ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

"PROPUESTA DE EQUIPAMIENTO EN EL SECTOR DE CHULLUYPE: CABAÑA COMEDOR TURÍSTICO".

TESIS DE GRADO
Previo a la obtención al titulo de:
Licenciado en Turismo

Autores:
Jaime Daniel Delgado González
Maria Viviana Jalón Díaz
Ivonne Andrea Magües Martínez

Guayaquil – Ecuador
2007

TRIBUNAL DE GRADUACION

M.Sc. Jerry Landívar **Presidente del Tribunal**	**M.Sc. Julio Gavilanes** **Director de Tesis**
Lic. Fernando Mayorga **Miembro Principal**	**Ing. José Chang** **Miembro principal**

DECLARACION EXPRESA

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

Daniel Delgado González

María Viviana Jalón Díaz

Ivonne Magües Martínez

DEDICATORIA

A nuestros padres y hermanos,

quienes nos apoyaron incondicionalmente

en la culminación de nuestra tesis.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos al M. Sc. Julio Gavilanez,

nuestro director de tesis por su invaluable apoyo,

y a todas las personas que de alguna u otra

manera nos brindaron su ayuda y colaboración

para la realización de este proyecto.

RESUMEN

Chulluype es uno de los balnearios en la ruta del sol que aún no han sido descubierta por la mayoría de habitantes de guayaquil, únicamente por un reducido y específico grupo de personas que ya sea por costumbre o por deportes han escuchado y visitado este destino, el cual por ser parte de la franja costera, goza de un clima excelente.

Es por esto que este trabajo investigativo, busca dar a conocer las características de dicha playa, así como también se analiza una propuesta para el desarrollo turístico del lugar a través de una cabaña comedor, con el fin de satisfacer necesidades básicas y dar comodidad a los visitantes de este recién descubierto destino.

Se inicia el Capitulo 1 con la descripción física, geográfica y social del destino, detallando la ubicación, flora, fauna y la información poblacional y socio-económica. Para este último aspecto, se requirió visitar el lugar para poder obtener esta información a través de comunicación personal de los pobladores, ya que no existen registros de la misma en ninguna oficina de manejo de la península.

A continuación, en el Capítulo 2, se gestiona el análisis del mercado previo a la propuesta del proyecto de la cabaña comedor, donde se elaboraron las respectivas

encuestas para conocer diferentes aspectos de las visitas y características del consumo de los visitantes, así como también la capacidad de carga del lugar, para finalmente realizar el análisis FODA del destino.

En último lugar, se realiza el estudio técnico y gestión del proyecto (incluyendo su análisis FODA), y específicamente el análisis financiero, para demostrar la viabilidad del mismo, para posteriormente finalizar con las conclusiones y recomendaciones de esta labor investigativa.

INDICE GENERAL

INDICE DE ANEXOS

INDICE DE TABLAS

INDICE DE GRAFICOS

INTRODUCCION

La Ruta de sol está constituida por un gran número de playas, algunas muy conocidas y posicionadas turísticamente como Salinas, Montañita, Olón etc. Sin embargo hay muchas playas como es el caso de Chulluype que a pesar de ser conocida por un pequeño y específico grupo de turistas (surfistas), no ha sido aprovechado su potencial desarrollo turístico.

Chulluype posee muchos atributos: goza de un paisaje especial, ya que, aun cuando la playa nace sobre una pequeña ensenada, se puede disfrutar de un balneario apropiado para los visitantes que practican surf, por tener olas apropiadas para la práctica de dicho deporte. Cabe mencionar que Chulluype ha ganado popularidad en el ambiente surfístico por ostentar la ola de más largo recorrido en la costa ecuatoriana.

Asimismo este balneario es aprovechado por bañistas que simplemente van en busca de playa y sol, ya que encontramos también una zona ideal para este tipo de turismo.

En la actualidad, dicha zona se encuentra olvidada por las autoridades municipales, en medio de un litigio de jurisdicción, entre el Municipio de La Libertad y el de Santa Elena, dando como resultado que Chulluype este privada se servicios básicos e infraestructura turística, indispensables para el mejoramiento de la permanencia de sus visitantes, que elijen esta playa debido a la saturación de las playas cercanas, como Ballenita y Salinas.

Normalmente los visitantes de Chulluype tienen un tiempo de permanencia muy reducido, esto se debe a que esta playa no brinda servicios que faciliten y satisfagan la estancia de los mismos tales como: hoteles, restaurantes, baterías sanitarias, duchas, entre otros.

Considerando estos antecedentes, creemos conveniente plantear un proyecto de un comedor turístico que favorezca el posicionamiento de la playa como destino turístico, además de lograr hacer más agradable la permanencia de los visitantes de Chulluype.

Para lograr dichos objetivos, se dispone de los recursos necesarios para llevarlos a cabo, como son:

- Artículos periodísticos
- Investigación de campo
- Encuestas, entrevistas
- Documentos oficiales
- Boletines

CAPÍTULO I

INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Características Generales de la zona

Descubierta hace aproximadamente 70 años, su nombre puede ser poco conocido entre turistas tradicionales, pero es muy familiar entre los surfistas nacionales y extranjeros. Chulluype, balneario de aguas cristalinas y habitado por pescadores artesanales y surfistas nativos, es desde hace más de tres décadas, el destino de miles de aficionados a la tabla hawaiana.

Es precisamente de los surfistas que visitaban la zona que heredó hace aproximadamente 25 años el nombre Chulluype, palabra hawaiana de la que no tiene muy claro su significado, pero que describe las características de sus olas. Esta localidad se llamó anteriormente Boca de la Albarrada. (Ver anexo 1: Fotos playa de Chulluype)

1.1.1 Ubicación Geográfica

Ubicada en la franja costera, la localidad pertenece políticamente al cantón Santa Elena, provincia del Guayas, junto al balneario de Ballenita y en el límite con La Libertad. Para llegar a Chulluype hay dos opciones. Una es tomando un bus de la Coop. Transcisa en el parque central del cantón Santa Elena y que sale cada cinco minutos. La otra es caminando 15 minutos por la playa de Ballenita, balneario al que se llega tomando un carro de la Coop. Horizonte Peninsular en el mismo cantón.

1.1.2 Descripción Poblacional

Chulluype está habitada por 204 personas aproximadamente (97 hombres, 89 mujeres y 18 niños), según el último censo interno que realizaron los mismos residentes de la comuna, distribuidas en 40 viviendas de construcción mixta que dan la apariencia de casas de campo y que se levantan en una especie de punta, desde donde se observa el mar. En algunas de las casas habitan hasta 3 familias juntas.

Tabla No. 1

HABITANTES CHULLUYPE	
Hombres	97
Mujeres	89
Niños	18
TOTAL	***204**

FUENTE: CENSO REALIZADO POR LOS MISMOS RESIDENTES DE COMUNA EN EL 2006.

1.1.3 Análisis de la situación socioeconómica

Organización política.- La comuna esta organizada y presidida por el Sr. Alberto Yagual, presidente de la misma por segundo año consecutivo, quien integra la directiva junto con 12 residentes más. La directiva se reúne al menos cada 15 días en la Casa Comunal para tratar asuntos de mejoras del pueblo y las actividades a realizarse. A dicho comité están afiliados cerca de 73 personas que buscan beneficiarse de los proyectos que se vayan a realizar en este lugar. Pero es el presidente de la comuna el que mantiene contacto directo con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que manejan los recursos en la península: Municipio de Santa Elena, PMRC, Ministerio del Medio Ambiente, Fundación Ballenita, etc.

El presidente es elegido anualmente, pero según el Sr. Yagual están viendo la posibilidad de revisar los reglamentos para que dichas elecciones sean cada dos años, debido a que los costos tanto para registrar dichos cambios en el Municipio de Santa Elena, como para el trámite de afiliación son muy altos y demandan mucho tiempo.

Cuando se trata de obras comunitarias para el beneficio común, el presidente tiene toda la colaboración de los habitantes de la comuna, y están siempre dispuestos a trabajar en cualquier proyecto que traiga prosperidad a la población.

Educación.- Chulluype no cuenta con centros de educación para los niños y jóvenes de la comuna, por lo que optan por asistir a escuelas y colegios en Ballenita, Santa Elena y Libertad. En años anteriores se realizó un censo para verificar la cantidad de niños que habitan el la comuna pero no llegaron al cupo mínimo que justifique la construcción de una escuela. (Ver anexo No.2: Centros de Educ. Secundaria y artesanal en la franja costera).

Tabla No.2

ALUMNOS DEL PRIMER AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA 1999 – 2000			
INSTITUCIÓN	Nº DE ALUMNOS	MODALIDAD	LOCALIDAD
18 DE AGOSTO	40	FISCAL	STA. ELENA
TEODORO WOLF	70	FISCAL	STA. ELENA
OTTO AROSEMENA	52	FISCAL	STA. ELENA
24 DE JULIO	66	PART. BONIF.	STA. ELENA
VIRGINIA REYES	120	FISCAL	STA. ELENA
VIRGILIO DROUET	40	PARTICULAR	SANTA ELENA
22 DE ENERO	35	PARTICULAR	SANTA ELENA
27 DE ENERO	20	PARTICULAR	SANTA ELENA
GARABATOS Y ALEGRÍAS	15	PARTICULAR	SANTA ELENA
CARLOS PUIG	42	PARTICULAR	SANTA ELENA

FUENTE: MESA DE EDUCACIÓN PLAN DE DESARROLLO DE SANTA ELENA

El cuadro anterior muestra una parte de las escuelas que posee Santa Elena y el número de estudiantes que asisten a las mismas, provenientes de las zonas aledañas. (Ver anexo No.3: Estado de las escuelas en los diferentes puntos de la franja costera)

Según el presidente de la comuna, la mayoría de habitantes solo llega a la educación primaria y hay muy pocos que terminan educación secundaria. Pero por las condiciones socioeconómicas en que viven ellos buscan la manera de aprender algún oficio que les permita desenvolverse en cualquier actividad que les genere ingresos.

Cabe destacar que el Proyecto Ballenita, perteneciente a los padres claretianos, los apoya en este aspecto facilitándole de manera gratuita recursos escolares como libros, cuadernos, y uniformes para los niños, así como también dan cursos para elaborar artesanías donde las mujeres de la comuna aprenden a elaborar pulseras y collares para vender en la época de temporada alta.

Salud.- La comuna posee un pequeño dispensario semiequipado, el cual es atendido una vez a la semana por dos doctores, una Pediatra-Oncóloga del hospital León Becerra y un Ginecólogo del Hospital del Seguro, que normalmente los visitan los domingos o cada vez que ellos pueden, para atender, llevar medicinas y recetar a la población.

Ellos les han conversado acerca de la posibilidad de llevar doctores permanentes que hagan la rural en este dispensario y que estén permanentemente en el lugar, pero sólo quedó en proyecto ya que aún no se a concretado.

Religión.- Poseen una iglesia, Sagrado Corazón de Jesús, del padre Alfonso María Loaiza Loaiza, CJM, Administrador, la cual fue donada y construida por doctores católicos, que también brindan servicios en el dispensario. Actualmente tienen inconvenientes con un bar llamado Tsunami que se encuentra justo frente a la iglesia y que en época de temporada estará empezando a funcionar (a pesar de que no posee permiso) y que perturba las misas que se celebran en la iglesia por la bulla y desorden que genera desde tempranas horas. (Ver anexo No. 4: Iglesia de Chulluype)

El presidente de la comuna, sostiene que negociará con los encargados de dicho lugar para llegar a un acuerdo que permita desarrollar las actividades de ambos, sin tener que llegar a las denuncias.

En cuanto a las festividades religiosas, los habitantes de Chulluype celebran a fines del mes de julio, específicamente el 26 de Julio, El Sagrado Corazón de Jesús junto con las fiestas de la comuna, a pesar de que la fundación exacta es el 15 de agosto, pero lo celebran un mes antes porque en Agosto se junta con las fiestas de fundación de Santa

Elena y no pueden competir con las festividades de dicha ciudad, es por esto que desde el año pasado decidieron cambiar sus festividades para Julio para que así puedan recibir visitantes de las parroquias o barrios vecinos.

Para dicha celebración preparan un sábado lo que se conoce como el "balconazo", que no es más que la presentación de artistas, financiados por auspiciantes (que normalmente son las empresas de ventas de cervezas), para que el siguiente sábado concluyan las festividades con el baile del pueblo.

Actividades Socioeconómicas

PESCA.- La pesca es la actividad a la que, los habitantes de Chulluype, se dedican durante todo el año. Normalmente pescan pescado, camarón, churos (especie de caracol), pulpos y patas de mulas (espóndilos).

En el siguiente cuadro se muestran los ingresos diarios aproximados:

Tabla No. 3

INGRESOS DIARIOS APROXIMADOS POR PESCADOR			
Producto	**Cantidad recolectada**	**Valor unit.**	**Total aprox.**
Camarón	1 - 1,5 lbs	$ 4.00	$4.00
Pescado	1 - 4 gavetas	$ 17.00	$17.00 - $68.00

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO, FEB 2006

EMPRESA ATUNERA ECUATUN.- La extinta empresa atunera Ecuatun, tuvo una gran influencia entre los habitantes de Chulluype. Hace 5 años aproximadamente, esta empresa era propiedad de unos empresarios Coreanos en sociedad con un empresario de Quito y desde sus inicios tuvo un desarrollo económico considerable, el cual favoreció a la población que se vio beneficiada con fuentes de trabajo para un gran número de personas. Se comenta que fueron "meses muy buenos", ya que contaban con un buen trabajo y buen salario, pero esto duro muy poco, debido a que a los seis meses de prosperidad, los coreanos fueron desfalcados con cerca de 3 millones de dólares, haciendo que la empresa cierre. La comunidad manifiesta que antes del cierre, la empresa adeudaba el salario a los trabajadores, a lo que el Sr. Moreira argumentaba que no disponía de los recursos, por lo que los comuneros llamaron tanto a los medios de comunicación como a la policía, y luego de varias protestas finalmente se les cancelo lo que se les adeudaba y finalmente cerraron la empresa.

Actualmente, estas instalaciones son de propiedad de **Corpetrolsa**, una empresa que produce derivados del petróleo y a quien el Ministerio de Energía a y Minas les negó el permiso de construir la planta procesadora de dichos productos gracias a la intervención de los mismos comuneros que una vez mas quisieron proteger su pequeño espacio del cual viven ellos y sus familias y por derecho ancestral les pertenece.

VENTA DE COMIDA.- En la comuna se organizan pidiendo los permisos necesarios para poner en la temporada de playa un máximo de 10 kioscos entre venta de comida y bebidas (colas, cervezas, aguas). Puestos que son manejados exclusivamente por residentes de la comuna, que no permiten que se les de permiso a ningún otro vendedor que no pertenezca a Chulluype, debido a que por las dimensiones del balneario no justifica que hayan mas puestos de venta que la que ellos ya ofrecen.

En los puestos de comida venden normalmente ceviches o pescado apanado, según lo que tengan disponible. Atienden los sábados y domingos. Cada kiosco gana ingresos diarios aproximados de $35.00, y según sus experiencias en años anteriores ellos tratan de igualar los precios a los de Salinas, pero las personas que visitan la playa no son de alto nivel de consumo y les obligan a bajar los precios. Un plato promedio con un valor de $3.00, tienen que ser vendidos hasta en $2.00 para que tenga acogida y algo de ganancias. (Ver anexo No. 5: Kiosco de comida).

ARTESANIAS.- Como se indico en la parte de educación, las mujeres actualmente están recibiendo capacitación en la fundación Proyecto Ballenita para aprender a elaborar aretes, pulseras, cadenas, etc., para posteriormente venderlas a los visitantes de la playa. Hay que recalcar que no son accesorios hechos de materiales autóctonos como tagua o semillas, sino de materiales plásticos como chaquiras, porque para poder elaborar artesanías con esos materiales se requieren de maquinas especiales para el tallado. Pero por otro lado, los pescadores de la zona proveen de espóndilos a los habitantes de otras localidades como Salinas, quienes poseen las maquinas adecuadas y con los que elaboran diferentes artículos provenientes de estos moluscos.

OTROS.- El la comuna funcionan 4 pequeñas tiendas, de donde los habitantes se proveen de manera muy limitada. Su principal proveedor de alimentos y enseres para el consumo básico son los mercados de Santa Elena o Libertad, siendo este ultimo el más conveniente debido a sus precios accesibles.

Otra actividad aprovechada en época de temporada es la guardianía de los autos particulares que llegan los fines de semana, para lo cual cobran $0,25 ctvs. por el día. Esto no es muy aceptado por muchos de los visitantes ya que a pesar de ser de un nivel medio alto, se niegan a cancelar dicho valor.

1.1.4 Descripción del Entorno Natural

La playa está en una pequeña ensenada (en forma de herradura) entre acantilados bajos. Se encuentra a 0 m.s.n.m con una tempertura de 25´C. Tiene una pendiente pronunciada, con zonas rocosas, la dimensión total de la playa es de 80m.

El ancho de sus Playas está dividida en tres zonas: Zona activa (30 m. aproximadamente), Zona pasiva 10 – 15 m. aproximadamente (en ciertas zonas), y Zona de esparcimiento 100 m. (ingreso). Con respecto a la calidad de la arena, la encontramos de color gris claro con manchas de ferrita y pocas dunas.

El agua es semiturbia, posee un color verde y la temperatura media del orden de 22ºC - 27ºC. (Ver Anexo No. 6: Vista del área de playa).

La fauna del lugar consta de fragatas (Fregata Magnificens), Gaviotas (Larus SP), Pulpo (Octopus Vulgaris), Ostra (Anadara Tuberculosa), Mugil curema o mugil cephalus (lisa).

En cuanto a la vegetación encontramos algarrobos, plantas de muyuyu, ovos o ciruelas. Las construcciones están cercanas al ingreso y sobre los acantilados.

Chulluype tiene la cualidad que sus playas posee las olas más formadas y con un largo recorrido de hasta tres minutos. En épocas de aguaje las olas llegan a los 3 m de altura, lo que atrae a surfistas colombianos, chilenos, peruanos y estadounidenses, que desafían los arrecifes formados en el mar, especialmente entre los meses de julio a noviembre. Por su forma de ensenada, en la orilla de la playa sus olas experimentan un cambio y se vuelven mansas.

Tabla No.4

ELEMENTOS DEL ENTORNO NATURAL DE LA PLAYA DE CHULLUYPE	
Temperatura zona	25ºC
Dimensión total	80 m
Forma de Playa	Forma de herradura entre acantilados bajos
Ancho de playa	Zona activa - 30m aprox. Zona pasiva - 10 a 15 m aprox. Zona de esparcimiento - 100m
Altura de olas	3 m en época de aguaje
Agua	semiturbia, color verde, temperatura 22ºC - 27ºC
Arena	color gris, manchas de ferrita, pocas dunas
Fauna	fragatas, gaviotas, pulpo, ostra, mugil (lisa)
Vegetación	Algarrobo, muyuyo, ciruelas

FUENTE: ELABORACION PROPIA

1.1.5 Infraestructura Existente

a. Vías de comunicación y transporte de acceso a la zona

Para llegar a Chulluype se toma la carretera Guayaquil – Santa Elena – Ballenita – Libertad, antes de llegar a libertad se toma el desvío en dirección noroeste de la carretera para llegar a la comuna.

Con la nueva carretera inaugurada Guayaquil – Santa Elena esta en muy buenas condiciones, mas no la carretera Santa Elena – Ballenita, y en mucha peor condición se encuentra la carretera Ballenita – Libertad.

Para llegar a Chulluype a través de las cooperativas de transporte hay dos opciones: La Coop. Horizonte Peninsular la cual llega hasta Ballenita y desde esta playa se camina 15 minutos hasta Chulluype. La segunda opción es tomando un bus de la Coop. Transcisa en el parque central del cantón Santa Elena, que sale cada cinco minutos, y llega hasta Chulluype. (Ver Anexo No. 7: Vías de comunicación y acceso externas a Chulluype).

b. Vias de comunicación Transporte dentro de la zona

Las vías de comunicación dentro de Chulluype están en muy malas condiciones, de vez en cuando el Municipio realiza relleno a la calle principal, pero esta solución es momentánea porque una vez que empieza el invierno, las calles de acceso se vuelven a deteriorar. Tanto ha llegado a afectar este factor que la única Coop. De transporte que ingresa a la comuna (Trancisa) se ha negado a hacerlo debido a las condiciones de las calles, por lo que solo 1 de cada 4 buses ingresan al poblado.

c. Abastecimiento de agua

La comuna posee agua potable, pero antes de que esto suceda, los habitantes recibían agua mediante una tubería de 1 pulgada que ellos mismo costearon e instalaron y que conectaba desde la toma de Ballenita hasta Chulluype. Luego Aguapen (la empresa que provee agua potable a la península) realizó un censo donde le proponen a la comunidad la construcción e instalación de las tuberías de agua potable siempre y cuando ellos colaboren con la mano de obra necesaria para la realización de dicha implementación. Y así la población pudo contar con este servicio. Por lo que vale destacar que la población de Chulluype tiene mucha predisposición a la autogestión.

d. Energía eléctrica

El servicio de energía eléctrica es a través del Sistema Interconectado, con medidores controlados por la Empresa Eléctrica de Santa Elena.

e. Eliminación de residuos, tratamientos de aguas residuales.

Chulluype no posee servicios de alcantarillados, si no que utiliza pozos ciegos. Pero a pesar de esto en sus planillas de agua aparece el rubro de alcantarillado, lo cual ya ha sido manifestado al municipio para que realice los correctivos, pero aun no se ha llegado a solucionar dicho problema. Solamente en el año 2000 el PMRC dispuso de 12 baterías sanitarias para 40 casas.

f. Telecomunicaciones

En toda la comuna hay únicamente 4 líneas telefónicas. También reciben señal de todas las empresas de comunicación celular.

1.1.6 Proyectos propuestos para desarrollo de Chulluype

Se han hecho varias propuestas de diferentes instituciones, algunas voluntarias otras son propuestas que los mismos residentes han sugerido para mejoras de la comuna:

- **Municipio de Santa Elena**

Esta es una oportunidad que brinda la Ilustre Municipalidad de Santa Elena, que emprende, una masiva campaña de venta de terrenos a los arrendatarios o posesionarios de solares municipales, ubicados en la cabecera cantonal, así como de Ballenita y Chulluype.

