artesanía / folklore local	1,0	0,0	1,0	0,0	1,4	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,2	4,6	5,0	1,9	8,0	4,6	9,2	6,4	6,2	2,1	7,0	5,7	25,3	
Evaluación	Sumatoria de los Índices de Impacto Ambiental (VIA)	31,8		27,0		25,8		13,7		4,4		0,0		35,4		9,9		6,6		9,9		6,6		72,5		21,4		67,8		81,7		47,3		75,0		537
	No. Impactos Positivos	4,0		3,0		5,0		5,0		0,0		0,0		3,0		2,0		1,0		2,0		1,0		14,0		10,0		18,0		17,0		16,0		16		OK
	No. Impactos Negativos	6,0		10,0		4,0		3,0		4,0		5,0		12,0		4,0		3,0		4,0		3,0		4,0		2,0		0,0		1,0		2,0		2		

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 26 Resultados Consolidados de las Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales

TABLAS DE JERARQUIZACIÓN

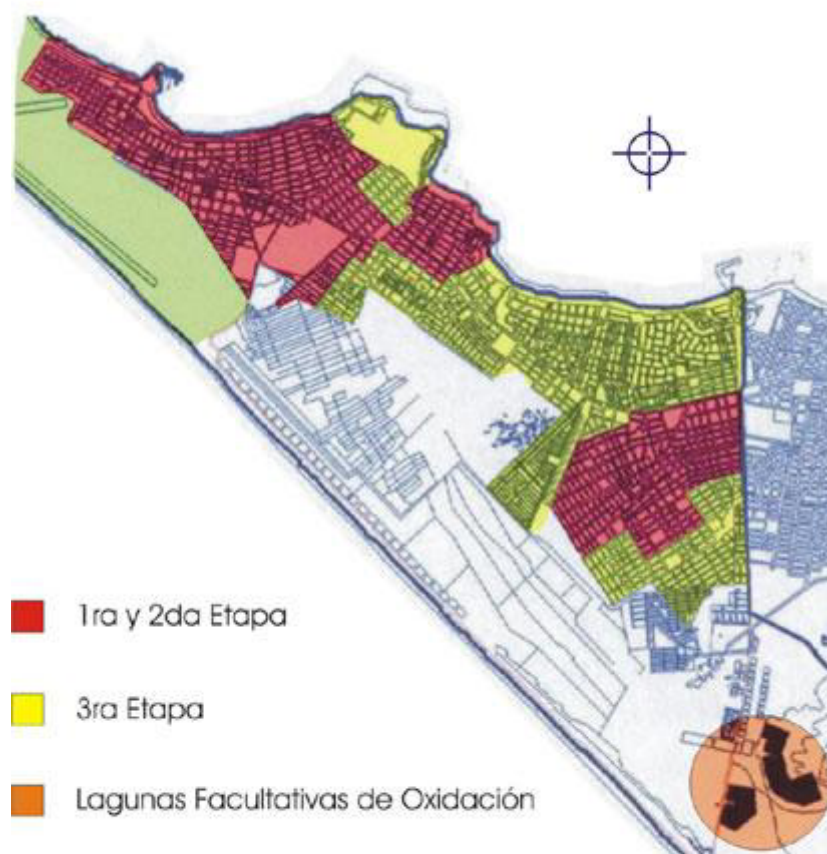
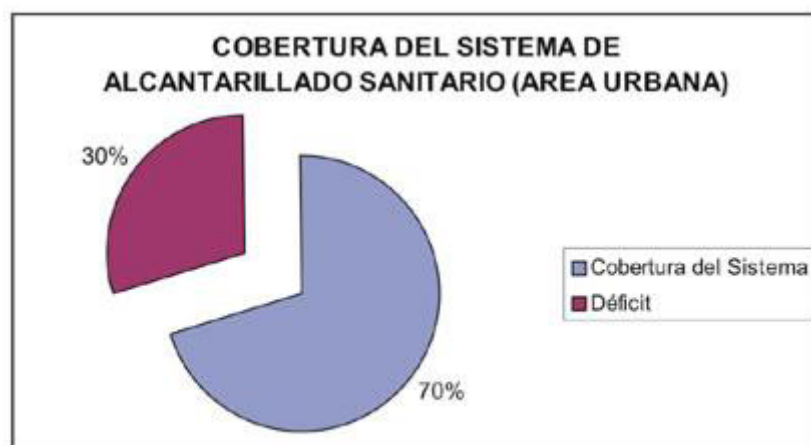
ACTIVIDADES DEL PROYECTO	VIA consolidado	Porcentaje
Consumo de productos locales	19,40	3,61%
Afluencia de Pasajeros	28,52	5,31%
Intercambio cultural	14,99	2,79%
Demanda y consumo de agua potable	22,13	4,12%
Eliminación de aguas residuales	69,88	13,00%
Cambio de usos del suelo	11,21	2,09%
Crecimiento de demanda de servicios turísticos	22,69	4,22%
Consumo gastronómico, bebidas, boutique, mirador	29,68	5,52%
Circulación vehicular	34,72	6,46%
Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos	33,35	6,20%
Generación de Desechos Sólidos	49,81	9,27%
Demanda de servicios públicos urbanos	28,52	5,31%
Incremento de comercio	28,50	5,30%
Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, internet, medios de pre	18,31	3,41%
Incremento de demanda de Energía Eléctrica	25,02	4,66%
Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales	30,51	5,68%
Capacidad de carga turística	44,25	8,23%
Demanda de artesanía / folklore local	25,90	4,82%
TOTAL	537,40	100,00%