Para esta campaña de legalización de la tenencia de la tierra, se han conformado brigadas móviles, con personal técnico especializado que visitará cada barrio, dicha campaña se dio con las siguientes condiciones:

- Este plazo terminó el 31 de diciembre del 2006.
- El precio será igual al del año 2005, más el 10% de recargo.
- Se puede comprar a crédito, pagando el 10% del valor total como cuota inicial.
- Si la vivienda es de caña o de Hogar de Cristo y actualmente se habita en ella, también puede ser adquirido el terreno.

- **PMRC Programa de Manejo de Recursos Costeros**

El PMRC 2 de salinas, a pedido del Municipio de Santa Elena, va a encargarse del manejo de Chulluype, sabiendo que es una playa que ha sido olvidada por las autoridades y lo incluirá en sus planes de estudio junto con la playa el Cautivo que se encuentra en el lado de Libertad, muy cerca de Chulluype. Tienen proyectado hacer un levantamiento de información a través de censos de campo que se planea realizar en 3 meses una vez que reciban el presupuesto.

Momentáneamente disponen del programa de recursos de apoyo destinados a Chulluype para la temporada, vigente desde Dic. 2006 hasta Abril 2007 que ofrecerá:

- Ambulancia
- Batería móvil
- Patrullaje de móvil de la policía
- 1 policía, 1 marino y 1 salvavidas (para carnaval y semana santa)
- Patrullaje de Defensa Civil
- No ingreso de buses a la zona
- Recolección de basura a las 8 am y 5 pm, de lunes a domingo
- No participará la Comisión de Transito del Guayas

▪ **Universidad Católica de Guayaquil**

Hace 5 años, estudiantes de esta universidad realizaron un esquema arquitectónico para crear un criadero de pescado en el estero que se encuentra junto a la comuna, además construir un balcón desde donde las personas podrían pescar y el objetivo es obtener ganancia de lo que consiguen de la pesca e incentivar esta actividad. Pero para lograr esto se necesita tratar las aguas de dicho estero en un proceso más complejo. Lo que ha hecho Ministerio de Medio Ambiente es abrir una brecha para el desfogue de dichas aguas, lo que no es suficiente, debido a que cuando el agua vuelve a estancarse existen las altas temperaturas, emanan malos olores y son un medio de proliferación de mosquitos, provocando enfermedades como la malaria y dengue en los habitantes.

- **MIDUVI Ministerio de Vivienda**

Este ministerio ofreció a la comuna solventar los gastos para mejoras del aspecto de las casas pero lo único que recibieron fue pintura.

- **Departamento de desarrollo comunitario del Municipio de Santa Elena**

La comuna solicito a este departamento relleno para el terreno que se encuentra en la parte posterior de la Casa Comunal y nivelar dicho espacio para la construcción de oficinas y una biblioteca. (Ver Anexo No. 8: Casa Comunal).

Lo que hizo este departamento fue hacer relleno de la calle alterna para el acceso a la playa, el cual perderá su propósito una vez que las lluvias empiecen en el invierno.

- **Proyecto Ballenita**

Siempre y cuando se les solicite con antelación, la fundación colabora con mingas de limpieza en la época de temporada de playa.

- **UPSE Universidad Estatal de la Península de Santa Elena**

Esta institución y específicamente la carrera de Hotelería y Turismo está creando un programa especial denominado Parque Paleontológico, comenzando con el Proyecto Megaterio, luego del hallazgo casual de restos de mega fauna (megaterio, mastodonte, entre otros), ocurrido el 4 de Noviembre del 2003, en la base de la ladera NE de Tanque Loma, del cantón La Libertad, con la finalidad de preservar un área estimada de 12 has, que aún conserva parte del ecosistema de bosque matorral seco tropical , así como vestigios arqueológicos prehispánicos, coloniales y republicanos.

Parte de este programa del Parque Paleontológico, es un plan de mitigación del impacto socioeconómico que provocaría dicho proyecto en el área de el Cautivo, Chulluype y Ballenita que son las zonas mas cercanas a dicho parque, razón por la cual se esta haciendo dicho estudio como tesis de grado de uno de los encargados del proyecto para conocer el impacto que provocaría

- **Proyecto barcazas de ULYSSEAS INC**

Este proyecto consistía en la instalación de dos barcazas de generación termoeléctrica de la compañía Ulysseas que iban a ser acoderadas a un muelle, por construirse, de aproximadamente 900 m.cerca a Punta Chulluype. La empresa entrego toda la documentación necesaria al CONELEC, del análisis para aprobar o no una licencia de impacto ambiental que permita la instalación de las mismas.

Pero luego de muchas protestas de los habitantes de la península y de la resolución a la que llego el Consejo Cantonal de Santa Elena, se negó la construcción de dicho proyecto que afortunadamente no se llevo a cabo, puesto que como indican los mismos comuneros de Chulluype, hubiera sido el final del atractivo turístico, refiriéndose a las olas que los visitantes surfistas tanto gustan. (Ver Anexo 9: Boletín de prensa del Municipio de Santa Elena).

- **Otros proyectos particulares**

En el lugar donde se encuentra el antiguo hotel abandonado, el cual se asemeja a un castillo, solo queda la fachada del lugar, al igual que el de otras cinco edificaciones, las cuales fueron levantadas hace tres décadas y dirigidas en un principio para parejas extranjeras recién casadas.

El cierre del hotel se debió al fenómeno del niño ocurrido en el año 1982 y como cualquier bien abandonado, eventualmente fue desvalijado por los delincuentes. Es un área que con el tiempo y factores metereológicos se ha ido deteriorando y convirtiendo en una zona de alto riesgos ya que no existe ninguna señalización de precaución.

"Son justamente las áreas a donde los turistas acceden con el fin de contemplar los eventos de surf, promoviendo ya varios accidentes sin lamentar aún ninguna pérdida humana. En junio del 2005 parte de las estructuras cedieron y causaron lesiones a un habitante de este sector, cuando la pared de uno de los inmuebles se desprendió ocasionando graves lesiones.

Para Mario Yagual, surfista peninsular, es necesario que se arbitren medidas inmediatas, pues Chulluype se ha convertido en un destino de aficionados a este deporte, por lo que sugirió que por lo pronto se coloquen letreros que adviertan el peligro". (Información tomada de El Universo, Octubre 23, 2005).

Este hotel es propiedad del Sr. Federico Zen, quien ya ha mantenido conversaciones con el presidente de la comuna y ha manifestado que tiene planeado hacer un hotel, el cual beneficiará a los residentes, puesto que genera fuentes de trabajo. Aún no se ha concretado tiempo de ejecución pero se dice que ya esta en contacto con el Municipio para realizar las gestiones necesarias para llevar a cabo el mismo (Ver Anexo No 10: Fachada del Hotel abandonado).

Por tanto de llevarse a cabo estos proyectos, habría un mayor ámbito de acción entre los mismos y la propuesta de esta tesis.

CAPÍTULO II

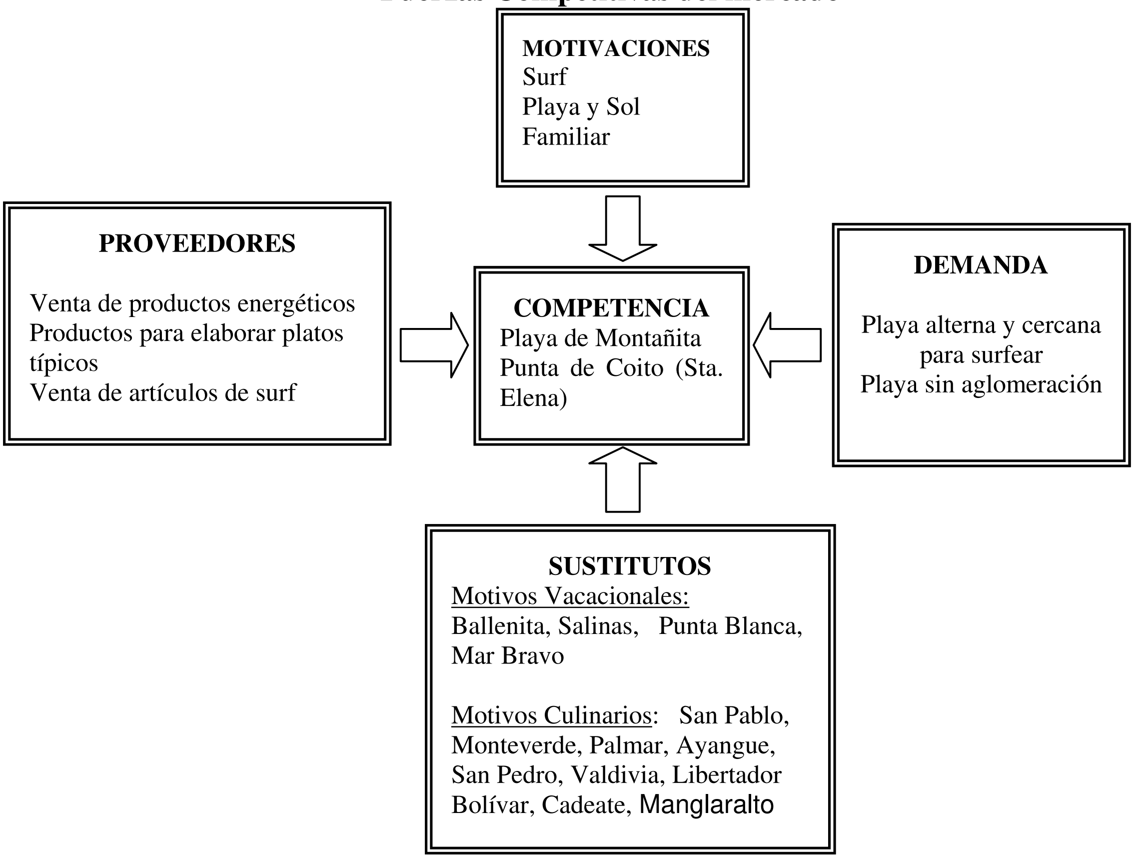
ANALISIS DEL MERCADO

1.2 Características generales del mercado

Chulluype como destino es competencia directa de Montañita por el turismo deportivo (surf), pero en cuanto a servicios es diferente, puesto que en este último se ha desarrollado turismo con planta turística donde los visitantes tienen un período de permanencia más extenso, mientras que en Chulluype es destino de unas horas de permanencia debido a la falta de oferta de alojamiento.

Tabla No. 5

Fuerzas Competitivas del mercado



La tabla anterior se elaboró en base al estudio de Michael E. Potter, sobre el estudio de la teoría de las fuerzas competitivas del mercado.

2.1.1 Análisis de la Demanda

2.1.1.1 Diseño de la encuesta 1: PERFIL DEL TURISTA

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizo la fórmula para estimar proporciones, la cual es la siguiente:

$$n = p(1 - p)\left(\frac{Z}{E}\right)^2$$

En donde **P** es la probabilidad de que ocurra el suceso, **Z** es el valor crítico obtenido de la tabla de la normal para una confiabilidad de 1 - alfa y **E**: es el error máximo admitido. Donde se obtuvo los siguientes valores:

Z: 1,96   P: 0,5   1-P: 0,5   E: 0,049

Y luego de aplicar la fórmula correspondiente el resultado del tamaño de la muestra resultó ser 400.

Para el proyecto cabaña comedor se puso una confiabilidad del 90% para estimar la proporción de personas que concurrirían al local, en lo cual hemos admitido un error del 4,9% y de que ocurra este evento en un 50%

El objetivo de esta encuesta es definir las características más destacadas de los visitantes de Chulluype para identificar el principal mercado a quien dirigir el proyecto. (Ver Anexo No. 11: Modelo de encuesta “Perfil del Turista”)

- **RANGO DE EDAD**

Los rangos de edad que se escogieron en la encuesta sirvieron para clasificar a los turistas según su edad. Se eligieron de tal manera que se pueda percibir una diferencia de edad marcada y de este modo clasificarlos, los rangos son los siguientes:

Menores de 14 años representarían a los niños, infantes, etc.

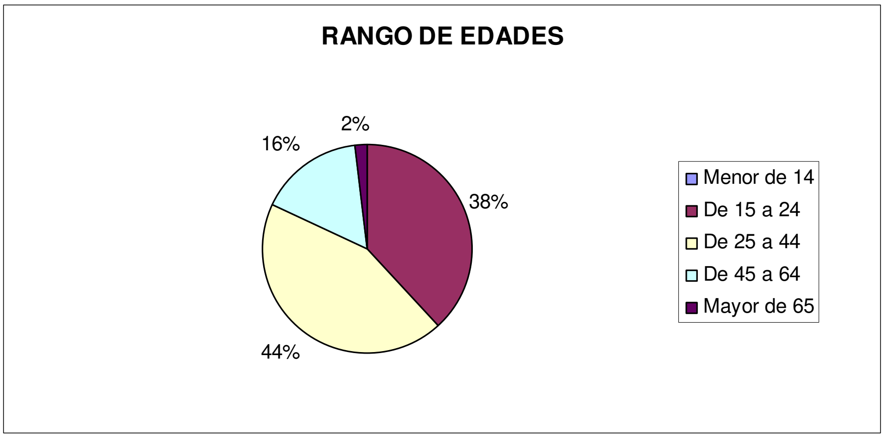
- De 15 a 24 años a los jóvenes adolescentes
- De 25 a 44 años jóvenes adultos
- De 45 a 64 personas adultas, padres de familia
- Los mayores de 65 años personas de la tercera edad

Resultados de la Encuesta

Tabla No. 6

EDAD	
Menor de 14	0,0%
De 15 a 24	38,0%
De 25 a 44	44,0%
De 45 a 64	16,0%
Mayor de 65	2,0%

Gráfico No. 1



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **SEXO**

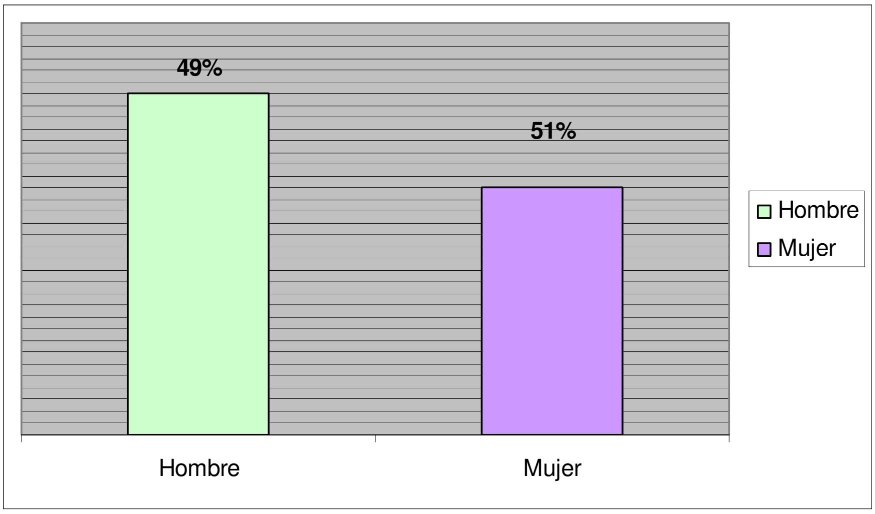
Conocer el sexo de los turistas es importante e indispensable para descifrar si hay alguna tendencia de los visitantes, quienes se dirigen más a Chulluype: hombres o mujeres.

<u>Resultados de la encuesta</u>

Tabla No. 7

SEXO	
Hombre	58%
Mujer	42%

Gráfico No. 2



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **PROCEDENCIA:**

Para conocer la procedencia de los turistas se presentaron 3 rangos clasificados por zonas:

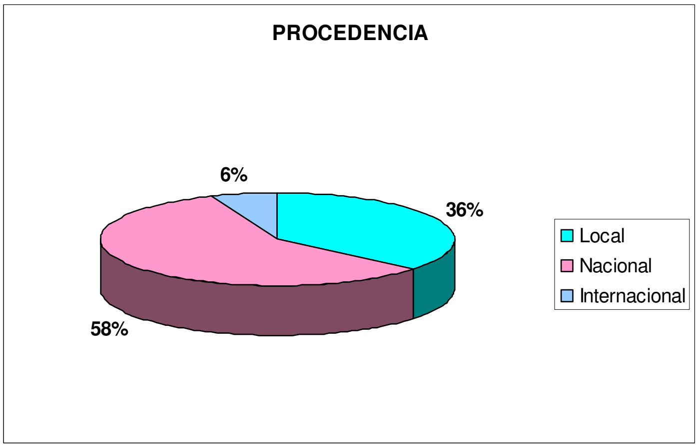
Local, que son los nativos de Chullyupe; Nacional, e Internacionales, que son los turistas del resto del mundo.

Resultados de la encuesta

Tabla No. 8

PROCEDENCIA	
Local	36,0%
Nacional	58,0%
Internacional	6,0%

Gráfico No. 3



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **TIPO DE ALOJAMIENTO:**

Es importante conocer el tipo de alojamiento que buscan los turistas. Las opciones que se detallan en esta pregunta van de acuerdo a la variedad de alojamientos que encontramos en la zona, tales como:

- Casa propia de playa: permite establecer la cantidad de personas que poseen una vivienda en la costa o en el perímetro cercano que en la mayoría las utilizan para vacacionar.

- Hotel: porque este es el tipo de alojamiento más común utilizado por los diferentes tipos de turistas que visitan la playa.

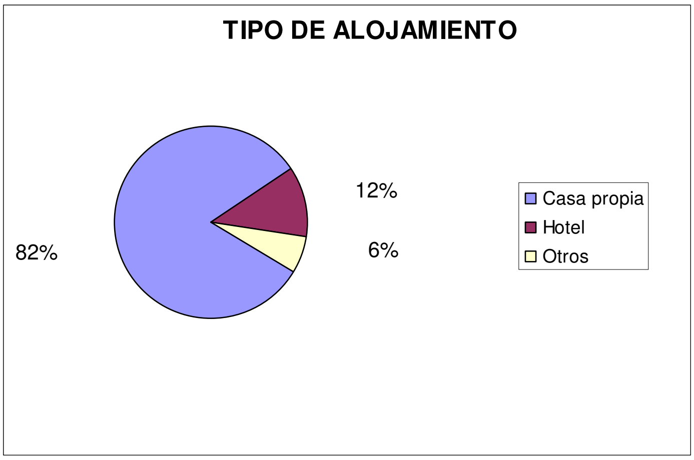
- Otros: En esta opción los encuestados pueden responder libremente ya que algunos turistas llegan y reciben alojamiento por parte de amigos, familiares, etc.

Resultados de la encuesta

Tabla No. 9

TIPO DE ALOJAMIENTO	
Casa propia	82,0%
Hotel	12,0%
Otros	6,0%

Gráfico No. 4



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **MOTIVACION:**

El principal motivo de visita que tienen los turistas para visitar a Chulluype es variable por lo que se colocaron algunas opciones para que el turista escoja el que lo identifique. Las opciones que se dieron fueron:

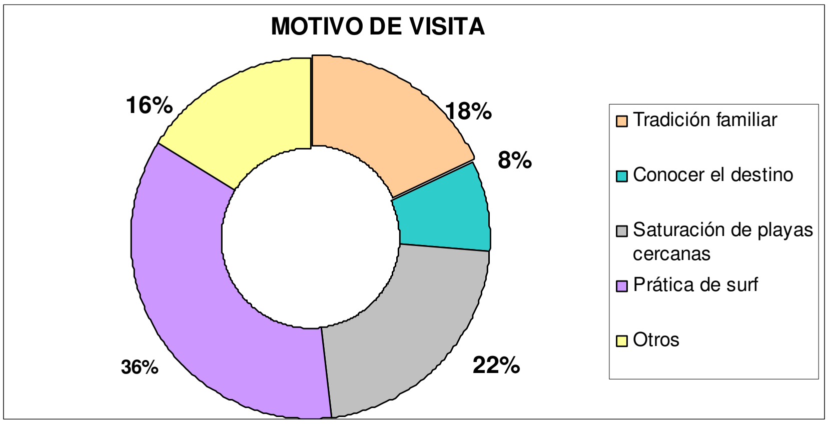
- Tradición familiar: cuando se ha visitado esta playa por muchos años con la familia.
- Conocer el destino: cuando han escuchado del lugar y han sentido curiosidad por descubrir el lugar
- Saturación de playas cercanas: esto se refiere a que Chulluype tiene muchas playas cercanas y en fechas pico estas playas se congestionan demasiado, por lo que la gente escapa de éstas en busca de un lugar más tranquilo.
- Práctica de surf: debido a las condiciones apropiadas que tiene Chulluype, como son sus olas, mucha gente es motivada a visitar Chulluype por este deporte.
- Otros: esta poción es de respuesta abierta ya que pueden haber otros motivos de visita.

<u>Resultados de la encuesta</u>

Tabla No. 10

MOTIVACIÓN DE VISITA	
Tradición familiar	18,0%
Conocer el destino	8,0%
Saturación de playas cercanas	22,0%
Prática de surf	36,0%
Otros	16,0%

Gráfico No. 5



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **PROMEDIO DE GASTO DIARIO**

El promedio de gasto diario de los turistas que visitan Chulluype nos ayuda a conocer la capacidad económica y de gasto de los visitantes.

La diferencia que pueden encontrarse entre cada turista pueden variar mucho, por ello se clasificó en ciertos rangos:

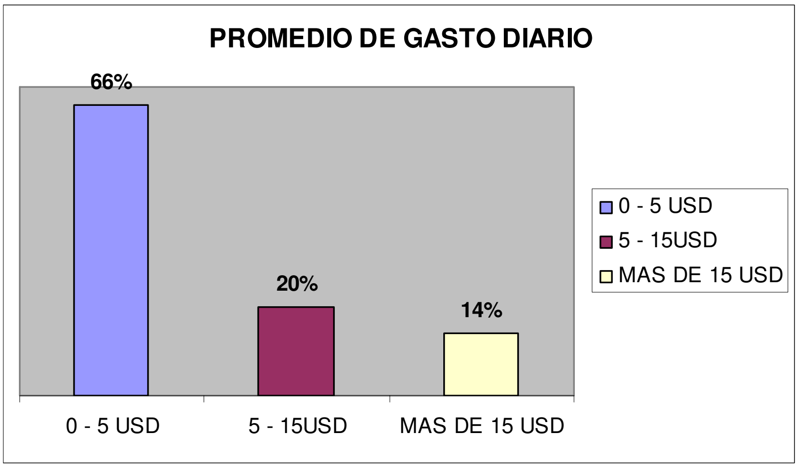
- 0 a 5 USD: este rango es un promedio de gasto diario económico, considerando 0 USD porque puede darse el caso de que no realicen ninguna compra y 5 USD por ser aún una cantidad accesible. Este rango puede ser utilizado por los mochileros, los jóvenes, quienes no requieren mayores gastos.
- De 5 a 10 USD: este rango es aun económico ya que tanto 5 como 10 usd es un valor accesible para los gastos en un día. Este rango puede ser utilizado por los jóvenes también pero con mayor capacidad de gasto
- Mas de 15 USD este rango es el mas alto por lo que quienes accedan a este serán las personas como son los padres de familia o los jóvenes con mayor poder adquisitivo

<u>Resultados de la encuesta</u>

Tabla No. 11

PROMEDIO DE GASTO DIARIO	
0 - 5 USD	66,0%
5 - 15USD	20,0%
MAS DE 15 USD	14,0%

Gráfico No. 6



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **MEDIO DE INFORMACIÓN:**

Esta pregunta revela el medio de información que utilizó el turista que lo motivó a viajar a Chulluype. Las opciones que se presentaron van de acuerdo a los medios de comunicación más utilizadas para el turismo como lo son:

- Recomendación de un conocido: describe a los comentarios positivos o invitación que una persona hace del lugar, lo que crea un efecto multiplicador.

- Internet: porque es un medio que cada vez tiene mayor acogida, y que ya se usa a nivel mundial.

- Televisión: porque es el medio más común a nivel mundial por existir en todos los hogares.

- Revistas: son también un medio de comunicación de fácil acceso y uso además son muchas veces económicas.

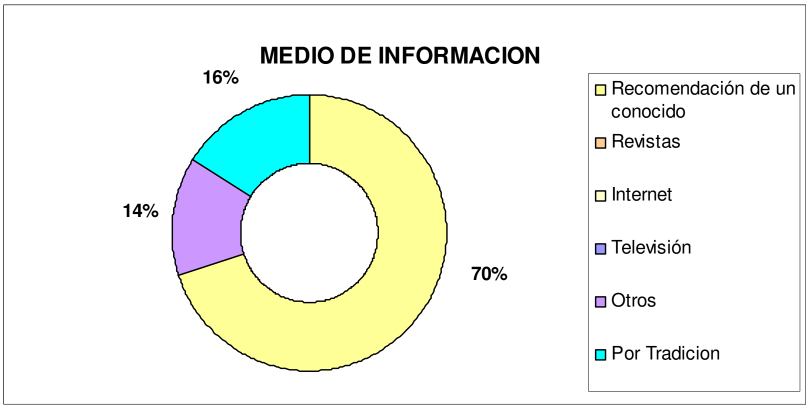
- Otros: es una poción abierta para el encuestado, ya que muchas veces el medio que utilizaron no fue un medio común.

Resultados de la encuesta

Tabla No. 12

MEDIO DE INFORMACION	
Recomendación de un conocido	70,0%
Revistas	0,0%
Internet	0,0%
Televisión	0,0%
Otros	14,0%
Por Tradicion	16,0%

Gráfico No. 7



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **FACTORES POR MEJORAR:**

Para medir el grado de satisfacción de los turistas es necesario conocer los elementos que ellos consideran fundamentales para sentirse satisfechos. Estos elementos son:

- Producto turístico: esta poción es el producto en sí, lo que vino a buscar el turista.

- Seguridad: esta opción es vital para el turista, ya que si el turista no se siente seguro no puede disfrutar del producto turístico.

- Alojamiento: es importante porque es el lugar de descanso del turista, es su espacio privado.

- Transportación: es un medio necesario antes, durante y depués de la visita del turista

- Limpieza: este elemento es muy observado y criticado por los turistas.

- Información disponible: este elemento es fundamental para los turistas ya que desconocen muchas cosas, y requieren de información.

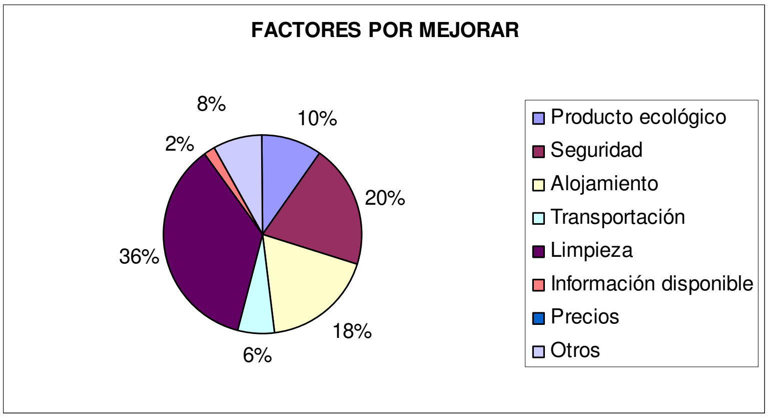
- Precio: este elemento es importante, ya que la mayoría de los turistas tiene un presupuesto, y con este elemento ellos pueden considerar a la ciudad: barata, económica, regular, cara.

<u>Resultados de la encuesta</u>

Tabla No. 13

FACTORES QUE CONSIDERA DEBEN MEJORAR	
Producto ecológico	10,0%
Seguridad	20,0%
Alojamiento	18,0%
Transportación	6,0%
Limpieza	36,0%
Información disponible	2,0%
Precios	0,0%
Otros	8,0%

Gráfico No. 8



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **TIEMPO DE ESTADÍA**

El tiempo de estadía permite revelar el tiempo que los turistas permanecen en Chulluype. Se presentaron 3 rangos que clasifiquen la estadía por períodos, estos son:

- Horas: se refiere cuando los turistas permanecen pocas horas, puede ser que van solo una mañana o solo una tarde.

- Un día: cuando los visitantes van desde la mañana y se quedan todo el día.

- Un fin de semana: cuando los turistas escogen esta playa para pasar el fin de semana.

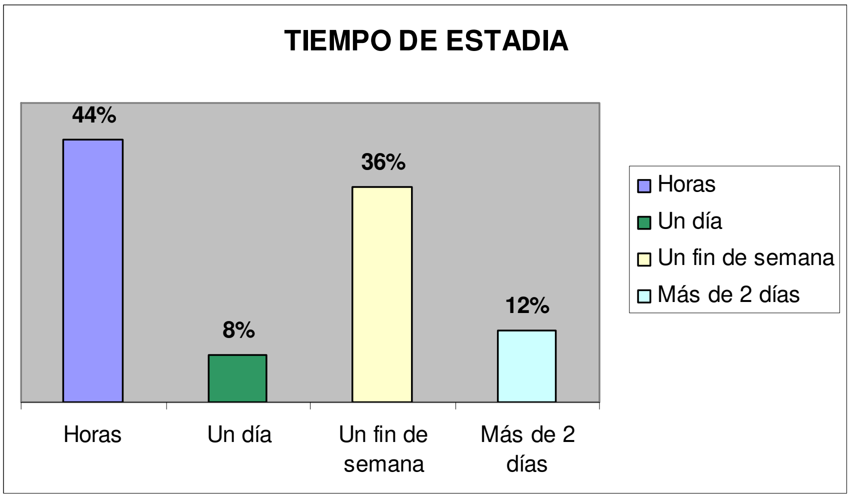
- Más de 2 días: este representa las estadías mas largas como por ejemplo las personas que van a la península a vacacionar durante toda la temporada

Resultados de la encuesta

Tabla No. 14

TIEMPO DE PERMANENCIA	
Horas	44,0%
Un día	8,0%
Un fin de semana	36,0%
Más de 2 días	12,0%

Gráfico No. 9



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **GRADO DE SATISFACCION**

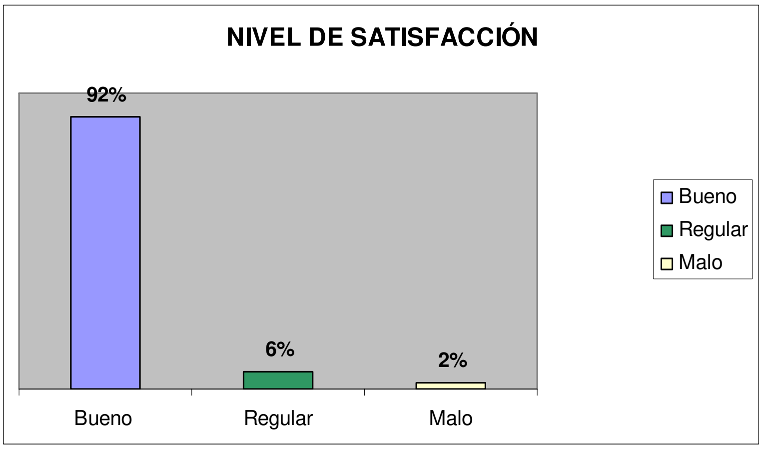
Sirve para reconocer el grado de satisfacción de los turistas, la conclusión que se llevan del lugar, por ello en esta pregunta se puede calificar 3 escalas de nivel de satisfacción: bueno, regular y malo. No existe una regla fija que diga qué tipo de escala es mejor. En las escalas que ofrecen cuatro respuestas (muy mal, mal, bien, muy bien) el encuestado se vería obligado a posicionarse en la repuesta. En las de tres respuestas donde se añade la posibilidad "regular", el turista no tiene la obligación de posicionarse en el lado bueno o malo de la respuesta. Si se posiciona lo hará porque está convencido y no porque le hemos obligado con la escala.

Resultados de la encuesta

Tabla No. 15

NIVEL DE SATISFACCIÓN	
Bueno	92,0%
Regular	6,0%
Malo	2,0%

Gráfico No. 10



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **MOVILIZACION HACIA EL DESTINO**

Nos ayuda a analizar cual es el medio de transporte comúnmente utilizado por los turistas para llegar hacia el destino, para lo cual se dieron las siguientes opciones:

Publico: Los servicios de transportación publica, es decir las cooperativas de transporte o taxis.

Privado: La movilización particular que utilizan los turistas.

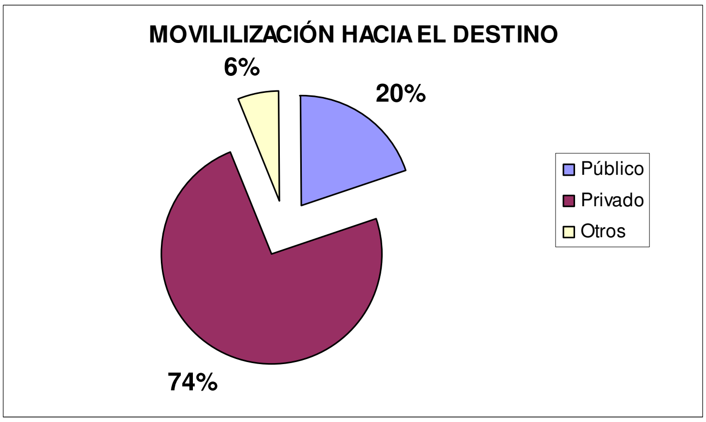
Otros: Pueden incluir tours organizados.

Resultados de la Encuesta

Tabla No. 16

MOVILIZACIÓN HACIA EL DESTINO	
Público	20,0%
Privado	74,0%
Otros	6,0%

Gráfico No. 11



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

- **FRECUENCIA DE VISITA EN TEMPORADA ALTA**

Lo que se quiere buscar es la frecuencia de visita de los turistas a chulluype y poder calcular un valor aproximado de turistas durante los meses de temporada alta y así saber cuanto será el mercado a cubrir. Se enumeraron las siguientes opciones:

1 vez: Los turistas que visitan el lugar al menos 1 vez al año

De 2 a 4 veces: Turistas que mantienen cierta frecuencia a Chulluype.

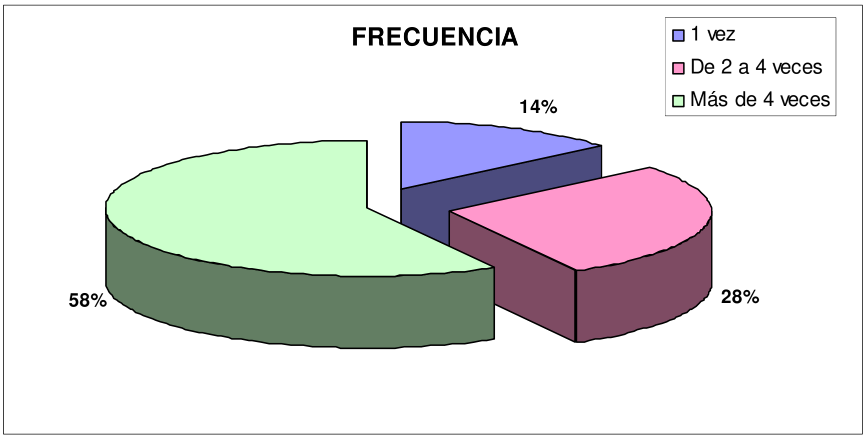
Más de 4 veces: Turistas que tienen como costumbre visitar este destino.

<u>Resultados de la encuesta</u>

Tabla No. 17

FRECUENCIA DE VISITA EN TEMPORADA ALTA	
1 vez	14,0%
De 2 a 4 veces	28,0%
Más de 4 veces	58,0%

Gráfico No. 12



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia).

2.1.1.2 Conclusión de encuesta

El perfil del turista que visita Chulluype la comprenden hombres y mujeres con un rango de edad de 15 a 24 años y de 25 a 44 años. Un gran grupo visitan la playa en busca de olas adecuadas para la práctica de surf y otro lo hace por tradición familiar ya que esta ha sido la playa que han visitado desde hace anos con la familia. El presupuesto de consumo diario es mínimo puesto que no sobrepasa los 5 usd. Pero cabe recalcar que esto se debe a que el lugar no ofrece servicios que el turista pueda gastar.

Los turistas que van a esta playa son de procedencia nacional y la gran mayoría pernoctan en casas propias que poseen en la península. Generalmente el tiempo que permanecen en la playa es solamente por unas horas ya que no hay servicios de restaurantes, por lo que se trasladan a las playas más cercanas como Salinas, Libertad o Santa Elena. El vehículo propio es el medio de transporte mas usado para llegar a esta playa.

Las personas que visitan Chulluype se enteraron de esta playa gracias al efecto multiplicador proveniente de la recomendación de algún conocido y la frecuencia con que visitan esta playa es de más de 4 veces en temporada alta lo que demuestra que tiene mucha aceptación. Además los visitantes manifestaron que su nivel de satisfacción con respecto a Chulluype era Bueno.

2.1.2 Análisis de la oferta

Descripción de la carga turística existente:

- **DIRECTA**

Chulluype: Como se demostró en el capitulo 1, los kioscos de comida que se sitúan en la playa de Chulluype los fines de semana y feriados, son los únicos negocios donde se expende comidas y bebidas. (Ver Anexo No 5: Kiosco de Comida)

Ballenita: En este sitio se han instalado alrededor de 23 cabañas ubicadas en la parte central de la parroquia, con capacidad para 20 personas aproximadamente. En estos locales se expende: bolones, empanadas de verde, ceviches (de concha, pescado, camarón, etc.), arroz marinero, arroz con pescado frito, camarones apanados, etc.
A continuación se consideran algunos de dichos establecimientos:

- Cabaña – Comedor " Las Ostras "
- Cabaña – Comedor " El Bochinche "
- Cabaña – Comedor " La Gemelita "
- Cabaña – Comedor " Chabelita "
- Cabaña – Comedor " El Chef "
- Cabaña – Comedor " La Sirena "
- Cabaña – Comedor " Los Marisco de Tula "
- Cabaña – Comedor " Tabú "
- El Rincón de Don Víctor

(Ver Anexo No 12: Cabañas de Comida en Ballenita)

A diferencia de Chulluype, en Ballenita cuenta con planta turística mas desarrollada, ya cuenta con un contado numero de lugares de alojamiento donde se ofrecen servicios de alimentación.

BALLENITA INN

Localización**:**	Esta ubicado a la entrada de Ballenita (Carretera Santa Elena – Ballenita)
Número de Habitaciones:	28
Facilidades**:**	Las habitaciones poseen baño privado con agua Caliente y fría, aire condicionado, televisor**.** Piscina, Restaurante, Snack Bar, Cafetería, Instalaciones para seminarios. (Ver Anexo No 13: Foto Hotel Ballenita)

FARALLON DILLON

Localización:	Esta ubicado en la parte alta de Ballenita a 30 metros de altura sobre el nivel del mar.
Número de Habitaciones:	8
Capacidad:	
Facilidades:	Las habitaciones poseen Baño privado, con vista al mar.

Galería Náutica, Bar Restaurante, Snack bar, Cancha de tennis, Gimnasio, Zona de buceo, Playa exclusiva, Parqueo privado, Mirador de Ballenas, Cancha de bolley playero, Área de hamacas.

BALLENA AZUL

Localización:	Esta ubicado en el centro de Ballenita a doscientos metros del mirador central.
Número de habitaciones:	8
Facilidades:	Esta es una casa que ofrece solo servicio de Alojamiento durante los meses de mayor demanda (febrero a abril)

- **INDIRECTA**

La oferta indirecta corresponde a los establecimientos ubicados junto a la playa en la ruta del sol, los cuales en su mayoría ofrecen platos típicos de la costa entre los que destacan arroz con pescado, chupe de pescado, ceviches, etc.

Se detallan los siguientes establecimientos:

<u>San Pablo</u>

Cabaña Briomar

Cabaña My Bar on the beach

<u>Monteverde</u>

Cabaña Vanessita

Cabaña Arelys

Cabaña Kenya

<u>Palmar</u>

Cabaña Suave Brisa

Cabaña Delfín Azul

Cabaña Brisa del Mar

<u>Ayangue</u>

Cabaña Thalia

<u>San Pedro</u>

Cabaña San Pedro Beach

Cabaña Islote del Pelado

Cabaña Clarita

<u>Valdivia</u>

Cabaña Parador Turístico

<u>Libertador Bolívar</u>

Cabaña Rafaelito

Cabaña Brisa Mañanera

Cabaña La Costa

Cabaña Caída del Sol

Cabaña Brisa del Mar

Cabaña Petit

(Ver Anexo No 14: Fotos Cabañas en la Ruta del Sol)

Luego de la investigación de campo realizada, se pudo constatar que la gran mayoría de establecimientos donde se ofrecen alimentos poseen menús limitados y poco saludable, por lo que para efectos conocer la aceptación que tendría el proyecto propuesto, se realizo una segunda encuesta donde se busca conocer las preferencias de los visitantes de Chulluype, y de esta manera ofrecer un producto acorde a las necesidades de la demanda. Este proyecto será detallado más a fondo en el capitulo tres, en el diseño del proyecto.

2.1.2.1 Diseño de la encuesta "ANÁLISIS DE ACEPTACION DEL BALCON DE SERVICIOS: Cabaña Comedor"

El objetivo de esta encuesta es conocer los gustos y requerimientos que los visitantes de chulluype prefieren, y de esta manera ofrecer los servicios y productos que satisfagan sus necesidades y alcanzar un óptimo nivel de aceptación que lleve a generar ganancias. (Ver Anexo No 15: Modelo de encuesta "Análisis de aceptación del balcón de servicios).

- **RANGO DE EDAD**

Serán esenciales al momento de percibir una diferencia de edad marcada y de este modo clasificarlos, los rangos son los siguientes:

Menores de 14 años representarían a los niños, infantes, etc.

- De 15 a 24 años se los considerará jóvenes adolescentes.

- De 25 a 44 años se los considerará jóvenes adultos

- De 45 a 64 años se los considerará personas adultas, o posibles padres de familia.

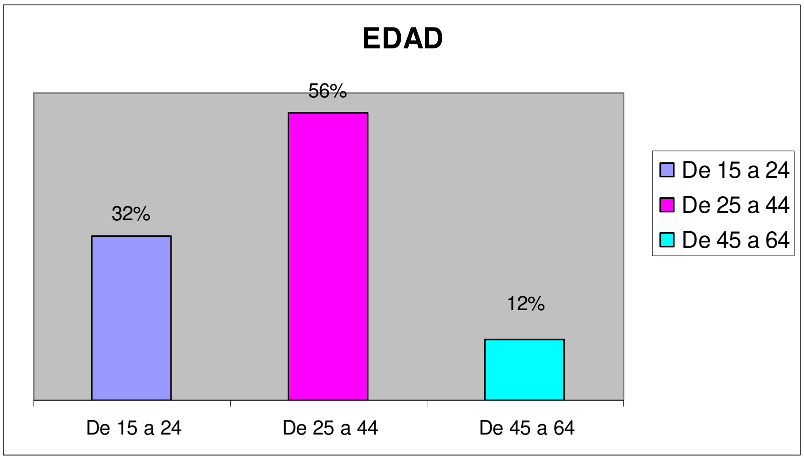
- Los mayores de 65 años serán considerados personas de la tercera edad.

Resultados de encuesta

Tabla No. 18

EDAD	
Menor de 14	0%
De 15 a 24	32%
De 25 a 44	56%
De 45 a 64	12%
Mayor de 65	0%

Gráfico No. 13



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia)

- **SEXO**

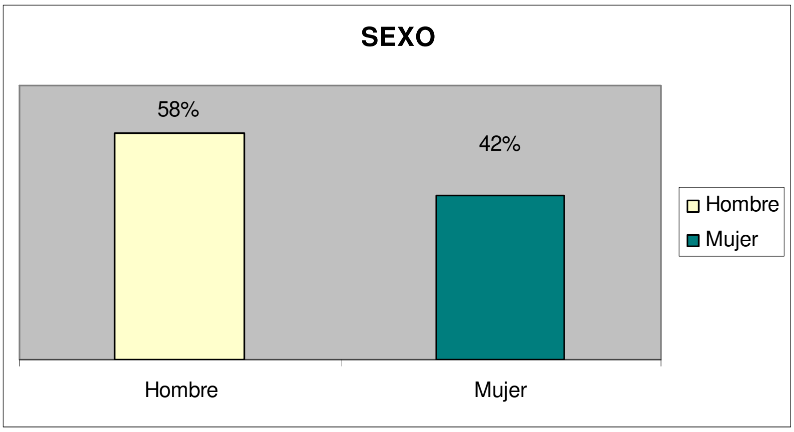
Conocer el sexo de los turistas es importante e indispensable para descifrar si hay alguna tendencia de los visitantes, quienes se dirigen más a Chulluype: hombres o mujeres.