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

COMPONENTES AMBIENTALES	VIA consolidado	Porcentaje
Infraestructura/servicio público	81,71	15,20%
Calidad de agua superficial	25,76	4,79%
Calidad de Aire / Emisiones	31,81	5,92%
Calidad de vida de Población	75,65	14,08%
Afectación de hábitats	0,00	0,00%
Calidad visual y Paisaje	21,38	3,98%
Erosión / erodabilidad	4,43	0,82%
Generación de Empleo	67,78	12,61%
Calidad de suelo por presencia de desechos	35,37	6,58%
Fauna acuática	6,64	1,24%
Fauna terrestre	9,89	1,84%
Flora acuática	6,64	1,24%
Flora Terrestre	9,89	1,84%
Niveles de Ruido y Vibraciones	26,98	5,02%
Calidad de agua de mar	13,66	2,54%
Número de visitantes	72,50	13,49%
Satisfacción al Cliente	47,30	8,80%
TOTAL	537,40	100,00%

Simbología de los colores	Impacto Alto	
	Impacto Medio	
	Impacto Bajo	

Fuente: Módulo # 7: Métodos de Estudio de EIA. Seminario # 4 – MSc. José Chang
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 27 Cobertura del Sistema de Alcantarillado Sanitario**COBERTURA DEL SISTEMA DE
ALCANTARILLADO SANITARIO**

Fuente: Municipio de Salinas
Elaboración: Autoras de la Tesis

Anexo 28 Flujo de Caja de la Rentabilidad de la Inversión del Proyecto “MAR BRAVO Bar Mirador Boutique”