Resultados de la encuesta

Tabla No. 19

SEXO	
Hombre	58%
Mujer	42%

Gráfico No. 14



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia)

- **BEBIDAS**

Es muy importante conocer la clase de bebida que el turista que visita la playa de Chulluype consume durante su estadía, dependiendo de tipo de actividad que realiza en la misma. Enumeramos las cuatro alternativas que pusimos a consideración en la encuesta:

- <u>Bebidas gaseosas y agua:</u> Bebidas de consumo masivo, las cuales no pueden dejar de estar en nuestro análisis.

- Batidos y jugos: Batidos de frutas con leche o jugos naturales de la estación.

- Bebidas energizantes: Tipo de bebida con contenidos energizantes ya sea con Taurina o naturales tales como B220, Red Bull y demás, se pretende vender esta clase de bebidas debido a la alta concentración de deportistas que practican surf.

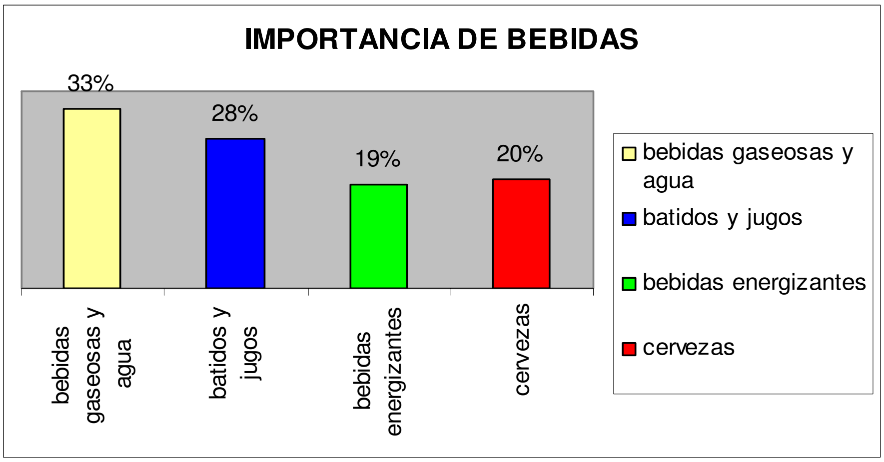
- Cervezas: Bebida alcohólica de moderación que se pretende ofrecer a lo turistas, ya que el consumo de la misma es de alta demanda en la playa.

Resultados de la encuesta

Tabla No. 20

bebidas	
bebidas gaseosas y agua	33%
batidos y jugos	28%
bebidas energizantes	19%
cervezas	20%

Gráfico No. 15



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia)

- **ALIMENTOS**

Se analiza el tipo de alimentos que los turistas consumen mientras están en la playa, los cuales no deban ser muy pesados, ya que no se estima la venta de ellos. Se describen cuatro de ellos, los cuales se describen a continuación:

- <u>Sanduches y snacks:</u> Sanduches de jamón, queso, mixto, pollo, atún y en cuanto a los snacks, nos referimos a fundas de papas, chifles.

- <u>Ensalada de frutas:</u> Mezcla de frutas de la estación, se servirán frías.

- Barras energéticas: Tipo de suplemento alimenticio empacados individualmente como: Quaker oatmeal, Morning sets y demás, esta clase de barras energéticas responden a la cantidad de sufistas en la playa por la mañana y tarde.
- Piqueos típicos: Piqueos hechos con comida típica de la zona como: Chicharrón de mariscos, deditos de yuca, patacones, pastelitos de harina.

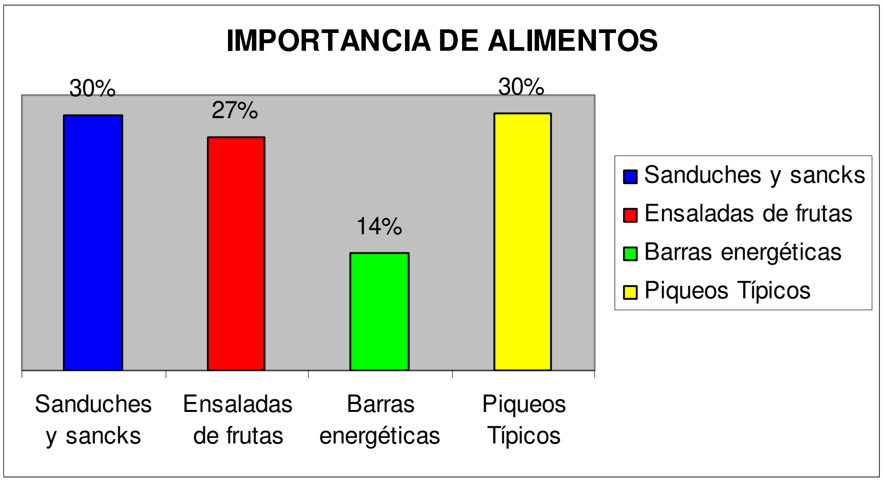
Resultados de la encuesta

Enumere en rango de importancia o gusto, siendo 4 el más importante, los productos que se deberían ofrecer:

Tabla No. 21

Alimentos	
Sanduches y sancks	30%
Ensaladas de frutas	27%
Barras energéticas	14%
Piqueos Típicos	30%

Gráfico No. 16



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia)

- **ALQUILER**

Para medir el grado de preferencia de algunos de los servicios adicionales en los que se pretende invertir como diversificante del producto. Al ofrecer tres opciones en los que se estima serían los preferidos de los visitantes, los que se describen a continuación:

- Casilleros: Servicio que se pretende dar a los bañistas, ya sean para los deportistas que practican el surf como a las personas que quieran dejar sus pertenencias seguras mientras disfrutan de su esparcimiento.

- Tablas Morey boogie: Es una tabla pequeña con la que se toma la ola acostado boca abajo, con los que se pretende que el turista con poca experiencia o los niños puedan disfrutar de uno de los atractivos mas importante de la playa (la ola mas larga del Ecuador)
- Tablas de surf: Debido a las condiciones propicias que presta la playa de Chulluype con las olas mas largas del Ecuador, se pretende alquilar las tablas de surf para que personas que ya dominan el deporte las utilicen, así como también las personas que empiezan a practicar o estén tomando clases.

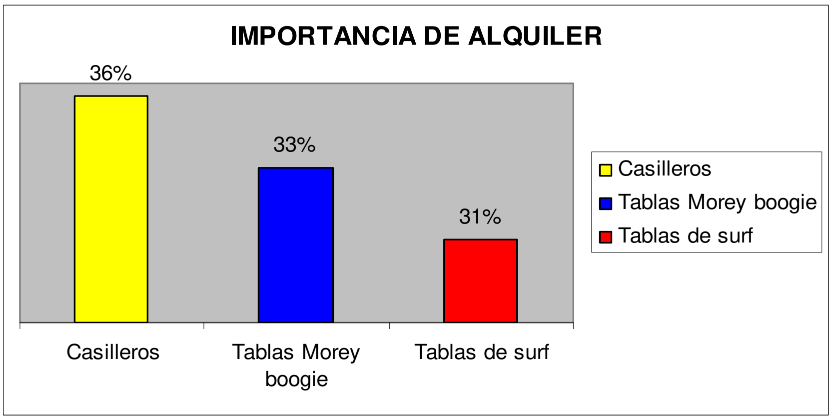
Resultados de la encuesta

Enumere en rango de importancia o gusto, según considere necesario, la implementación de los siguientes servicios adicionales: siendo 3 el mayor.

Tabla No. 22

Alquiler	
Casilleros	36%
Tablas Morey boogie	33%
Tablas de surf	31%

Gráfico No. 17



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia)

- **PAGO DE SERVICIOS**

Con esta pregunta proporcionará de una idea amplia de cuanto está dispuesto a pagar el turista por cada uno de los servicios que se ofrecerán. Esta pregunta se la hacen a los turistas en la playa que sean económicamente activos o que tengan recursos económicos para que puedan hacer uso de ellos, así como también a los padres de familias encargados de surtir de alimentos a los suyos. A continuación los servicios que se les pidió ponerle valor monetario, o que estuviesen dispuesto a pagar por ellos:

- <u>Alquiler de casilleros:</u> Debido a la cantidad de deportistas que dejan sus pertenencias para realizar sus actividades en el mar, como para turistas en general que tengan la necesidad de salvaguardar sus pertenencias. Los entrevistados darán su precio que están dispuestos a pagar diario por el alquiler del mismo.

- Alquiles de Morey boogie: Dada la cantidad de turistas jóvenes y niños que les gusta practicar ésta disciplina, se les preguntará a los entrevistados cuanto están dispuestos a pagar por el producto a razón diaria, así como a los padres quienes son los que proveen de el dinero para que ellos hagan uso del mismo.

- Alquiler de tablas de surf: Siendo una playa donde se practica el surf, se pretende que los turistas y los interesados den su opinión de cuanto estarían dispuestos a pagar por la tablado surf diario.

- Pago por los alimentos y bebidas: Se les preguntará a los turistas que son quienes tengan cargas familiares cuanto estarían dispuestos a pagar diario por ellos y por sus cargas familiares, así como también a los turistas que no tengan cargas familiares, cuanto estarían dispuestos a pagar por persona, para así, saber cual es el promedio de gastos de quienes visitan Chulluype.

Resultados de la encuesta

Indique hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos.

Tabla No. 23

ALQUILER CASILLEROS	
HASTA 1 USD	45%
1,01 HASTA 5 USD	**55%**
5,01 HASTA 10 USD	
MAS DE 10 USD	

Gráfico No. 18

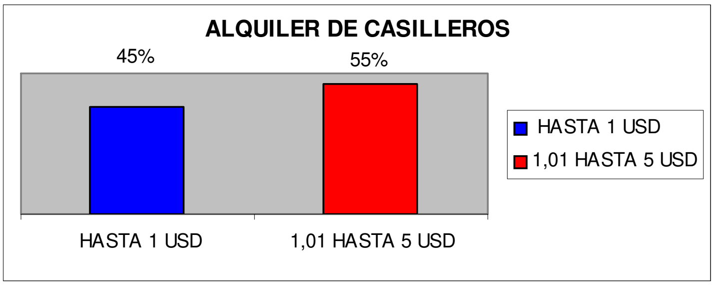


Tabla No. 24

ALQUILER DE MOREY BOOGIE	
HASTA 1 USD	**74%**
1,01 HASTA 5 USD	24%
5,01 HASTA 10 USD	2%
MAS DE 10 USD	

Gráfico No. 19

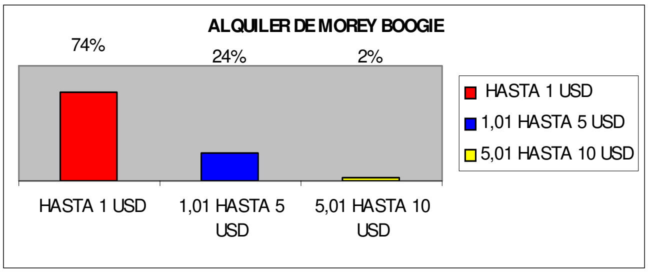


Tabla No. 25

ALQUILER TABLA DE SURF	
HASTA 1 USD	29%
1,01 HASTA 5 USD	**38%**
5,01 HASTA 10 USD	33%
MAS DE 10 USD	

Gráfico No. 20

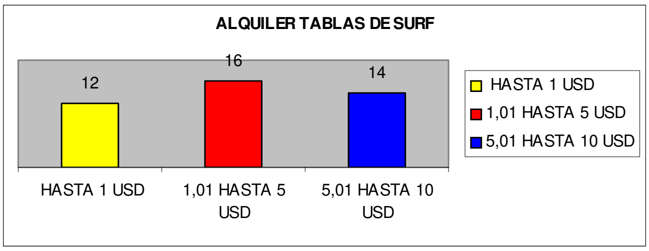
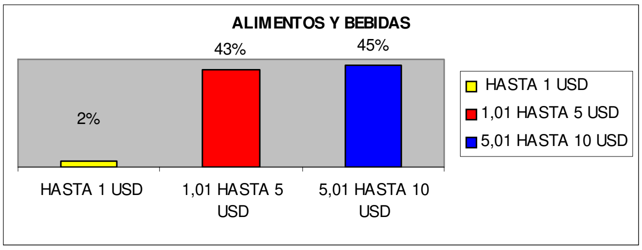


Tabla No. 26 **Gráfico No. 21**

ALIMENTOS Y BEBIDAS	
HASTA 1 USD	2%
1,01 HASTA 5 USD	43%
5,01 HASTA 10 USD	**45%**
MAS DE 10 USD	



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia)

- **SERVICIOS ADICIONALES**

Con esta pregunta se pretende hacer uso de sus expectativas de nuevos servicios a implementar para mejorar el destino ya sea como producto o como facilidad. Ésta pregunta dará una mejor perspectiva de cuales son la necesidades del turista que visita la playa de Chulluype.

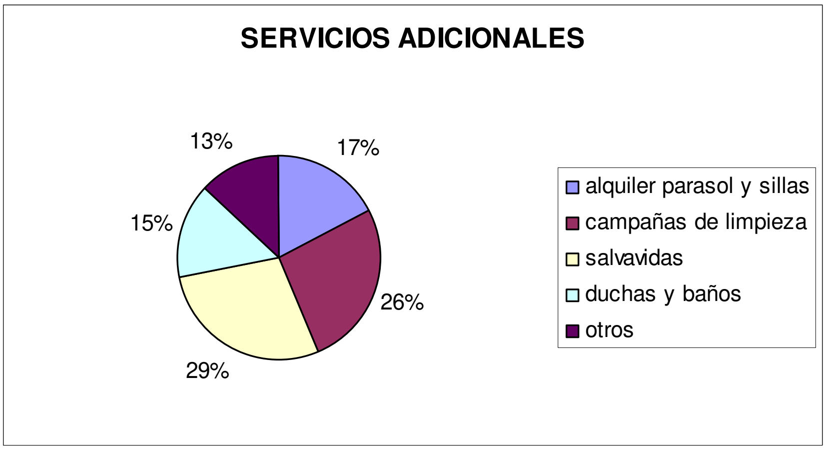
Respuestas de la encuesta

Según su opinión que otros servicios deberían agregarse a esta playa.

Tabla No. 27

SERVICIOS ADICIONALES	
alquiler parasol y sillas	17%
campañas de limpieza	26%
salvavidas	28%
duchas y baños	15%
otros	13%

Gráfico No. 22



Fuente: Encuesta realizada en enero y febrero 2007 (Elaboración propia)

2.1.2.2 Conclusión de la encuesta

El perfil del turista que visita Chulluype la comprenden hombres y mujeres con un rango de edad de 15 a 24 años y de 25 a 44 años.

Concluimos que en cuanto a las bebidas, encontramos alto interés en las bebidas ligeras o cortas como las gaseosas y agua en 33% con respecto a las demás bebidas. En segundo lugar encontramos que los batidos y jugos con el 28% de la aceptación de los turistas. Las cervezas con el 20% de la aceptación de los encuestados da una clara idea del perfil de consumo de los turistas que visitan Chulluype no son consumidores de bebidas alcohólicas, pero sí sorprende que el producto que fue diseñado para los deportistas que gustan de una buena alimentación balanceada y de rápido acceso, las bebidas energéticas, solo fue aceptado sólo en un 19% de los encuestados.

Así mismo concluimos en cuanto a la alimentación en primer lugar y con el mismo porcentaje de aceptación están los sanduches y snacks con los piqueos típicos con un 30% de aceptación, claramente el perfil del visitante gustan de comidas de elaboración media o tipo abreboca. En segunda instancia las ensaladas de frutas que fue aceptada en un 27% de los encuestados, no muy lejano al porcentaje de los productos anteriores. Y en último lugar otro de los productos que se pensó iba a ser uno de los más aceptados por los deportistas que practican surf en esta playa, las barras energéticas, con el 14% de la aceptación de los bañistas y visitantes de Chulluype.

Al hacer un recuento de los datos obtenidos por la aceptación de los tipos de servicios ofrecidos a los visitantes, se encontró que al 36% prefiere o utilizaría los casilleros para el resguardo de sus pertenencias. Con el 33% preferirían alquiler la tabla de Morey boogie dada la cantidad de niños y personas que desearían relajarse en el mar haciendo uso de este tipo de tabla. En último lugar están las tablas de surf que con el 31% de la aceptación de los bañistas, se concluye que no sería rentable invertir en el alquiler de tablas de surf, ya que las personas encuestadas aceptaron que sólo las utilizarían por curiosidad, pero no mostraron verdadero interés en ellas.

Cabe recalcar que en la elaboración de la encuesta, al momento de establecer el cobro de los cuatro productos a ofrecer, se estableció que el mismo entrevistado ponga su precio, es decir, indicaron cuanto pagarían por el producto ofrecido. Así concluimos que en cuanto a *alquiler de casilleros* el 45% pagaría hasta un dólar, pero el 55% pagaría de 1.01 hasta 5 dólares. En cuanto al *alquiler de Morey boogie* el 74% pagaría hasta el un dólar, el 24% pagaría de 1.01 hasta 5 dólares y el 2% de 5.01 hasta 10 dólares, dándonos un dato bien claro de cuánto estaría dispuesto a pagar por el visitante. Al analizar el alquiler *de las tablas de surf* encontramos que un 38% de los entrevistados pagaría de 1.01 hasta 5 dólares, el 33% de 5.01 hasta 10 dólares y en último lugar los turistas que pagarían hasta 1 dólar en porcentaje del 29%. Continuando con el análisis concluimos que en cuanto a gastos en *alimentos y bebidas* per cápita la mayor cantidad de los turistas estarían dispuestos a gastar de 5.01 hasta 10 dólares con el 45%, el 43% de 1.01 hasta 5 dólares y en último lugar el 29% hasta 1 dólar estaría dispuesto a pagar por su alimentación.

Al final de la encuesta se advierte una pregunta abierta en la que se hace eco de la percepción de factor al estar y haber disfrutado de la playa, al sugerirle que indique los aspectos que se debería mejorar la playa. El 28% pide salvavidas, el 26% pide que se realicen campañas de limpieza debido al haber bastante desperdicios arrastrados por el mar y abandonados por los malos turistas, el 17% alquiler de sillas y por último el 15% duchas y baños.

2.1.3 Determinación de la capacidad de carga

Introducción

Si bien las playas del litoral ecuatoriano todavía no cuentan con todos los estándares de servicios necesarios para competir con otros destinos turísticos posicionados que captan una visitación masiva de un turismo extranjero, como el caribe o las costas mediterráneas, no es menos cierto que la afluencia turística hacia las playas del Ecuador ha aumentando considerablemente en los últimos años, debido fundamentalmente al importante empuje que el turismo interno ha recibido a través de distintas políticas tendientes a favorecer feriados largos caracterizados por una fuerte movilización de grandes grupos humanos hacia las costas del Ecuador.

Es importante destacar que actualmente existe una oferta creciente de servicios, facilidades y atractivos turísticos, que están captando la atención de una creciente demanda nacional e internacional (En destinos playeros específicos), misma que presentan una alta afinidad con la realización de actividades playeras, deportivas, al aire libre, recreativas. Esta demanda presenta un comportamiento estacional, en el que gran parte del año se mantiene en niveles de visitación moderados, pero existe un alto flujo turístico en las temporadas vacacionales de Costa y Sierra y sobretodo en los feriados, en los cuáles el número de turistas y excursionistas, excede en mucho el promedio acostumbrado de visitación. Bajo esta situación, tanto comunidades, municipalidades, la marina y demás organismos vinculados al manejo de las playas, demandan orientación y apoyo para la planificación y el desarrollo ordenado de las actividades turísticas y recreativas. Si bien la alta afluencia de turistas que visitan las playas, generan externalidades positivas (léase en los considerables réditos económicos esparcidos), la presencia masiva de personas en la playa, ocasiona también externalidades negativas en el entorno y sobre todo en las comunidades que pueden quedar al margen de los beneficios prometidos. En la misma línea, es necesario establecer pautas para el desarrollo de infraestructuras, para los cuales la demanda potencial debe estar relacionada con el potencial de la oferta existente.

- **Capacidad de los servicios de alojamiento**

La oferta de alojamiento de Chulluype, fue establecida en un inicio en base catastro oficial y complementado con el conteo y la estimación directa del número de plazas totales de la oferta formal e informal de Ballenita, Siendo éste el centro más cercano con estructura turística. Por lo tanto, de la información generada por el catastro, se establecieron las categorías de los establecimientos y para la información de los establecimientos informales, se establecieron tres categorías: casas informales, áreas de camping y “otros” que incluyen las casas y habitaciones renteras.

Ballenita Inn: 28 habitaciones.
Farallón Dillon: 8 habitaciones Lujo.
Ballena Azul: 8 habitaciones.

Se consideran 34 plazas en total de la estructura turística de Ballenita para el estudio, sin contar con las casas que se encuentran en alquiler para las temporadas playeras, ni de algunas casas que admitían hospedaje de informal

- **Capacidad de los servicios de alimentación**

De acuerdo al número de plazas existentes, se calculó el número de usuarios que en un día podrían ser acogidos, tomando en cuenta una estadía promedio de una hora por usuario, durante cuatro horas pico de uso (12:00 – 16:00). La información sobre número de plazas se obtuvo también a través de los catastros oficiales de Ballenita, y también por medio de un sondeo directo para complementar la información en las playas donde no se pudo obtener información actualizada. En éste sitio se han instalado alrededor de 23 cabañas ubicadas en la parte central de la parroquia, con capacidad para 20 personas aproximadamente, dando un total aproximado de capacidad alimenticia de 2300 personas. Se debe de agregar que no se contabilizó a las cabañas o sitios de venta de alimentos informales o que funcionaban sin el permiso de operaciones, o que no contaban con el debido catastro.

Como se puede ver, la oferta turística no se encuentra debidamente registrada. Eso representa un problema de manejo y eso lleva a que muchos aspectos de la oferta y la demanda no puedan ser conocidos y analizados. Otro punto importante de atención en Chulluype debe ser también la calidad de los servicios ofertados en los diferentes establecimientos, pues a través de diferentes testimonios se reportó la baja calidad en los servicios dada por insuficiencias en recursos básicos como agua potable, energía eléctrica, y manejo de desechos sólidos.

- **Capacidad de sitios de parqueo**

De acuerdo al espacio físico de exclusivamente la playa de Chulluype, en la entrada de acceso directo de la zona de tránsito a la zona activa, existe aproximadamente la capacidad para 12 carros, en la calle de acceso a la playa se estima que se puedan estacionar 15 carros, asumiendo una media de cuatro espacios por carro, nos da el total de 108 personas.