FLUJO DE CAJA PROYECTADO: RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN (ESCENARIO CONSERVADOR)								
	0	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos								
Entradas (Caida del Sol)		\$ 29.920	\$ 30.638	\$ 31.373	\$ 32.126	\$ 32.897	\$ 33.687	\$ 34.495
Souvenirs		\$ 5.715	\$ 5.852	\$ 5.993	\$ 6.136	\$ 6.284	\$ 6.435	\$ 6.589
Platos a la Carta		\$ 37.500	\$ 38.400	\$ 39.322	\$ 40.265	\$ 41.232	\$ 42.221	\$ 43.235
Bar (Entradas y Consumo Mínimo)		\$ 40.788	\$ 41.767	\$ 42.769	\$ 43.796	\$ 44.847	\$ 45.923	\$ 47.025
Bar (Consumo extra)		\$ 5.438	\$ 5.569	\$ 5.703	\$ 5.839	\$ 5.980	\$ 6.123	\$ 6.270
Bebidas		\$ 22.860	\$ 23.409	\$ 23.970	\$ 24.546	\$ 25.135	\$ 25.738	\$ 26.356
Artículos de Playa		\$ 6.858	\$ 7.023	\$ 7.191	\$ 7.364	\$ 7.540	\$ 7.721	\$ 7.907
		\$ 149.079	\$ 152.657	\$ 156.321	\$ 160.073	\$ 163.915	\$ 167.848	\$ 171.877
Costos								
Entradas (Caida del Sol)		\$ 3.590	\$ 3.677	\$ 3.765	\$ 3.855	\$ 3.948	\$ 4.042	\$ 4.139
Souvenirs		\$ 2.972	\$ 3.043	\$ 3.116	\$ 3.191	\$ 3.268	\$ 3.346	\$ 3.426
Platos a la Carta		\$ 18.750	\$ 19.200	\$ 19.661	\$ 20.133	\$ 20.616	\$ 21.111	\$ 21.617
Bar (Entradas y Consumo Mínimo)		\$ 10.197	\$ 10.442	\$ 10.692	\$ 10.949	\$ 11.212	\$ 11.481	\$ 11.756
Bar (Consumo extra)		\$ 1.088	\$ 1.114	\$ 1.141	\$ 1.168	\$ 1.196	\$ 1.225	\$ 1.254
Bebidas		\$ 9.144	\$ 9.363	\$ 9.588	\$ 9.818	\$ 10.054	\$ 10.295	\$ 10.542
Artículos de Playa		\$ 4.801	\$ 4.916	\$ 5.034	\$ 5.155	\$ 5.278	\$ 5.405	\$ 5.535
		\$ 50.541	\$ 51.754	\$ 52.997	\$ 54.269	\$ 55.571	\$ 56.905	\$ 58.270
Publicidad		\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
Servicios Básicos		\$ 1.365	\$ 1.398	\$ 1.431	\$ 1.466	\$ 1.501	\$ 1.537	\$ 1.574
Salarios		\$ 39.911	\$ 41.395	\$ 43.079	\$ 44.763	\$ 46.446	\$ 48.030	\$ 49.614
Depreciación		\$ 8.766	\$ 8.766	\$ 8.766	\$ 8.766	\$ 8.872	\$ 8.872	\$ 8.872
Amortización (Activos Nominales)		\$ 494	\$ 494	\$ 494	\$ 494	\$ 494	\$ 494	\$ 494
Utilidad antes de Impuestos		\$ 45.001	\$ 45.850	\$ 46.554	\$ 47.210	\$ 48.030	\$ 49.010	\$ 50.086
Part. Trabajadores (15%)		\$ 6.750	\$ 6.877	\$ 6.983	\$ 7.081	\$ 7.205	\$ 7.352	\$ 7.499
Utilidad después Trabajadores		\$ 38.251	\$ 38.972	\$ 39.571	\$ 40.128	\$ 40.826	\$ 41.659	\$ 50.086
SRI (25%)		\$ 9.563	\$ 9.743	\$ 9.893	\$ 10.032	\$ 10.206	\$ 10.415	\$ 12.521
Utilidad después de Impuestos		\$ 28.688	\$ 29.229	\$ 29.678	\$ 30.096	\$ 30.619	\$ 31.244	\$ 37.564
Depreciación		8766	8766	8766	8766	8872	8872	8872
Amortización (Activos Nominales)		494	494	494	494	494	494	494
Inversión	-103152				-8891			
Inversión Capital de Trabajo	-3951							3951
Valor Residual								48731
Flujo de Caja Final	-107103	37949	38490	30047	30465	39985	40610	99613

INDICADORES DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO	
VAN	\$ 40.800
TIR	32%
PAYBACK	4 años

Fuente y Elaboración: Autoras de la Tesis

BIBLIOGRAFIA

1. Corporación Ecuatoriana de Turismo, CETUR, *“Inventario de Atractivos Turísticos”*, 1995
2. Marketing Systems, *“Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador”*, 2003
3. Organización Mundial del Turismo *“Introducción al Turismo”*, 1998
4. BCE, *“Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador”*, 2005
5. Seminario # 1 *“Planificación y Marketing de Proyectos Turísticos”*, David Parra Bozzano, 2007
6. Seminario # 2 *“Gestión de Destinos Turísticos”*, Msc. Julio Gavilanes, 2007
7. Seminario # 4 *“Métodos de Estudio de Evaluación de Impactos Ambientales”*, MSc. José Chang, 2007
8. BCE, *“Estudios de Impactos Ambientales para las obras de acondicionamiento del Muelle del Parque Histórico Guayaquil y su Canal de Acceso Fluvial”*, 2006

9. *“Construcción y Desarrollo”* Publicación Técnica de la Cámara de la Construcción de Guayaquil, 2007
10. Entrevistas personales, Ing. Juan Carlos Rivas, Municipio de Salinas, Proyectos, Departamento de Gerencia Municipal, 2007
11. Entrevistas personales, Ing. José Carrión, Propietario de la Hostería del Mar, 2007
12. Entrevistas personales, Sra. Leonor Escalante, Recepcionista de la Hostería del Mar, 2007
13. Entrevistas personales, Srta. Johanna García, Recepcionista del Hotel Punta Carnero, 2007
14. Entrevistas personales, Sr. John Morales, Administrador Encargado de la Hostería Puerto Aguaje, 2007
15. *Entrevistas personales, Sr. Michael Loor, Administrador Cevichería El Buzo, 2007*
16. *World Wide Web: salinasecuador.com, googleearth.com, wikipedia.com, viajeros.com, femm.org, 2007*