Se debe aclarar como información relevante, que la comunidad ha hecho extensiva al PMRC la no conformidad de aceptación de buses en su playa, ya que es físicamente imposible estacionar ese tipo de vehículos, además del desmejoramiento del destino por la saturación de la playa con la llegada excesiva de los turistas que llegan en estos buses. (Ver Anexo No 16: Área de parqueos de la playa de Chulluype).

Cálculo de carga aceptable para la zona de uso turístico actual

El número de visitantes que pueden acudir a una playa se basa en la estimación del área disponible, versus un área ideal de ocupación personal definida referenciales con anterioridad. La definición del área ideal que una persona debería disponer con fines recreativos es una estimación referencial y muy variable de acuerdo a distintos estudios.

En tal virtud, los números arrojados para estimar un área de ocupación, pueden variar dependiendo de innumerables factores y de los requerimientos propuestos por los manejadores.

Para el presente estudio, se ha considerado a Roig (2002) como el autor del cuál se ha adaptado las medidas ha ser utilizadas para la aplicación de los criterios de capacidad de ocupación, en donde, se establece que un área de 25m² por persona sería el ideal en playas localizadas en áreas naturales, sin embargo aplica una consideración de que 12m² cuando éstas presentan un turismo estacional limitado a pocos meses en el año, el área puede reducirse a 15m² por persona. Para las playas de carácter urbano, el autor refiere un valor de 5m² como área mínima necesaria.

Playa urbana

Playas localizadas dentro de los perímetros urbanos. Presentan un entorno urbano altamente transformado, con fácil accesibilidad y que soportan un intenso uso, dándole el mínimo valor de $5m^2$ por persona.

Playa semiurbana

Son aquellas cuyo entorno se encuentra parcialmente edificado, en general con construcciones aisladas ó pequeñas poblaciones circundantes. Cuentan con una limitada accesibilidad y moderada afluencia. Incluyen Playas con presencia de ecosistemas naturales en sus alrededores, dándole un mínimo valor de $15m^2$ por persona.

Para este efecto se hicieron las mediciones correspondientes para la playa de Chulluype, haciendo uso de cintas de medición. En cuanto a largo de playa, se midió desde el límite natural de la desembocadura del río Chulluype hasta las rocas del lado del faro, dando un dato de 375m. de playa (solo arena). Para la medición del ancho de playa se tomó de referencia las tablas de marea del Instituto Oceanográfico De La Armada, tomando las mediciones de en cada uno de sus picos de pleamar y bajamar. Dando una promedio de 21m en el ancho de playa.

Teniendo ya estas medidas se aplica el método utilizado por Roig (2002) en el que por ser playa semiurbana, se le consideran 15m² por persona. Es decir que 375m. de largo de playa multiplicado por los 21m promedio de ancho de playa, dando como resultado 525 turistas de carga aceptable sugerida para el área de uso turístico actual. (Ver Anexo No 17: Vista de zona de uso turístico).

Resumen de capacidad de carga de turista

En tabla No.28 se detalla la capacidad turística existente, pero dentro del perímetro de la zona de Chulluype y específicamente de **Ballenita**, puesto que en el lugar de estudio no existe ningún tipo de establecimiento que ofrezca servicios turísticos.

Tabla No. 28

Calculo de capacidad de carga

Carga aceptable de usuarios de playa en área efectiva de uso actual	*525 Usuarios*
Capacidad de usuario dada por capacidad de alojamientos	*50 Plazas*
Capacidad de usuarios dada por restaurantes	*2300 Usuarios*
Capacidad de usuarios dada por capacidad de parqueos	*108 Usuarios*
Capacidad de usuarios dada por capacidad del proyecto	*240 Usuarios*

Fuente: Elaboración propia. Datos pertenecen a establecimientos de Ballenita.

2.1.4 Estrategias de comercialización

Para definir las estrategias de comercialización de este proyecto, se ha tomado como modelo el "**PLAN DE PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DE LA MANCOMUNIDAD DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PENINSULA DE SANTA ELENA",** incluido en el PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DEL LA PENÍNSULA 2007 – 2014 y elaborado por el consultor Arq. Esteban Delgado de la Cuadra, en el cual se basa en los siguientes parámetros:

Conceptualización del destino

Se refiere a la creación de un nombre que refleje y comunique las características del destino, en este caso un nombre que detalle la imagen de Chulluype como una playa que puede ser disfrutada tanto por los deportistas que desean practicar surf, como los visitantes que desean pasar unas horas de descanso en una playa sin aglomeraciones. De esta manera conceptualizamos las características del atractivo.

Grupo objetivo (target)

Según el Plan Integral de Marketing del Ecuador, ejecutado por el Fondo Mixto de

Promoción Turística, revela que el grupo objetivo al que apunta el país como un sólo destino, es el denominado **"Turistas de Aventura Accesible**". Son turistas con un alto nivel educacional, más informados, experimentados y exigentes, sus motivaciones son principalmente de nivel activo, han dejado de "pasar" vacaciones a "vivir" vacaciones, buscan experiencias memorables, emociones auténticas.

Se caracterizan por respetar el medio ambiente, sus multimotivaciones los llevan a realizar actividades de alto impacto, así como también actividades ecoturísticas, se preocupan por los aspectos nutricionales, prefieren una mezcla entre lo cultural y el confort, demandando siempre la mayor protección legal, calidad y garantía en los servicios solicitados.

Bajo estos antecedentes se puede concluir que actualmente, el turismo tiene exigencias específicas que este proyecto busca satisfacer en base al tipo de mercado que visita Chulluype: turistas deportistas (surfistas) y turistas de ocio (sol y playa), a quienes se debe encaminar el plan de promoción.

Imagen del destino

Son herramientas de marketing que beneficiarán la promoción del destino:

- LOGOTIPO
- MATERIAL IMPRESO: folletería, mapas, etc.

(Ver Anexo No 18: Propuesta de logotipo y volante).

Dichas herramientas serán contempladas en este proyectos como Inversión intangible, detallando los valores en el análisis financiero del capitulo 3.

Los ítems que continuación se detallan son una propuesta de marketing que podrían ayudar a cumplir el objetivo de la promoción del destino de una manera optima, cuyo programa podría ser ejecutado por organismos gubernamentales y no gubernamentales dedicados al turismo.

Campaña publicitaria

Implica la creación de un lema sugestivo y contagioso que comunique el beneficio de visitar el destino, el cual debe coincidir con el mercado meta seleccionado, apoyado de piezas graficas y audiovisuales.

La campaña debe abarcar territorio nacional, utilizando los principales medios de comunicación como televisión, prensa, radio y así dar a conocer la nueva imagen y el concepto del destino playa de Chulluype, para luego realizar actividades publicitarias más dirigidas y enfocadas a segmentos específicos de los mercados seleccionados (surfistas y visitantes de sol y playa).

Actividades de promoción

a) Relaciones Públicas: Eventos para la presentación del producto a desarrollarse para el equipamiento en Chulluype, desarrollar una pagina web, elaboración de un video, etc.
b) Press tours: Se desarrollarían tours en donde se invitaría a los medios de comunicación, con el objetivo de difundir la promoción de Chulluype y de sus atractivos, mediante artículos de prensa y reportajes televisivos.
c) Fam trips: Esta actividad es muy similar a la anterior, pero dirigida específicamente a la industria turística, quienes serán nuestros principales vendedores del destino, por lo que deberán conocer el producto que ofrecen, junto con las facilidades a implementarse.

Alianzas estratégicas

Se pueden dar con diversos gremios, entre los cuales podemos citar la Federación de surf, quienes pueden organizar campeonatos que promoverán diversas actividades., alcanzando beneficios mutuos entre los miembros de esta alianza.

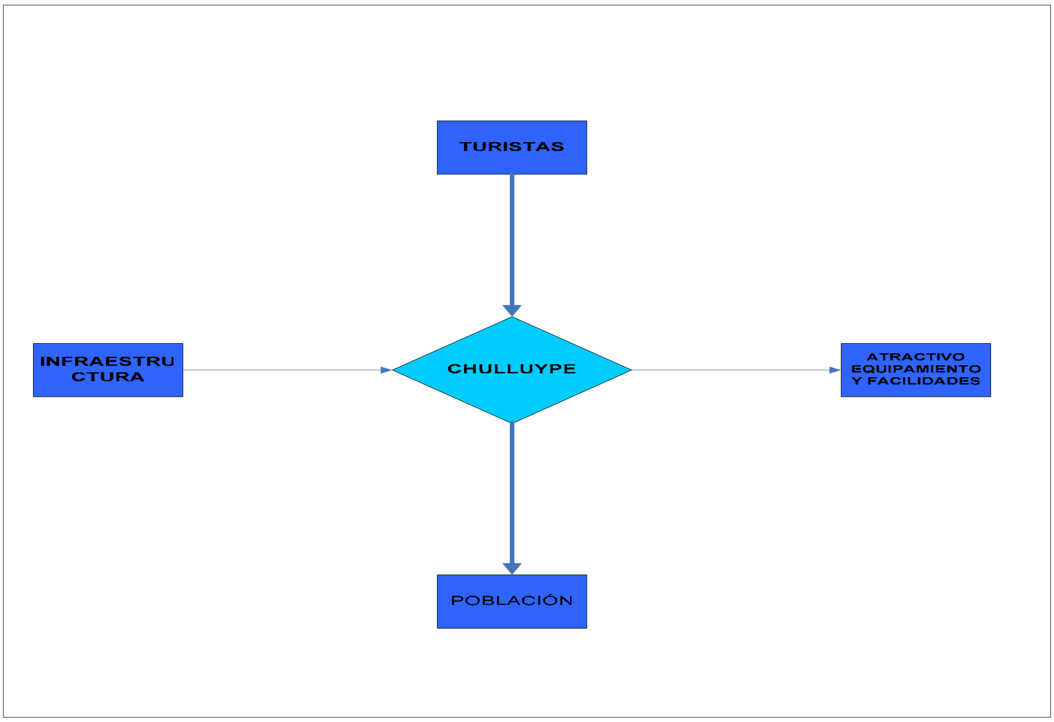
Capacitación

Para el plan de promoción funcione y el destino se venda, la población debe conocer, manejar e identificar el concepto que se desea proyectar del destino y estar preparados para lograr estándares de calidad de servicios, iniciando el efecto multiplicador, que traerá como resultado el beneficio económico de la comuna.

2.2 Análisis FODA del destino

Para el análisis situacional o FODA se están tomando cuatro criterios importantes para dicho, los cuales se detallan a continuación:

Grafico No. 23



Fuente: Elaboración propia

Tabla No. 29

ANÁLISIS SITUACIONAL O FODA

ATRACTIVO, EQUIPAMIENTO Y FACILIDADES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Paisaje costanero único	Interés de empresas que financian proyectos turísticos
Clima agradable	Eventos y Campeonatos Nac. e Int. de Surf
Zona de playa para bañistas	Playa de Salinas desaparece paulatinamente
Zona de playa para practicar Surf	Demanda internacional de atractivos turísticos
Campeonatos de surf	Promoción turística del Ecuador
Poca población	Como destino alternativo de playas congestionadas en feriados
Fácil acceso por carretera GYE – SAL	Desarrollo de proyecto del parque paleontológico
La ola mas larga del Ecuador	
Sitio para la pesca deportiva	
Amplia gama gastronómica	
Instructores de Surf nativos	

DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de hoteles y restaurantes	Falta de seguridad
Falta de baterías sanitarias	Efectos de fenómenos naturales
Falta de torres salvavidas	Falta de Apoyo de Instituciones gubernamentales
No existen puntos de información y señalética	Conflictos jurídicos entre cabeceras cantorales
Falta de promoción y planes de mercadeo a	Competencias de atractivos turísticos

nivel nacional e internacional Pescadores en zona de bañistas Inseguridad ciudadana Manejo inadecuado de desechos sólidos y líquidos tanto como domésticos e industriales Pobre impresión a los pobladores rurales del cantón falta de planificación y estudios de capacidad de carga Falta de médicos en temporada	cercanos Inestabilidad política

POBLACIÓN

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Gente amigable y hospitalaria Predisposición a la autogestión Deseos de mejorar y capacitarse Población organizada: casa comunal Dispuestos a trabajar en turismo Existencia de terrenos sin lotizar	Presencia del PMRC Líneas de crédito para la inversión comunitaria Proyectos del MIDUVI Capacitaciones del Proyecto Ballenita

DEBILIDADES	AMENAZAS
Nivel de educación bajo Limitadas fuentes de trabajo Falta de capacitación de la población en turismo. Dispensario medico Cercanía a ciudades de primer orden Autoridades sin conocimiento técnico y académico de turismo Falta de fondos para incentivar actividad Artesanal	Enfermedades de la época Fenómenos naturales Presencia de delincuencia externa Inestabilidad política La provincialización (tema buracrácia) Paros

CARACTERISTICAS DE LOS TURISTAS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Visitantes provienen de un mercado grande y cercano como Guayaquil Surfistas con poder adquisitivo Crecimiento de turismo interno Dos temporadas: Costa y Sierra Turistas de la Sierra permanecen mayor tiempo	Crecimiento como destino para surfistas Eventos deportivos Cercanía de Salinas, como núcleo turístico Aprovechar interes actual en visitar los destinos de la Ruta del Sol

DEBILIDADES	AMENAZAS
Personas con bajo nivel de consumo Falta de conciencia en no ensuciar las playas No conocer la playa	Presencia de pandillas Presencia vandalismo en temporada alta Competencias de atractivos turísticos cercanos

INFRAESTRUCTURA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Señal y cobertura celular Cercanía de la carretera Gye-Sal Ciertos servicios básicos como agua potable y energía eléctrica Transporte intercantonal aceptable	Presencia del PMRC y sus proyectos de desarrollo Proyectos Malecón La libertad

DEBILIDADES	AMENAZAS
Ineficiencia en la infraestructura de alcantarillado Costo de servicios básicos muy elevados Fallas en mantenimiento de calles, iluminación Fallas del servicio de seguridad policial, transito y policial rural No existe servicio de recolección de basura Falta de apoyo del Municipio Falta de transporte publico interno Telefonía escasa Caos vehicular en feriado Mal servicio telefónico	Fenómenos naturales Inestabilidad política Falta de ejecucion de proyectos existentes Insuficiencia de presupuesto

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO Y GESTION DEL PROYECTO

3.1 Análisis de las características

El proyecto propone una cabaña comedor, la misma que será adecuada en la loma que separa la playa de Chulluype con la Playa del Cautivo, justo en el límite entre el cantón La Libertad y Santa Elena, y específicamente en el castillo abandonado que, como se indico en el capitulo 1, alguna vez fue un hotel. Dicho terreno pertenece geográficamente a La libertad, mientras que la playa de Chulluype, está bajo la jurisdicción del Municipio de Santa Elena. Cabe destacar que, realizar un uso adecuado de esta propiedad, es un requerimiento de la comunidad al propietario del mismo.

De ahí que el proyecto es una propuesta para la remodelación y adecuación de esta edificación, y ya teniendo el terreno se estudiará la rentabilidad de la cabaña luego de la remodelación del mismo.

Aunque el proyecto no involucra la implementación de lugares de alojamiento, eventualmente, con el esperado desarrollo de Chulluype, es recomendable la creación de un lugar de hospedaje para las futuras visitas, de estilo hostal o ecolodge, por las características de este destino. (Ver anexo 19 No. Diseño del destino)

Con la implementación de la propuesta de la cabaña, se incentivará las visitas de surfistas y por ende se puede ofrecer clases de surf y venta de artesanías en el proyecto.

La idea principal es mejorar la estadía de los visitantes en la playa, e incrementar la frecuencia de visitas tanto en meses de temporada alta como en los meses de temporada baja, con servicios que normalmente no se brindan en este lugar.

3.1.1 Análisis situacional o FODA de la Cabaña Comedor

Tabla Nº 30

Fortalezas	Oportunidades
−Único lugar que ofrecería servicios alimentación a los visitantes −Mejoraría el paisaje por la remodelación del castillo abandonado. −Implementaría servicios complementarios que cubrirán necesidades de visitantes como duchas, servicios higiénicos y casilleros. −Ubicación geográfica de la cabaña.	−Falta de este tipo de servicios en la localidad. No tendría competencia directa en el sitio. −Aceptación de los visitantes y habitantes. −Visita y gusto de los surfistas a esta playa

Debilidades	Amenazas
−Generación de desechos sólidos −Negocio estacionario. −Remodelación requiere de una inversión considerable, lo que incrementa el endeudamiento.	−Podría provocar saturación de la playa. −Poca o nula afluencia durante meses de baja temporada. −Amenaza del clima sobre la geografía del área del proyecto. (Fenómeno de El Niño).

3.2 Especificaciones técnicas

Aspectos Generales

Lo que se propone ofrecer en este proyecto es la venta de alimentos y bebidas, productos que, luego de la encuesta realizada in situ y cuyos resultados están reflejados en el capitulo 2, arrojaron los gustos y preferencias de lo que los visitantes prefieren, quedando entre los principales **piqueos típicos, sanduches, productos energéticos, jugos, gaseosas, cervezas,** entre otros, siempre que sean productos de rápida preparación.

Estos productos se venderán desde las primeras horas de la mañana principalmente para los surfistas que visitan la playa en busca de olas y aprovechar los turistas que van a la playa muy temprano. De ahí el local servirá sus productos durante todo el día, hasta aproximadamente las 18h00.

Además de dichos productos, se propone el alquiler morei boggie, tablas de surf y casilleros para guardar los artículos personales de los visitantes que lo requieran.
También se dará la oportunidad a instructores de surf de la zona a que promocionen sus clases en el local, así como la adecuación de un local para la venta de artesanías hechas por los mismos habitantes de Chulluype.

Este proyecto atenderá durante los meses de temporada alta, para el cual se considera los meses de diciembre hasta abril, los días jueves, viernes, sábado y domingo. Durante los meses de temporada baja, la operación se hará obedeciendo la agenda de los feriados programados en dichos meses.

Aspectos Técnicos

El proyecto busca atender principalmente al turismo dirigido a surfistas jóvenes, para lo que se ha planteado áreas para:

- Duchas públicas y baños
- Alquiler de casilleros
- Alquiler de Tablas de surf y morei boggie
- Alquiler de parasoles
- Venta de alimentos, bebidas y piqueos

Así mismo se ha tratado de aprovechar la ubicación de la estructura abandonada existente, que como mencionamos, alguna vez fue un hotel, en la saliente de mar del sector ya que posee una vista privilegiada. Además cabe mencionar que el diseño de este edificio es muy atractivo y llamativo, como se aprecia en la siguiente foto:

Fuente: Elaboración propia. Vista general de edificación

En la edificación puede ser reutilizada su estructura, así que se ha considerado derrocar las paredes de la misma y reemplazarlas por paredes de madera, las cuales presentarán grandes áreas de reticulado abiertos para que se permita el ingreso de la brisa y así mismo aprovechar la vista hacia el mar con que ya cuenta la construcción.

El proyecto reutiliza los 2 primeros niveles de la construcción, dejando el resto de niveles como espacios de observación en los cuales posteriormente podría crearse un área de hamacas y descanso.

En el primer nivel se encuentra una construcción separada que se reutilizará para la instalación en la misma de las duchas y servicios higiénicos, de esta manera estos servicios estarán lo mas próximo a la playa y permitirán el uso inmediato de los turistas que se encuentre usando esta. (Ver Anexo No. 20: Área de duchas y servicios higiénicos).

Además se encuentran actualmente 2 espacios que han sido aprovechados para la instalación de las áreas de alquileres de parasoles, casilleros, tablas de surf y morei boggie. Estos espacios también quedan ubicados próximos a la playa. (Ver Anexo No. 21: Área de locales de alquiler)

Para el área de venta de alimentos, bebidas y piqueos se ha aprovechado el segundo nivel de la construcción, el cual tiene un espacio más amplio lo que forma un ambiente muy acogedor en todo este nivel. (Ver Anexo No. 22: Área del restaurante)

Los turistas podrán adquirir los alimentos y al mismo tiempo ubicarse en este espacio disfrutando de la sombra, brisa y por supuesto una vista impresionante.

Además se consideró aprovechar una pequeña explanada delante de la edificación para usarse como un balcón mirador y en donde a futuro por el crecimiento del negocio podrían ubicarse mesas y sillas para servir los alimentos al aire libre.

Cabe mencionar que en lo posible se planea utilizar material de la zona para así dar al edificio una apariencia más rústica. El elemento principal que se quiere resaltar en este diseño es la madera porque su imagen es fresca y juvenil. Además una parte muy importante de la remodelación es el techo, el cual será de vijao, adicionalmente las barandas de los balcones serán de caña. Con estos detalles los que se pretende es convertir la imagen fría de un edificio por algo más cálido como una cabaña.
(Ver Anexo No. 23: Planos del proyecto)

3.3 Gestión del proyecto

Los requerimientos para el desarrollo de este proyecto se pueden subdividir de la siguiente manera:

1. **Terreno:** Se refiere al terreno donde se encontrara la cabaña, cuya ubicación se menciono en las especificaciones técnicas. El terreno será propio.

2. Edificación: Se refiere al hotel abandonado que se remodelara y adecuara para este proyecto. El edificio será, para cálculos financieros posteriores depreciado a 10 años.

3. Maquinarias y equipos: Se necesitaran equipos necesarios para abastecer la cocina para la elaboración de los alimentos.

4. Enseres y utensilios: El equipamiento de la cocina con los utensilios de apoyo.

5. Muebles: Según diseño del proyecto se necesitaran 6 mesas de 4 puestos cada una.

El desglose de estos activos esta detallado en la Tabla No 31.

TABLA No. 31

1. Terreno				**Total**
Terreno				$35.000,00
2. Edificio	**Descripcion**	**Cantidad**	**Precio**	**Total**
Limpieza y desbroce	m2	400,00	0,40	$160,00
Adecuación de Caseta como local para				
alquiler y venta de equipos de SURF				
(Reparación de cubierta, Pintura, Pisos				
Ventanas y SS.HH.)	m2	72,00	80,00	$5.760,00
Instalación de duchas en parte baja				
de caseta	u.	8,00	30,00	$240,00
Pintura en Planta Baja de edificio	m2	120,00	3,00	$360,00
Adecuación de cocina y bar en 1er. P.A.				
5.1 Paredes y enlucidos	m2	30,00	12,00	$360,00
5.2 Puertas y Ventanas	GLOBAL	1,00	350,00	$350,00
5.3 Antepecho de Ladrillo en Balcón	ml.	30,00	10,00	$300,00
Instalaciones Sanitarias	puntos	15,00	35,00	$525,00
Instalaciones Eléctricas	puntos	20,00	25,00	$500,00
Antepechos de caña picada en balcones				
de pisos superiores	ml.	90,00	4,00	$360,00
Cubierta de techo (última planta) con				
bijao o cade	m2	50,00	8,00	$400,00
Caminería de tablones decorativos en				
exteriores del local	GLOBAL	1	300,00	$300,00
Pintura exterior y resanes generales	m2	150,00	3,00	$450,00
Rehabilitación cisterna	GLOBAL	1,00	400,00	$400,00
Rehabilitación pozo séptico	GLOBAL	1,00	300,00	$300,00
			TOTAL:	**$10.765,00**

2. Maquinarias y equipos	Descripcion	Cantidad	Precio	Total
Bano de Maria empotrable	Electrico, termostato ajustable, acero inoxidable, modulo de 3 bandejas.	1	$390,00	$390,00
Cafetera	Capacidad de 12 a 36 tazas	1	$49,76	$49,76
Cocina Profesional	A gas, de sobremesa, Construccion para trabajo pesado, acero inoxidable, hornillas potenciadas de 26.000 BTU/hr, 4 hornillas.	1	$500,00	$500,00
Extractor de jugos	Extrae jugos de frutas y wegetales. Adaptador para exprimir citricos.	1	$61,46	$61,46
Licuadora	Especial para frozen, 9 ciclos con auto apagado, control de velocidad electronico, vaso 32 onzas de policarbonato.	1	$380,00	$380,00
	Refrigerada, para liquidos sin pulpa, tanque de 18 lts, plastico resistente	1	$350,00	$350,00
Microonda	Pantalla digital con timer, funciones de calentamiento, coccion y defrost	1	$102,00	$102,00
Molino para alimentos	Acero inoxidable, 48 onzas, diametro 20 cm	1	$45,19	$45,19
Refrigeradora	1 puerta, 652 lts/23 pies cub. Medidas ext. 69 x 75 x 199	1	$350,00	$350,00
Sanduchera /plancha tostadora	Plancha de aluminio, termostato	1	$75,00	$75,00
Vitrina exibidora	Con sistema de convencion para humedad	1	$550,00	$550,00
			Subtotal	$2.853,41
			Iva	$342,41
			Total	**$3.195,82**

3. Enseres y utensilios	Descripcion	Cantidad	Precio	Total
Bandejas acero inoxidable	1/2 , 10 cm de profundidad	3	$8,86	$26,58
Batidor manual	Mango de nylon resistente a altas temperaturas	1	$8,47	$8,47
Cacerolas	3 3/4 litros	2	$22,07	$44,14
Cernidores malla	20,3 cm de diametro	2	$7,33	$14,66
Cucharas	Acero inoxidable, perforada 27,9 cm	3	$1,73	$5,19
Cuchillo	Cocinero	2	$9,19	$18,38
Cuchillo	Filetero	2	$12,00	$24,00
Destapadores	Aluminio	2	$2,50	$5,00
Dispensador de ingredientes	Juego de 5 frascos de vidrio	2	$4,00	$8,00
Encendedor cocina de gas	N/D	1	$4,00	$4,00
Espatulas Plasticas	24 cm de lardo, para trabajo pesado	2	$10,43	$20,86
Exprimidor de limon	Metal	1	$1,00	$1,00
Jarra	Plastico, conmedidas, 4.5 lts	3	$4,00	$12,00
Ollas de acero inoxidable	12 litros	2	$56,00	$112,00
Ollas de acero inoxidable	20 litros	2	$78,00	$156,00
Pinzas multiusos	Trabajo pesado, 24 cm.	2	$2,42	$4,84
Pozuelos - Bowls	8 lts, 34,3 cm diametro, 12,7 de profundidad	2	$6,24	$12,48
Sarten estilo oriental	Acabado con superficie no adherente. De 4.3 lts capacidad y 27,9 cm de diametro	1	$49,00	$49,00
Sarten freidora	Con canasta para freir. 9 litros	1	$39,00	$39,00
Servilleteros	Acabado brillante, 8,9 x 11,4 cm	3	$6,23	$18,69
Tablas para picar	38 x 50 cm	2	$15,00	$30,00
Tacho de basura con tapa	Marca Rubbermaid	1	$14,50	$14,50
			Subtotal	$628,79
			Iva	$75,45
			Total	**$704,24**

4. Muebles	Descripcion	Cantidad	Precio	Total
Sillas	Plasticas	24	$5,00	$120,00
Mesas	Plasticas	6	$13,00	$78,00
			Subtotal	$198,00
			Iva	$23,76
			Total	**$221,76**

Inversión Intangible	Descripcion	Total
PUBLICIDAD		
Folletos	Publicidad inicial	$200,00
Diseno de logo	Publicidad inicial	$250,00
TOTAL PUBLICIDAD		**$450,00**
CAPACITACION		
Capacitacion personal	Cocineros	$200,00
TOTAL INVERSION INTANGIBLE		**$650,00**

CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS OPERATIVOS	
ÁREA DE OPERACIONES	**TOTAL**
Cocinero	$900,00
Asistente	$450,00
Guadiania	$450,00
Administrador	$750,00
TOTAL SUELDOS	**$2.550,00**
COSTOS VARIABLES	**$952,00**
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Agua Potable	$60,00
Energia Electrica	$120,00
Transporte	$75,00
Articulos de limpieza	$30,00
Gas	$54,00
Permisos de Bomberos	$8,00
Certificados de Salud	$10,00
Permiso Municipal	$32,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$677,00**
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**$4.179,00**

3.3.1 Personal requerido

La atención del local será manejada en temporada alta por el siguiente personal:

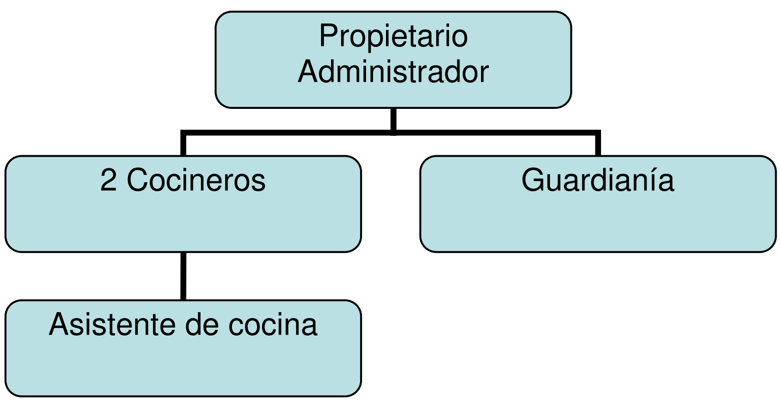
- Propietario administrador
- 1 Asistente de cocina
- 2 Cocineros
- 1 Guardia de seguridad

En meses de temporada baja se espera reducir el personal en 1 cocinero, 1 guardia, y el administrador, quienes en dichos meses, ganaran lo proporcional del sueldo semanal, ya que en los meses donde haya algún feriado, se laborara únicamente los días de descanso obligatorio.

En el siguiente cuadro se muestra el organigrama del proyecto:

Grafico No.24

Organigrama del Proyecto



3.3.2 Funciones del personal

a) Propietario administrador

Las funciones del administrador serán las de dirigir y supervisar las actividades del proyecto, así como también será la persona que controle los procesos de producción: compras, almacenaje, producción, venta, etc.

Se encargara de las actividades administrativas como el pago de sueldos del resto del personal y de gastos generales, además de que tramitara los permisos necesarios para el funcionamiento del local.

b) Cocineros

Durante temporada alta, los 2 cocineros se encargaran de elaborar los productos que se expenderán en la cabaña, quienes serán previamente capacitados para que ejecuten la operación de la mejor manera, esto es, dando un buen servicio a los turistas que visiten el establecimiento. También será uno de ellos quien colaborara con la labor de compras junto con el administrador.

Son los responsables directos de la cocina, utensilios e ingredientes para cocinar, deben hacer implementar las reglas de seguridad, limpieza e higiene en todos los rincones de esta. Deben llevar control de insumos e ingredientes y reportar a administrador. Si el caso lo amerita dará servicio a los clientes vendiendo los productos.

c) Asistente o auxiliar de cocina

Debe tener conocimientos de cocina, dedicación y saber trabajar en equipo. Es responsable de que no falte ningún utensilio en la cocina y mantener limpio y seguro el lugar de trabajo. Se encargara de brindar el servicio directo a los clientes y hará labores de cajero.

d) Guardianía

Como su nombre lo indica se encargara de la seguridad del local cuando no haya atención, debe estar pendiente de cualquier situación inusual y del mantenimiento del local.

3.3.3 Procesos de producción

Para el proceso de producción se ha considerado 4 puntos en este proceso (Ver Anexo No. 24: Diseño de proceso de producción):

a) Sistemas de compras

Las compras se dividirán en dos clases: perecibles y no perecibles.
Las compras perecibles se refiere a los productos de corta vida, como son: legumbres, frutas, etc., que duran aproximadamente 4 días en refrigeración. Dependiendo del consumo se harán cada semana.

Los carnicos también entran en la categoría de no perecibles, pero se compraran cada 2 semanas porque se pueden congelar y consumirlos poco a poco.
Se planea pagar a una persona del mercado a quien se entregara la lista de las compras para que se encargue de comprar y llevarlas al local.

Por otro lado los no perecibles como los enlatados, snack, bebidas embotelladas, etc., también se compraran dependiendo del consumo. Los distribuidores de colas y cervezas distribuirán sus productos dependiendo del consumo.

b) Almacenaje y limpieza

Para este proceso se requerirá el refrigerador y congelador para los perecibles, y para enlatados se utilizara percheros con el fin de tener los productos organizados y de fácil acceso. Luego de abastecerse, el día domingo donde termina el mayor movimiento de ventas, quedara un inventario mínimo, que es donde inicia la limpieza.

Al inventario inicial se le sumara el inventario semanal o de ventas pronosticadas, y juntos serán el inventario total, quedando de la siguiente manera:

Inventario Inicial + Inventario semanal = Inventario Total

15% + 100 % = 115%

Es decir que el remanente de productos al iniciar una nueva semana se considera inventario inicial. Con esto se busca mantener siempre abastecido los insumos con un excedente del 15%, procurando mantener un inventario mínimo de 15%, y uno máximo de 115%.

c) Producción artesanal

Para la producción artesanal se tendrá un comportamiento definido cada día, y dependiendo del producto se estima una cantidad aproximada de ventas, para lo cual se prepara la pre-elaboración del producto (por ejemplo en el caso de humitas, la masa del choclo, antes de su envoltura y cocción).

La cocción final se hará por "paradas", es decir se prepara una cantidad limitada de productos, y según la rapidez con que se consuma, nuevamente se prepara otra parte.
La mayoría de productos que se expenderán en la cabaña se producen a partir de una masa pre-elaborada, la cual se puede preparar en una cantidad que dure para no más de 2 días.

d) Prestación de servicio

Finalmente para la prestación del servicio o la venta final para el público, se instalaran letreros con los productos y sus respectivos precios, de esta manera los clientes puedan decidir la compra.
La compra deberá ser con la cancelación previa en la caja, donde se entregara un ticket para retirar en pedido posteriormente.

3.3.4 Permisos requeridos para el funcionamiento de la cabaña

Anualmente se necesitara sacar los respectivos permisos de funcionamiento emitidos por el Municipio de La Libertad, que como se indico anteriormente, la cabaña se levantará en el terreno perteneciente a dicho cantón, y cuyos costos serán detallados en la siguiente sección.

Los documentos que solicitan son: Permiso de bomberos, certificados de salud, y el permiso municipal. Estos documentos son tramitados en el mes de Diciembre que empieza la temporada alta y que es en esta misma época donde funcionarios del municipio empiezan a visitar los establecimientos para controlar que todos los permisos estén en orden.

3.4 Inversión

El monto de la inversión total requerida para la instalación y operación del proyecto se estima en $19.715,82, cuyo financiamiento será a través de recursos propios y con préstamo bancario. La distribución de la estructura del financiamiento se detallara en el punto 3.5.1

En el siguiente cuadro se detalla la estructura de la inversión:

Tabla No. 32

ESTRUCTURA DE INVERSION

INVERSION FIJA	**Usd**	**%**
Construcción Edificio	$10.765,00	72%
Maquinarias y equipos	$3.195,82	21%
Enseres y utensilios	$704,24	5%
Muebles	$221,76	1%
Total inversión fija	**$14.886,82**	**100%**
INVERSION INTANGIBLE	**Usd**	**%**
Publicidad	$450,00	69%
Capacitación	$200,00	31%
Total inversión intangible	**$650,00**	**100%**
CAPITAL DE TRABAJO	**Usd**	**%**
Costos Operativos	$2.550,00	61%
Costos Variables	$952,00	23%
Gastos generales	$677,00	16%
Total Capital de trabajo	**$4.179,00**	**100%**
TOTAL INVERSIÓN	**$19.715,82**	

Inversión Fija

Como se puede observar en la Tabla anterior el rubro mas elevado es el de la construcción del edificio con un 72%, luego las maquinarias y equipos con un 21% y finalmente los enseres y muebles, dando un total de $ 14.886,82. El detalle de esta inversión se demostró en el punto 3.3, en la Tabla No. 31, donde se consideran los recursos que se necesitaran para la implementación del proyecto.

Inversión intangible

Para este rubro se han estimado los rubros por publicidad al inicio de la operación y la capacitación para el personal contratado. Los costos se detallan en la Tabla No. 33.

Tabla No. 33

Inversión Intangible	Descripción	Total
PUBLICIDAD		
Folletos	Publicidad inicial	$200,00
Diseño de logo	Publicidad inicial	$250,00
TOTAL PUBLICIDAD		**$450,00**
CAPACITACIÓN		
Capacitación personal	Cocineros	$200,00
TOTAL INVERSION INTANGIBLE		**$650,00**

Capital de trabajo

Para iniciar la operación se requerirá un presupuesto para el cual se ha considerado lo siguiente:

- Tres primeros meses del sueldo del personal.
- Tres primeros meses de gastos administrativos.

- Costos variables o de producción del primer mes de operación.

En la tabla No. 34 se detallan los valores descritos anteriormente.

Tabla No. 34

CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS OPERATIVOS	
ÁREA DE OPERACIONES	**TOTAL**
Cocinero	$900,00
Asistente	$450,00
Guardianía	$450,00
Administrador	$750,00
TOTAL SUELDOS	**$2.550,00**
COSTOS VARIABLES	**$952,00**
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Agua Potable	$60,00
Energía Eléctrica	$120,00
Transporte	$75,00
Artículos de limpieza	$30,00
Gas	$54,00
Permisos de Bomberos	$8,00
Certificados de Salud	$10,00
Permiso Municipal	$32,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$677,00**
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**$4.179,00**

3.4.1 Estructura de Financiamiento

En la sección anterior se fijo una inversión de inicio de $19.715,82 de los cuales el 29% deberá ser costeado con recursos propios, quedando aproximadamente una aportación de $5.756,00 y el terreno valorado en $35.000,00.

La diferencia, es decir el 71% se obtendrá a través de un préstamo bancario, donde se pagara el 13% de interés. Dicho préstamo se aspira pagar en 5 años.

La tabla No. 35 detalla la estructura de financiamiento.

Tabla No. 35

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

INVERSION DEPRECIABLE	**RECUROS PROPIOS**	**CRÉDITO**	**INVERSIÓN TOTAL**
Construcción Edificio		$10.765,00	$10.765,00
INVERSION TANGIBLE			
Maquinarias y equipos		$3.195,82	$3.195,82
Enseres y utensilios	$704,24		$704,24
Muebles	$221,76		$221,76
INVERSION INTANGIBLE			
Publicidad	$450,00		$450,00
Capacitación	$200,00		$200,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Costos Operativos	$2.550,00		$2.550,00
Costos Variables	$952,00		$952,00
Gastos generales	$677,00		$677,00
TOTAL INVERSION	**$5.755,00**	**$13.960,82**	**$19.715,82**
PORCENTAJE DE INVERSIÓN	**29,19%**	**70,81%**	**100,00%**

INVERSIÓN TOTAL	**$19.715,82**
PRÉSTAMO AL BANCO (70.81%)	**$13.960,77**
ACCIONISTA	**$5.755,05**
TERRENO	**$35.000,00**
TOTAL APORTACIÓN	**$40.755,05**

3.5 Estimación de Costos / Beneficios

A continuación se analizaran los costos y gastos que este proyecto manejara, así como también los beneficios sociales, ambientales y económicos a analizara con el fin de exponer la viabilidad del mismo.

3.5.1 Análisis de Costos y gastos

a) Costos Fijos

Los costos fijos se componen en los Sueldos Fijos (Mano de obra directa e indirecta), Depreciaciones y Amortizaciones.

Mano de obra (personal requerido): Como se indico anteriormente En los meses de temporada alta se necesitara: 1 Administrador, 2 cocineros, 1 asistente y 1 guardia, considerando dichos meses desde diciembre hasta abril. A partir de mayo se ha calculado los sueldos del administrador, 1 cocinero y el guardia. Se pagara el proporcional del sueldo semanal, puesto que los meses de temporada baja se atenderá solo los días de feriado, por ende, los meses de junio y septiembre, no habrá atención, únicamente se pagara la guardianía. Para proyecciones en flujo de caja y estado de pérdidas y ganancias, se considerara un aumento del 4% en el valor anual por la inflación. (Ver Tabla No. 36, Cuadro de Sueldos de personal).

TABLA No. 36

COSTO FIJO OPERATIVO

Cargos	No.	Sueldo Mensual	Temporada Alta					Temporada Baja							TOTAL ANUAL
			Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	
Administrador	1	$250,00	$250,00	$250,00	$250,00	$250,00	$250,00	$62,50		$62,50	$62,50		$62,50	$62,50	$1.562,50
Cocinero	2	$150,00	$300,00	$300,00	$300,00	$300,00	$300,00	$37,50		$37,50	$37,50		$37,50	$37,50	$1.687,50
Asistente	1	$150,00	$150,00	$150,00	$150,00	$150,00	$150,00								$750,00
Guadiania	1	$150,00	$150,00	$150,00	$150,00	$150,00	$150,00	$100,00	$100,00	$100,00	$100,00	$100,00	$100,00	$100,00	$1.450,00
Total nómina			**$850,00**	**$850,00**	**$850,00**	**$850,00**	**$850,00**	**$200,00**	**$100,00**	**$200,00**	**$200,00**	**$100,00**	**$200,00**	**$200,00**	**$5.450,00**

Depreciaciones: Las depreciaciones de los activos fijos se consideran en la tabla No. 37.

Tabla No. 37

CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN			
DESCRIPCIÓN	**ACT. FIJO**	**%**	**DEP. ANUAL**
Equipamiento(3 años)	$3.195,82	33	$1.054,62
Utensilios y enseres (3 años)	$704,24	33	$232,40
Muebles (3 años)	$221,76	33	$73,18
Edificio (10 años)	$10.765,00	10	$1.076,50
Total depreciación			**$2.436,70**

Amortización: El préstamo solicitado será de $13.960,77, pagado en 5 años a un interés del 13%. A continuación se detalla la amortización del mismo en la tabla No. 38

Tabla No. 38

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
AÑO	**CANTIDAD**	**INTERESES (13%)**	**PAGO**	**AMORTIZACIÓN**	**SALDO AL FINAL DEL AÑO**
0					$13.960,77
1	$13.960,77	$1.814,90	$2.792,15	$2.792,15	$11.168,62
2	$11.168,62	$1.451,92	$2.792,15	$2.792,15	$8.376,46
3	$8.376,46	$1.088,94	$2.792,15	$2.792,15	$5.584,31
4	$5.584,31	$725,96	$2.792,15	$2.792,15	$2.792,15
5	$2.792,15	$362,98	$2.792,15	$2.792,15	$0,00

Como se puede observar en la tabla anterior, los pagos anuales son de $2.792,15, pagando al inicio del financiamiento un interés de $1.814,90, culminando el año 5 con $362,98.

b) Costos Variable

Los costos variables consisten en las materias primas o materiales directos para la elaboración de los productos a ofrecer. Para este proyecto se ha considerado el 35% del precio final para fijar el costo unitario, es decir que nuestra ganancia a partir de nuestro costo será del 65%. (Ver Tabla No. 39: Costos variable unitarios).

c) Gastos Administrativos

Estos gastos se dividen en:

Gastos de Administración: En estos gastos se consideran los servicios básicos, imprevistos, etc.

Gastos Varios: Comprenden los egresos por trasporte (para compra de insumos), artículos de limpieza y gas.

Gastos de Funcionamiento: Cada año se debe cubrir los gastos de funcionamiento para el local.

El total anual de los Gastos administrativos asciende a aproximadamente $677,00. (Ver Tabla No. 40: Gastos Administrativos).

TABLA No. 39			
COSTOS VARIALES UNITARIOS			
	PRODUCTOS		
No.	**Piqueos tipicos**	**Costo Unitario**	**Precio Unitario**
1	Bolones	$0,35	$1,00
2	Humitas	$0,35	$1,00
3	Hayacas	$0,35	$1,00
4	Bollos	$0,53	$1,50
5	Porcion patacones con queso	$0,44	$1,25
6	Muchines	$0,35	$1,00
	Sanduches		
7	Atun	$0,53	$1,50
8	Pollo	$0,56	$1,60
9	Tostadas	$0,35	$1,00
10	Tostadas mixtas	$0,42	$1,20
	Otros		
11	Barras energeticas	$0,35	$1,00
12	Ensaladas de frutas	$0,35	$1,00
	Snacks		
13	Papitas	$0,18	$0,50
14	Cachitos	$0,18	$0,50
15	Galletas	$0,14	$0,40
	Cigarrillos		
16	Unidad	$0,04	$0,10
17	Caja	$0,53	$1,50
	Bebidas		
18	jugo de naranja	$0,25	$0,70
19	jugo de tomate	$0,25	$0,70
20	jugo de melon	$0,21	$0,60
21	café	$0,14	$0,40
22	batido de mora	$0,35	$1,00
23	batido de guineo	$0,35	$1,00
24	batido de frutilla	$0,35	$1,00
25	agua	$0,18	$0,50
26	cerveza pequeña	$0,35	$1,00
27	cerveza grande	$0,42	$1,20
28	bebidas energética	$0,53	$1,50
29	jugo deli	$0,18	$0,50
30	colas pequeña	$0,12	$0,35
31	colas mediana	$0,18	$0,50
	Otros Servicios		
32	casilleros		$2,00
33	morei bugi		$1,00
34	tablas de surf		$3,00
	Total		$34,00
	No. Productos		34
	Promedio de precios		$1,00
	Frecuencia de consumo por dia		3
	Promedio de gasto por persona		$3,00

TABLA No. 40

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos Generales	Detalle	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Total Anual
Gastos de Administracion	**Servicios Básicos**													
	Agua Potable	$20,00	$20,00	$20,00	$20,00	$20,00	$5,00	$0,00	$5,00	$5,00	$0,00	$5,00	$5,00	$105,00
	Energia Electrica	$40,00	$40,00	$40,00	$40,00	$40,00	$10,00	$0,00	$10,00	$10,00	$0,00	$10,00	$10,00	$210,00
Gastos Varios	Transporte	$25,00	$25,00	$25,00	$25,00	$25,00	$10,00	$0,00	$10,00	$10,00	$0,00	$10,00	$10,00	$150,00
	Articulos de limpieza	$10,00	$10,00	$10,00	$10,00	$10,00	$4,00	$0,00	$4,00	$4,00	$0,00	$4,00	$4,00	$60,00
	Gas	$18,00	$18,00	$18,00	$18,00	$18,00	$6,00	$0,00	$6,00	$6,00	$0,00	$6,00	$6,00	$102,00
Gastos de Funcionamiento	Permisos de Bomberos	$8,00												$8,00
	Certificados de Salud	$10,00												$10,00
	Permiso Municipal	$32,00												$32,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		$163,00	$113,00	$113,00	$113,00	$113,00	$35,00	$0,00	$35,00	$35,00	$0,00	$35,00	$35,00	$677,00

3.6 Beneficios socio-ambientales

El proyecto que se quiere implementar en este destino, puede traer beneficios positivos y negativos, por lo que los efectos del mismo tienen un alcance potencial tanto para la comunidad residente como para los visitantes. Por este motivo se puntualizan en la Tabla No. 41 en el siguiente cuadro dichos beneficios que podrían afectar el entorno.

Tabla No. 41

BENEFICIOS SOCIO-AMBIENTALES	
POSITIVOS	
Comunidad	**Visitantes**
Generación de empleos	Generación de nuevos servicios que causen novedad
Incentivo de mejorar las condiciones de la playa	Incentivo de mejorar las condiciones de la playa
Posicionar el destino en el ambito nacional e internacional	Dar una nueva opción para el turismo se sol y playa
Mejorar la calidad de vida	Dar una nueva opción para surfistas
Aprovechar la participación de la comunidad	Ofrecer una estadía placentera y cómoda a visitantes
Desarrollo de costumbre de buen servicio	Interacción entre turista y anfitrión.
Al dar a conocer el destino se puede incentivar la atención de las instituciones encargadas del manejo de recursos costeros	
NEGATIVOS	
Comunidad	**Visitantes**
Efectos de visitantes en el lugar: ruido, saturación, tráfico, basura, etc	Influencia sobre el turista por el contraste del pueblo de Chulluype con sus lugares de origen
Turistas que van como costumbre a Chulluype no quieren gente extraña.	Riesgo de visitas peligrosas al destino en temporada alta que cometan delitos.
Al ser un proyecto pequeño no toda la comunidad podrá participar, por lo que podría provocar resentimiento.	Mezcla e interacción de turistas de diferentes estilos de vida y nivel social.
	Turistas sensibles ante el aspecto del pueblo

Medidas de Mitigación de impactos negativos

−Ubicación de 15 tachos de basura a lo largo de la playa.

−Ubicación de señalética, como por ejemplo “No hacer ruido”, “Prohibido Pitar” para mitigar el ruido y “Velocidad Máxima” para controlar la circulación vehicular.

−Solicitar rondas policiales para evitar que la delincuencia afecte a los turistas.

3.7 Beneficios económicos

En esta sección se realizara el análisis financiero para demostrar la rentabilidad del proyecto, en base a los datos recopilados anteriormente:

3.7.1 Demanda Proyectada

La demanda proyectada se ha conseguido considerando un cálculo aproximado de visitantes durante los cinco meses de temporada alta, los días jueves, viernes, sábados y domingos. Cabe resaltar que los valores se obtuvieron en la fase 2 de Investigación de mercado en base al conteo físico que se realizo un día domingo, al realizar las encuestas para dicha fase.

La siguiente tabla muestra un comportamiento aproximado del flujo visitante durante un año, teniendo la mayor cantidad de visitas durante los meses de temporada alta y específicamente desde enero hasta abril.

La demanda fue deducida de esta manera, en vista de que no se tienen registros del número de turistas que llegan a este destino. En la Tabla No. 42 se muestran los valores aproximados de visitas mensuales.

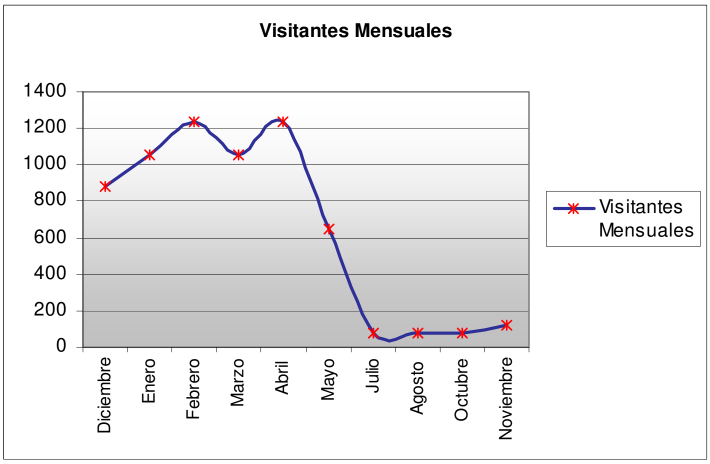
Tabla No. 42

Demanda Proyectada

Mes	**Visitantes Mensuales**
Diciembre	880
Enero	1056
Febrero	1232
Marzo	1056
Abril	1232
Mayo	650
Julio	82
Agosto	82
Octubre	82
Noviembre	120
Total Anual	**6472**

Fuente: Elaboración propia

Grafico No. 25



Fuente: Elaboración propia

3.7.2 Ingresos

Para el cálculo de los ingresos se tomo como referencia la cantidad anual de visitas, el porcentaje de consumo anual por producto y la frecuencia de consumo que se estipulo en 3 veces por persona aproximadamente. Se sabe que la frecuencia es mayor, pero lo que se quiere calcular es un ingreso no optimista durante el primer año de operación, para que a partir del los siguientes, se considere un 20% de incremento en las ventas.

El porcentaje de consumo por producto se multiplico por la demanda de cada mes y por la frecuencia, teniendo como resultado un valor monetario consumido por producto por mes. Al total anual se le incremente el 20% para las proyecciones anuales, hasta el año 5. (Ver Tabla No. 43: Ingresos mensuales, Tabla No. 44: Proyección de ingresos)

TABLA No. 43

COMPORTAMIENTO DE INGRESOS MENSUALES

PRODUCTOS	CONS. PROM	PRECIO	% CONSUMO	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	Total Anual
Demanda				880	1056	1232	1056	1232	650	0	82	82	0	82	120	6472
bolones	213	1,00	3,15%	83,04	99,64	116,25	99,64	116,25	61,33	-	7,74	7,74	-	7,74	11,32	610,70
humitas	169	1,00	2,49%	65,86	79,03	92,20	79,03	92,20	48,64	-	6,14	6,14	-	6,14	8,98	484,35
hayacas	103	1,00	1,52%	40,09	48,10	56,12	48,10	56,12	29,61	-	3,74	3,74	-	3,74	5,47	294,82
bollos	184	1,50	2,71%	71,58	85,90	100,22	85,90	100,22	52,87	-	6,67	6,67	-	6,67	9,76	526,46
porcion patacones con queso	125	1,25	1,84%	48,68	58,41	68,15	58,41	68,15	35,95	-	4,54	4,54	-	4,54	6,64	358,00
muchines	59	1,00	0,87%	22,91	27,49	32,07	27,49	32,07	16,92	-	2,13	2,13	-	2,13	3,12	168,47
atun	118	1,50	1,74%	45,81	54,98	64,14	54,98	64,14	33,84	-	4,27	4,27	-	4,27	6,25	336,94
pollo	132	1,60	1,95%	51,54	61,85	72,16	61,85	72,16	38,07	-	4,80	4,80	-	4,80	7,03	379,05
tostadas	88	1,00	1,30%	34,36	41,23	48,10	41,23	48,10	25,38	-	3,20	3,20	-	3,20	4,69	252,70
tostadas mixtas	103	1,20	1,52%	40,09	48,10	56,12	48,10	56,12	29,61	-	3,74	3,74	-	3,74	5,47	294,82
barras energeticas	29	1,00	0,43%	11,45	13,74	16,03	13,74	16,03	8,46	-	1,07	1,07	-	1,07	1,56	350,00
ensaladas de frutas	88	1,00	1,30%	34,36	41,23	48,10	41,23	48,10	25,38	-	3,20	3,20	-	3,20	4,69	252,70
papitas	118	0,50	1,74%	45,81	54,98	64,14	54,98	64,14	33,84	-	4,27	4,27	-	4,27	6,25	336,94
cachitos	118	0,50	1,74%	45,81	54,98	64,14	54,98	64,14	33,84	-	4,27	4,27	-	4,27	6,25	336,94
galletas	88	0,40	1,30%	34,36	41,23	48,10	41,23	48,10	25,38	-	3,20	3,20	-	3,20	4,69	252,70
jugo de naranja	221	0,70	3,25%	85,90	103,08	120,26	103,08	120,26	63,45	-	8,00	8,00	-	8,00	11,71	631,76
jugo de tomate	103	0,70	1,52%	40,09	48,10	56,12	48,10	56,12	29,61	-	3,74	3,74	-	3,74	5,47	294,82
jugo de melon	88	0,60	1,30%	34,36	41,23	48,10	41,23	48,10	25,38	-	3,20	3,20	-	3,20	4,69	252,70
café	132	0,40	1,95%	51,54	61,85	72,16	61,85	72,16	38,07	-	4,80	4,80	-	4,80	7,03	379,05
batido de mora	132	1,00	1,95%	51,54	61,85	72,16	61,85	72,16	38,07	-	4,80	4,80	-	4,80	7,03	379,05
batido de guineo	132	1,00	1,95%	51,54	61,85	72,16	61,85	72,16	38,07	-	4,80	4,80	-	4,80	7,03	379,05
batido de frutilla	132	1,00	1,95%	51,54	61,85	72,16	61,85	72,16	38,07	-	4,80	4,80	-	4,80	7,03	379,05
agua	1.177	0,50	17,35%	458,13	549,76	641,39	549,76	641,39	338,39	-	42,69	42,69	-	42,69	62,47	3.369,37
cerveza pequeña	735	1,00	10,85%	286,33	343,60	400,87	343,60	400,87	211,50	-	26,68	26,68	-	26,68	39,05	2.105,86
cerveza grande	1.030	1,20	15,18%	400,87	481,04	561,21	481,04	561,21	296,10	-	37,35	37,35	-	37,35	54,66	2.948,20
bebidas energética	118	1,50	1,74%	45,81	54,98	64,14	54,98	64,14	33,84	-	4,27	4,27	-	4,27	6,25	336,94
jugo deli	294	0,50	4,34%	114,53	137,44	160,35	137,44	160,35	84,60	-	10,67	10,67	-	10,67	15,62	842,34
colas pequeña	294	0,35	4,34%	114,53	137,44	160,35	137,44	160,35	84,60	-	10,67	10,67	-	10,67	15,62	842,34
colas mediana	147	0,50	2,17%	57,27	68,72	80,17	68,72	80,17	42,30	-	5,34	5,34	-	5,34	7,81	421,17
morei bugi	221	1,00	3,25%	85,90	103,08	120,26	103,08	120,26	63,45	-	8,00	8,00	-	8,00	11,71	631,76
tablas de surf	88	3,00	1,30%	34,36	41,23	48,10	41,23	48,10	25,38	-	3,20	3,20	-	3,20	4,69	252,70
	6.781		100%													
Subtotal ingresos				2.640,00	3.168,00	3.696,00	3.168,00	3.696,00	1.950,00	-	246,00	246,00	-	246,00	360,00	19.681,77
Ingresos por alquiler local				80,00	80,00	80,00	80,00	80,00								400,00
Total Ingresos				**2.720,00**	**3.248,00**	**3.776,00**	**3.248,00**	**3.776,00**	**1.950,00**	-	**246,00**	**246,00**	-	**246,00**	**360,00**	**20.081,77**

TABLA No. 44					
PROYECCION DE INGRESOS (ANUAL)					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCTOS		20%	20%	20%	20%
bolones	610,70	732,84	879,41	1.055,29	1.266,34
humitas	484,35	581,22	697,46	836,95	1.004,34
hayacas	294,82	353,78	424,54	509,45	611,34
bollos	526,46	631,76	758,11	909,73	1.091,68
porcion patacones con queso	358,00	429,59	515,51	618,62	742,34
muchines	168,47	202,16	242,59	291,11	349,34
atun	336,94	404,32	485,19	582,23	698,67
pollo	379,05	454,87	545,84	655,01	786,01
tostadas	252,70	303,24	363,89	436,67	524,00
tostadas mixtas	294,82	353,78	424,54	509,45	611,34
barras energeticas	350,00	420,00	504,00	604,80	725,76
ensaladas de frutas	252,70	303,24	363,89	436,67	524,00
papitas	336,94	404,32	485,19	582,23	698,67
cachitos	336,94	404,32	485,19	582,23	698,67
galletas	252,70	303,24	363,89	436,67	524,00
jugo de naranja	631,76	758,11	909,73	1.091,68	1.310,01
jugo de tomate	294,82	353,78	424,54	509,45	611,34
jugo de melon	252,70	303,24	363,89	436,67	524,00
café	379,05	454,87	545,84	655,01	786,01
batido de mora	379,05	454,87	545,84	655,01	786,01
batido de guineo	379,05	454,87	545,84	655,01	786,01
batido de frutilla	379,05	454,87	545,84	655,01	786,01
agua	3.369,37	4.043,25	4.851,89	5.822,27	6.986,73
cerveza pequeña	2.105,86	2.527,03	3.032,43	3.638,92	4.366,70
cerveza grande	2.948,20	3.537,84	4.245,41	5.094,49	6.113,39
bebidas energética	336,94	404,32	485,19	582,23	698,67
jugo deli	842,34	1.010,81	1.212,97	1.455,57	1.746,68
colas pequeña	842,34	1.010,81	1.212,97	1.455,57	1.746,68
colas mediana	421,17	505,41	606,49	727,78	873,34
morei bugi	631,76	758,11	909,73	1.091,68	1.310,01
tablas de surf	252,70	303,24	363,89	436,67	524,00
SUBTOTAL INGRESOS	**19.681,77**	**21.256,31**	**28.341,74**	**34.010,09**	**40.812,11**
Ingresos por alquiler local	400,00	480,00	576,00	691,20	829,44
TOTAL INGRESOS	**20.081,77**	**24.098,12**	**28.917,74**	**34.701,29**	**41.641,55**

3.7.3 Flujo de caja

Según los resultados que arrojó el Flujo de Caja y luego del análisis financiero se concluyó que el negocio es rentable ya que en el flujo de caja se obtuvo un VAN positivo de **$4.302,52**, que representa los flujos de caja finales de cada año, descontados a la tasa de corte (15%), lo que nos indica que a más de recuperar la inversión también obtenemos un pequeño porcentaje de utilidad., con una tasa interna de retorno (TIR) del 21,42%, considerado aceptable, ya que supera la tasa de corte.
(Ver Tabla No. 45: Flujo de Caja proyectado)

3.7.4 Estado de pérdidas y ganancias

En el estado de Pérdidas y Ganancias dio como resultado utilidad neta desde el primer año, aunque es mínima, ya que como indicábamos en la sección de ingresos, se esta considerando unos ingresos poco optimistas, cuando realmente hay la posibilidad de que sean superiores. A pesar de esto, los ingresos cubren todos los gastos que genera el negocio, sin tener pérdidas.

Otro análisis financiero que destacar, es que la utilidad neta es notablemente superior si es que el negocio se establece sin financiamiento, es decir sin tener los gastos por el pago de los prestamos ni lo gastos financieros. (Ver Tabla No. 46: Estado de pérdidas y ganancias proyectado).

TABLA No. 45

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja Inicial	$19.715,82	$4.179,00	$2.678,39	$3.496,30	$6.123,13	$11.168,21
Ingresos	$0,00	$19.681,77	$23.618,12	$28.341,74	$34.010,09	$40.812,11
Otros Ingresos	$0,00	$400,00	$480,00	$576,00	$691,20	$829,44
Total disponible	$19.715,82	$24.260,77	$26.776,51	$32.414,04	$40.824,42	$52.809,76
costos de venta	$0,00	$6.888,62	$8.266,34	$9.919,61	$11.903,53	$14.284,24
Inversion en terrenos	$0,00					
Inversiones en activos fijos depreciables	$4.121,82					
Inversiones construccion edificio	$10.765,00					
Inversion Intangible	$650,00					
Depreciacion		$2.436,70	$2.436,70	$2.436,70	1076,5	1076,5
Egresos pago Capital		2.792	2.792	2.792	2.792	2.792
Gastos financieros		1.815	1.452	1.089	726	363
Egresos gastos de personal	$0,00	$5.450,00	$5.668,00	$5.894,72	$6.130,51	$6.375,73
Egresos administrativos	$0,00	$677,00	$677,00	$677,00	$677,00	$677,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**$4.179,00**	**$4.201,39**	**$5.484,39**	**$9.604,91**	**$17.518,77**	**$27.241,16**
Participacion Trabajadores 15%		$630,21	$822,66	$1.440,74	$2.627,81	$4.086,17
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		**$3.571,18**	**$4.661,73**	**$8.164,17**	**$14.890,95**	**$23.154,99**
Impuesto a la Renta 25%		$892,80	$1.165,43	$2.041,04	$3.722,74	$5.788,75
UTILIDAD NETA	**$4.179,00**	**$2.678,39**	**$3.496,30**	**$6.123,13**	**$11.168,21**	**$17.366,24**

VAN 15%	**$4.302,52**
TIR	**21,42%**

TABLA No. 46

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

			AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	%/Vtas
Ventas										
	Ingresos de Ventas			$19.681,77	$23.618,12	$28.341,74	$34.010,09	$40.812,11	$71.641,63	98%
	Otros ingresos			$400,00	$480,00	$576,00	$691,20	$829,44	$1.456,00	2%
	Total		-	**$20.081,77**	**$24.098,12**	**$28.917,74**	**$34.701,29**	**$41.641,55**	**$73.097,63**	100%
Costo de Venta										
	Costo			6.889	8.266	9.920	11.904	14.284	25.075	34%
	Costo mano de obra			5.450	5.668	5.895	6.131	6.376	17.013	23%
	Depreciacion			2.437	2.437	2.437	1.077	1.077	7.310	10%
	Total		-	14.775	16.371	18.251	19.111	21.736	49.397	68%
MARGEN BRUTO			-	5.306	7.727	10.667	15.591	19.905	23.700	32%
Gastos Administrativos				677	677	677	677	677	2.031	3%
Pago prestamo			-	2.792	2.792	2.792	2.792	2.792	8.376	11%
Gastos financerios				1.815	1.452	1.089	726	363	4.356	6%
Utilidad Antes de Impuestos			-	22	2.806	6.109	11.396	16.073	8.937	12%
Participacion Trabajadores		15%	-	3	421	916	1.709	2.411	5.461	7%
Impuesto a la Renta		25%	-	5	596	1.298	2.422	3.416	7.736	11%
UTILIDAD NETA			-	14	1.789	3.894	7.265	10.247	23.209	32%
Utilidad Antes Imp Sin Gtos Fin			-	1.837	4.258	7.198	12.122	16.436		
Participacion Trabajadores			-	276	639	1.080	1.818	2.465		
Impuesto a la Renta			-	390	905	1.529	2.576	3.493		
Utilidad Neta Sin Gastos Financieros			-	**1.171**	**2.714**	**4.588**	**7.728**	**10.478**		
Escudo Fiscal			-	658	526	395	263	132		

CONCLUSIONES

- En la playa de Chulluype es notable la falta de servicios turísticos, como alimentos y bebidas, por lo que luego de la investigación realizada, se pudo concluir que un establecimiento de estas características y lo propuesto en esta tesis, es necesario para poder desarrollar Chulluype turísticamente y mejorar la estancia de los visitantes.
- A pesar de que es una playa poco conocida, hay un número importante de turistas que visitan frecuentemente este destino, como nuestro target: surfistas y familias.
- En el ámbito surfístico nacional e internacional, Chulluype es reconocido por muchos deportistas quienes acuden a esta playa en busca de la ola de más larga duración, además de ser un lugar donde los novatos en este deporte se entrenan en sus primeros pasos como surfistas.
- Los turistas que visitan Chulluype no son consumidores de bebidas alcohólicas, pero sí de productos elaborados para los deportistas que gustan de una buena alimentación balanceada y de rápido acceso.
- El proyecto propuesto es rentable, mientras se gestione planes que tengan como objetivo el incremento de las ventas para poder obtener mayores utilidades.
- El proyecto también es ambientalmente factible, puesto que se reutilizará parte de la edificación ya existente, es decir que no se afectará ningún espacio destinado a la playa, además de mejorar el paisaje, teniendo en cuenta los respectivos métodos de conservación y preservación.

RECOMENDACIONES

- Para incrementar las ventas en los años siguientes, es recomendable la implementación de nuevos productos, como por ejemplo, nuevas opciones de comidas para así expandir nuestros servicios a los turistas y poder cubrir todos los variados gustos de los visitantes de Chulluype.
- Al ser Chulluype una playa que ayuda a la desaturación de playas del perímetro cercano como Ballenita y Salinas, se debe procurar no llegar a la saturación de la misma, evitando que lleguen los buses de turismo, ya que la capacidad de la playa es bastante limitada.
- Las organizaciones de turismo en la costa del Ecuador, deben tomar en cuenta a Chulluype para la implementación de torres salvavidas y boyas, por las actividades deportivas que se realizan en este lugar.
- Los organismos dedicados a la conservación de las playas, deben incluir constantemente a Chulluype en el programa de recursos de apoyo durante temporada para ofrecer campañas de limpieza, ya que como en otras playas, el problema de la basura es un asunto que se debe tomar muy en cuenta para conservar este destino.
- Los organismos gubernamentales y no gubernamentales dedicados al turismo deberían tomar en cuenta las estrategias de comercialización propuestas en esta tesis para dar a conocer a Chulluype como destino de playa y sol.

ANEXOS

ANEXO 1

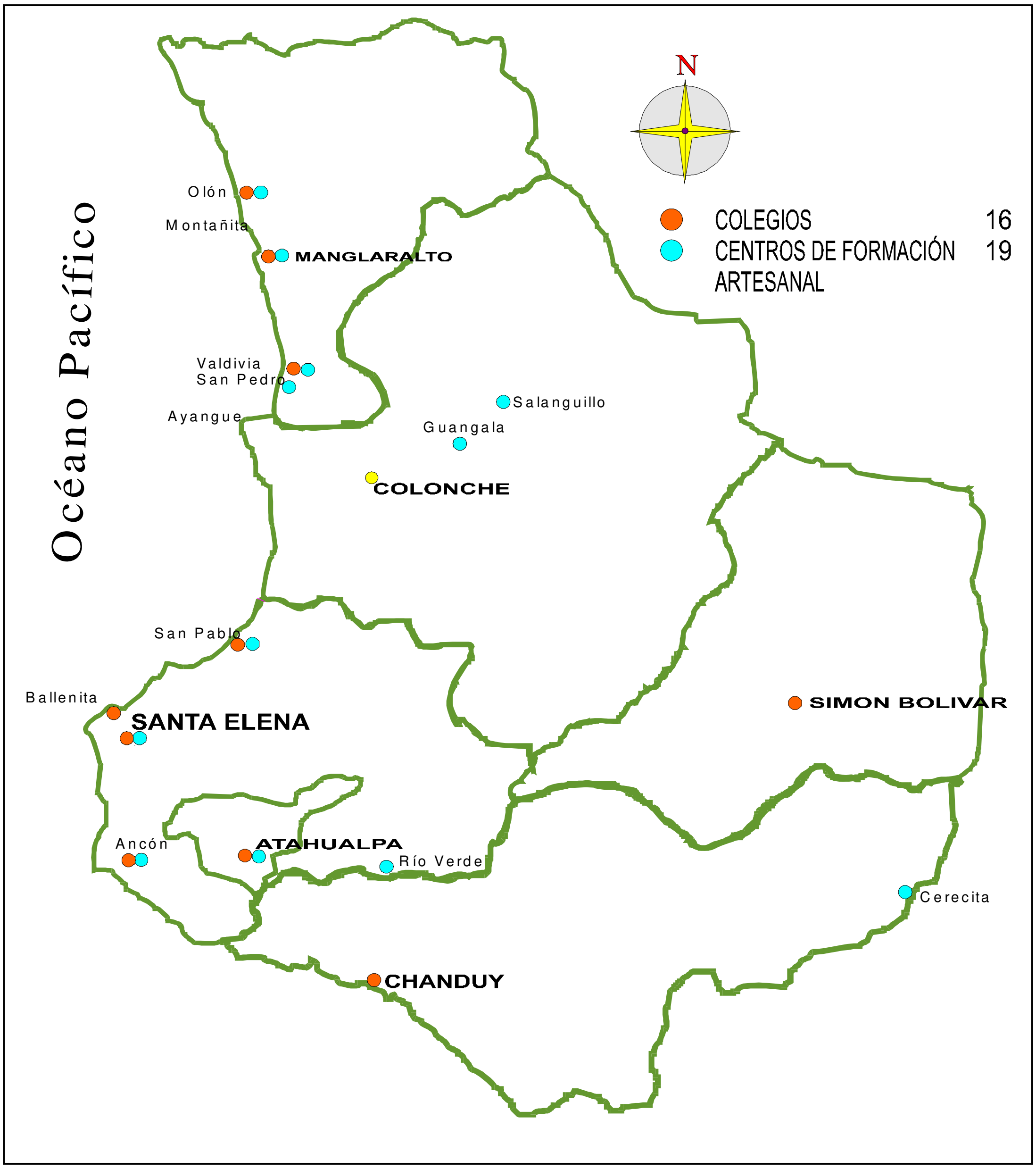
PLAYA DE CHULLUYPE

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA

ANEXO 2

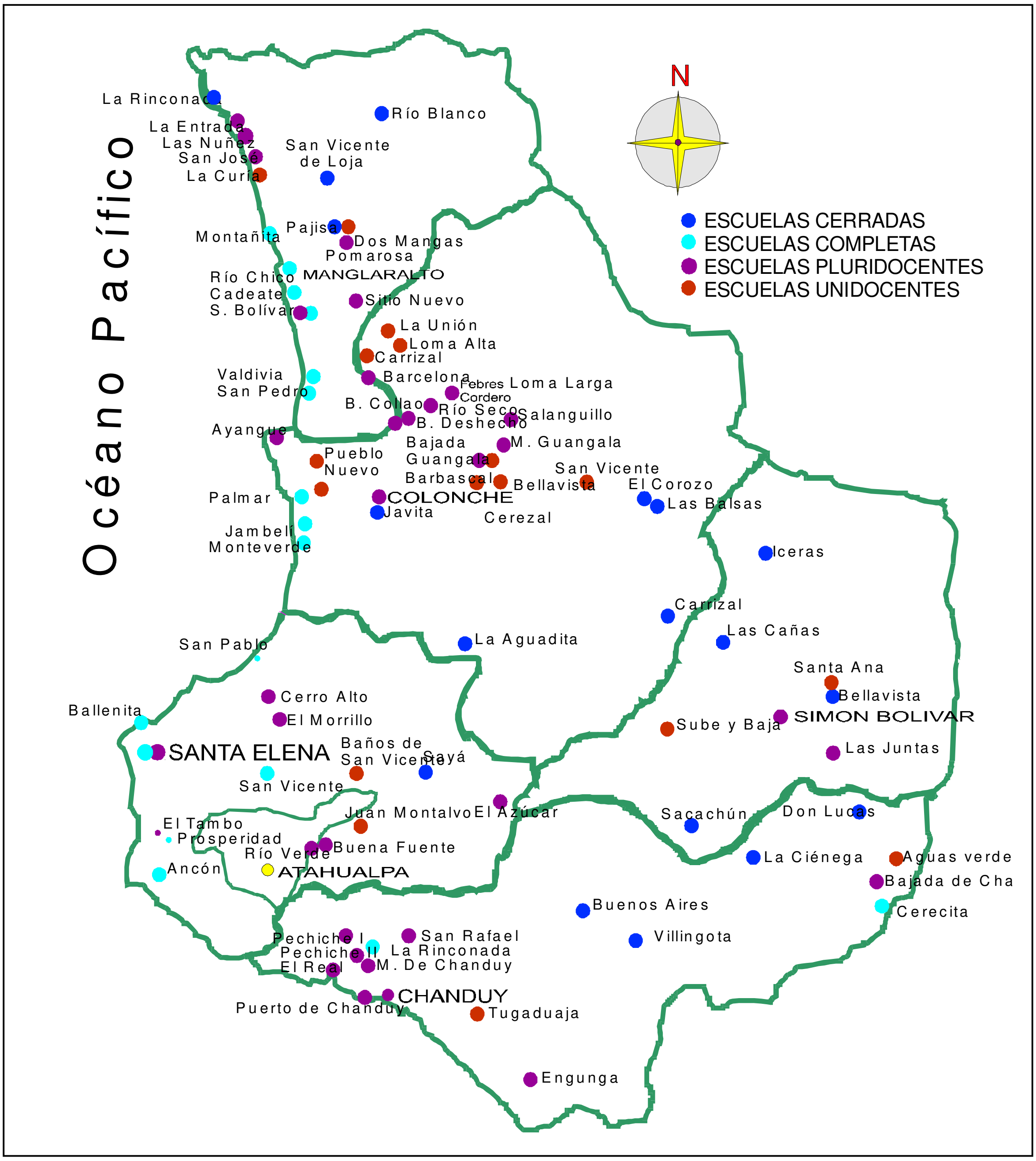
CENTROS DE EDUCACION SEGUNDARIA Y ARTESANAL EN LOS DIFERENTES PUNTOS DE LA FRANJA COSTERA



FUENTE: MESA DE EDUCACIÓN PLAN DE DESARROLLO DE SANTA ELENA

ANEXO 3

ESTADO DE ESCUELAS EN LOS DIFERENTES PUNTOS DE LA FRANJA COSTERA



FUENTE: MESA DE EDUCACIÓN PLAN DE DESARROLLO DE SANTA ELENA

ANEXO 4

IGLESIA DE CHULLUYPE

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

ANEXO 5

KIOSKO DE COMIDA

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

ANEXO 6

VISTA DEL AREA DE PLAYA DE CHULLUYPE

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 27 DE ENE DEL 2007

ANEXO 7

VIAS DE COMUNICACIÓN Y ACCESO EXTERNAS A LA PLAYA DE CHULLUYPE

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA

ANEXO 8

CASA COMUNAL DE CHULLUYPE

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

ANEXO 9

BOLETIN DE PRENSA DEL MUNICIPIO DE SANTA ELENA

LA CONSTRUCCIÓN DEL MUELLE DE CABOTAJE DE OPERACIÓN DE BARCAZAS DE GENERACIÓN ELECTRICA

El Ilustre Concejo Cantonal de Santa Elena, en Sesión Ordinaria celebrada el jueves 27 abril del presente año, al tratar el 4° punto del Orden del Día que dice: Conocer y resolver el oficio N° 095 DGAM-2006, de fecha 26 de abril del 2006, suscrito por el Ing. Leopoldo Zumba Vinces, Director de Gestión Ambiental, en el que emite informe sobre el "Estudio de Impacto Ambiental Definitivo para la construcción de un muelle de cabotaje de operación de barcazas de generación eléctrica de la Compañía ULYSSEAS INC", en terrenos donde funcionaba la CIA. ECUATUN del cantón La Libertad en el límite con Chulluype del cantón Santa Elena.

El concejal Dr. Oswaldo Orrala Muñoz mocionó aprobar el informe del Ing. Leopldo Zumba y esta moción fue aprobada por el Abg. Ottón Ordóñez González y sometida a votación, fue aprobada por unanimidad por los concejales presentes en la Sesión, en consecuencia y en uso de sus atribuciones resolvió:

- Aprobar el informe contenido en el oficio N° 095-DGAM-2006, de fecha 26 de abril del presente año, suscrito por el Ing. Zumba, Director de Gestión Ambiental, por consiguiente **se opone** a la construcción de barcazas de generación eléctrica de "ULYSSEAS INC", en terrenos donde funcionaban la CIA. ECUATUN del cantón La Libertad en los límites con la población de Chulluype del cantón Santa Elena.

Fuente: Boletín de prensa Nº 074, 28-mayo-2006, Muy Ilustre Municipio de Santa Elena

ANEXO 10

FACHADA DEL HOTEL ABANDONADO

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA

FUENTE: HIPOLITO MUNOZ PARA EL UNIVERSO

ANEXO 11

MODELO DE ENCUESTA 1

ANALISIS DE TURISTAS QUE VISITAN CHULLUYPE

EDAD: **SEXO:**

1. PROCEDENCIA

Local ( )
Nacional ( ) Provincia_____________
Internacional ( ) País ________________

2. MOVILIZACION HACIA EL DESTINO

Transporte publico ( )
Transporte privado ( )
Otros ( )

3. TIPO DE ALOJAMIENTO

Casa propia de playa ( )
Hotel ( ) Cual?__________ Lugar___________
Otros ( )

4. FRECUENCIA DE VISITA EN TEMPORADA ALTA

1 vez ( )
De 2 a 4 veces ( )
Mas de 4 veces ( )

5. MOTIVACION DE VISITA

Tradición familiar ( )
Conocer el destino ( )
Saturación de playas cercanas ( )
Práctica de surf ( )
Otros ( )

6. PROMEDIO DE GASTO DIARIO

0 USD - 5.00USD ( )
5.00USD – 15.00USD ( )
MÁS DE 15.00USD ( )

7. MEDIO DE INFORMACION

Recomendación de un conocido ( )
Revistas ( )
Internet ( )
Televisión ( )
Otros ( )

8. FACTORES QUE CONSIDERA DEBEN MEJORAR

Producto ecológico ( )
Seguridad ( )
Alojamiento (
Transportación ( )
Limpieza ( )
Información disponible ( )
Precios ( )

9. TIEMPO DE PERMANENCIA

Horas ( )
Un día ( )
Un fin de semana ( )
Mas de 2 días ( )

10. NIVEL DE SATISFACCIÓN

Bueno ( )
Regular ( )
Malo ( )

ANEXO 12

CABAÑAS DE COMIDA EN BALLENITA

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

ANEXO 13

HOTEL BALLENITA INN

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

ANEXO 14

FOTOS CABAÑAS EN LA RUTA DEL SOL

FOTOS FACILITADAS POR LAS OFICINAS DE PRODECOS EN MANGLARANLTO

ANEXO 15

MODELO DE ENCUESTA 2

ANALISIS DE LA ACEPTACION DEL BALCON DE SERVICIOS EN CHULLUYPE

EDAD: SEXO:

1. Considera necesario la implementación de un establecimiento de alimentos y bebidas aquí?

Si	( )
No	( )
Indiferente	( )

2. Enumere en rango de importancia o gusto, siendo 4 el más importante, los productos que se deberían ofrecer:

Bebidas:

Bebidas gaseosas y agua	( )
Batidos	( )
Bebidas energizantes	( )
Cervezas	( )

Alimentos:

Sanduches	( )
Ensaladas de frutas	( )
Barras energéticas	( )
Piqueos típicos	( )

3. Enumere en rango de importancia o gusto, según considere necesario la implementación de los siguientes servicios adicionales: siendo 3 el mayor

Alquiler de casilleros	( )
Alquiler de morei boggie	( )
Alquiler de tablas de surf,	( )

4. Indique hasta cuánto estaría dispuesto a gastar en dichos productos?

Alquiler de casilleros	( ) usd
Alquiler de morei boggie	( ) usd
Alquiler de tablas de surf,	( ) usd
Alimentos y bebidas	( ) usd

5. Según su opinión que otros servicios deberían agregarse a esta playa?

ANEXO 16

AREA DE PARQUEO EN CHULLUYPE

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

ANEXO 17

VISTA DE ZONA DE USO TURISTICO

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. FOTO TOMADA EL 11 DE FEB DEL 2007

ANEXO 18

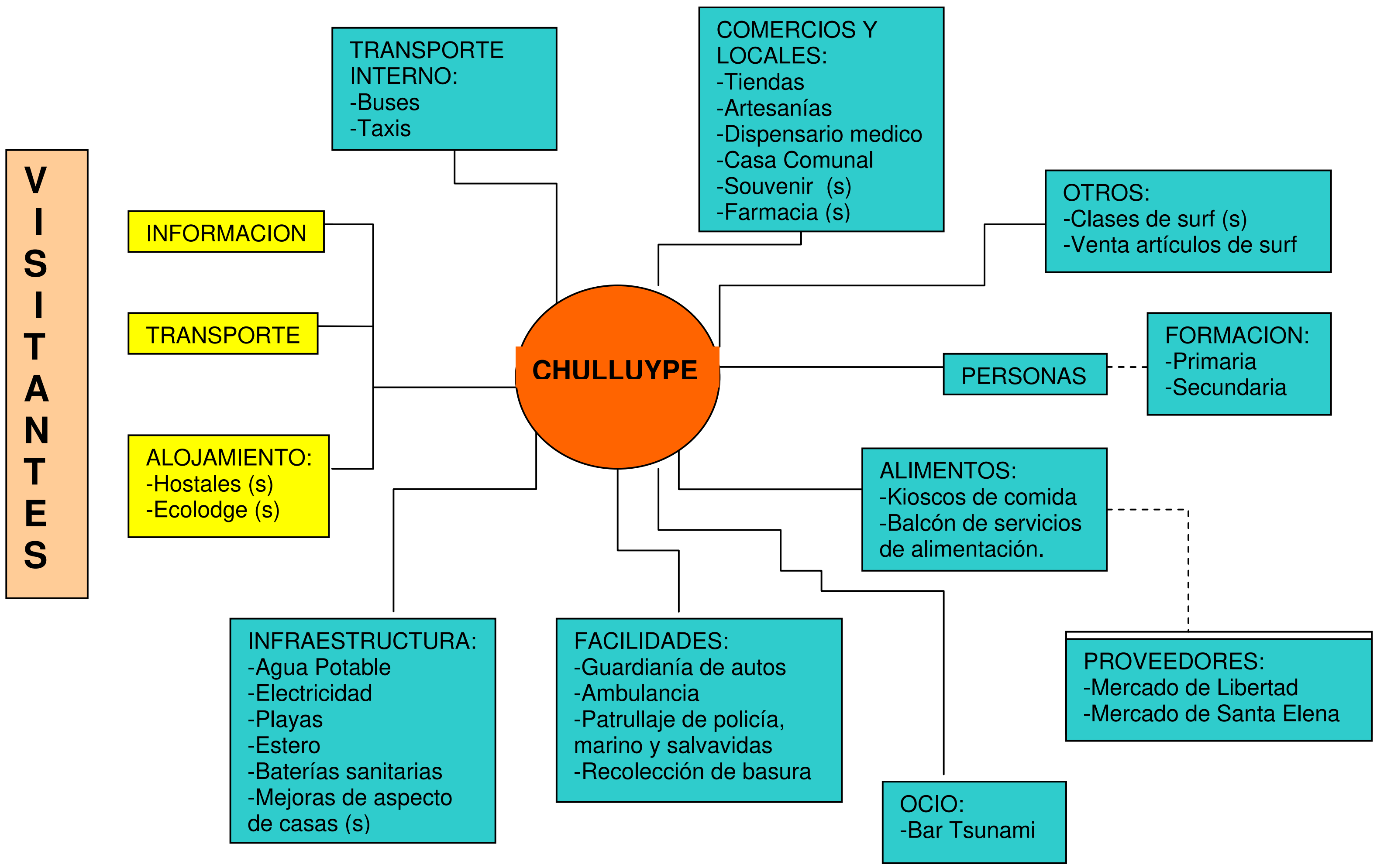
PROPUESTA LOGOTIPO Y VOLANTE

Chulluype
descubre sus olas

DISEÑADOS POR AQUELARRE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

ANEXO 19

DISEÑO DEL DESTINO



ANEXO 20

AREA DE DUCHAS

VISTA DEL AREA DONDE SE UBICARIAN LAS DUCHAS Y SERVICIOS HIGIENICOS

ANEXO 21

AREA DE ALQUILER DE LOCALES

VISTA DEL AREA DONDE SE UBICARIAN LOS LOCALES DE ALQUILER

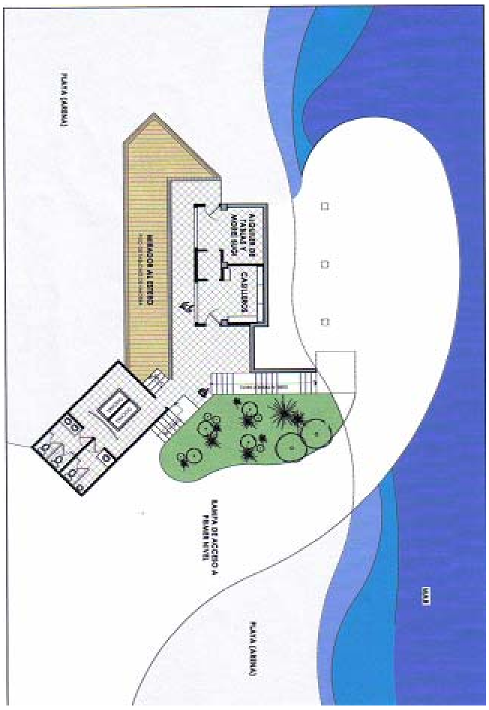
ANEXO 22

AREA DEL RESTAURANTE

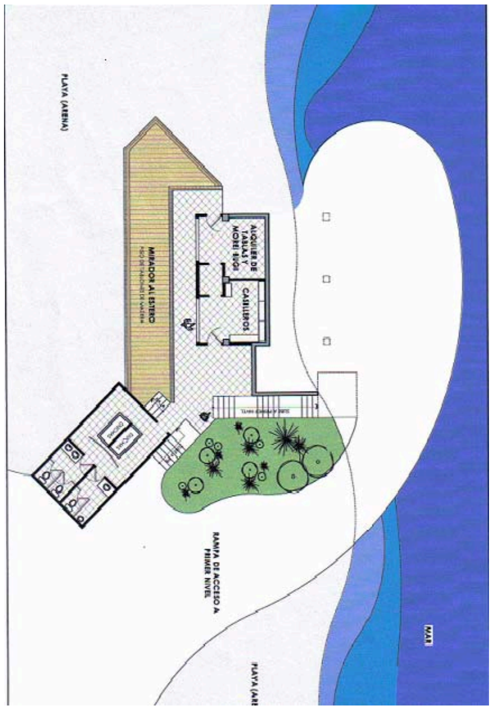
VISTA DEL AREA DEL RESTAURANTE

ANEXO 23

PLANOS DEL PROYECTO



VISTA DEL PLANO DE LA PLANTA INF



VISTA DEL PLANO DE LA PLANTA SUPERIOR

ANEXO 24

DISEÑO DE PROCESO DE PRODUCCION

BIBLIOGRAFIA

1. CHULLUYPE, PLAYA Y GRANDES OLAS OCULTAS EN LA PENÍNSULA, El Universo.com, sección Turismo, redactora Marcia Andrade Peralta, Enero 2, 2004.

2. PLAN DESARROLLO ESTRATÉGICO Y PARTICIPATIVO DE SANTA ELENA, 2007.

3. ARTICULO "SEIS VETUSTAS EDIFICACIONES PONEN EN RIESGO A TURISTAS", diario El Universo, Octubre 23, 2005.

4. ARTICULO "MALESTAR EN CANTON SANTA ELENA", diario El Hoy, Julio 9, 2006.

5. ARTICULO "CONELEC FINIQUITA LOS ESTUDIOS PARA PLAN DE BARCAZAS", diario El Universo, Julio 21, 2006.

6. PLAN DE PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DE LA MANCOMUNIDAD DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PENINSULA DE SANTA ELENA, Arq. Esteban Delgado, 2007.

7. ARTICULO DESCUBRA LA IMPORTANCIA DE MEDIR LA SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES, Dra. Laura Ilzarbe Izquierdo, 2007.