

380.1459.1
SER



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL
LITORAL**

**FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR
"DETERMINACION DEL EQUIPAMIENTO NECESARIO EN LA
PLAYA DE BALLENITA COMO UNA PROPUESTA PARA EL
DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURISTICAS"**

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentada por:

Mercedes Daniela Serrano Paladines

Johanna Patricia Villacís Noriega

GUAYAQUIL – ECUADOR

2007

A.F. 135826



A.F. 135826

AGRADECIMIENTO

Yo, Daniela agradezco a Dios, a mis padres, a mi esposo Jaime, y a mi hijo Jaimito Andrés, ya que gracias a ellos he podido cumplir un sueño ahora hecho realidad.

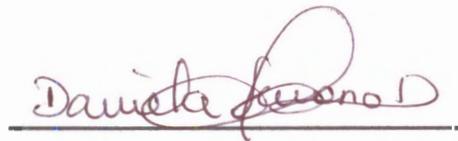
Yo, Johanna agradezco a Dios por haberme dado salud y fuerza necesarias para la culminación de esta tesis; y a mis padres por ser mi apoyo fundamental a lo largo de toda mi carrera.

DEDICATORIA

A cada una de las personas que han hecho posible la culminación
de esta tesis.

DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado nos corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”



Daniela Serrano Paladines



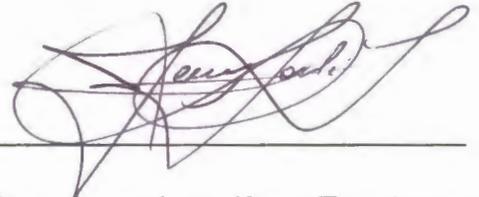
Johanna Villacis Noriega

TRIBUNAL DE GRADUACION



Dr. Marcelo Muñoz Naranjo

Presidente del Tribunal



Msc. Jerry Landívar Zambrano

Director de Tesis



Lic. Luis Terán

Miembro del Tribunal



Msc. Julio Gavilanes Valle

Miembro del Tribunal

RESUMEN

La Provincia del Guayas tiene innumerables playas ubicadas en la franja costera del pacífico, por lo tanto muchos de estos lugares no han tenido la oportunidad de desarrollarse completamente en el ámbito turístico.

“Determinación del equipamiento necesario en la playa de Ballenita como una propuesta para el desarrollo de actividades turísticas”, es un estudio realizado para saber si esta propuesta tiene la posibilidad de integrarse en el mercado turístico de la Península de Santa Elena, para lo cual se han desarrollado tres capítulos los cuales se detallan a continuación:

En el primer capítulo se encontrará información general acerca de la parroquia de Ballenita, se describe su ubicación, flora, fauna, actividades económicas a las que se dedican sus habitantes, nivel educacional, descripción del paisaje y la infraestructura que actualmente posee esta comuna.

En el segundo capítulo se realiza un análisis general del mercado de Ballenita, se hace un análisis de la demanda, de la oferta turística, se describe la capacidad de carga, se muestran las estrategias de mercadeo a

utilizar antes de posicionarse en el mercado y se concluye este capítulo con la elaboración del análisis foda.

El tercer capítulo corresponde a todos los costos de operación que generará el balcón de servicios ubicado en Ballenita, se realiza un análisis de impacto ambiental para saber que tan fuerte es el efecto causado con la construcción del proyecto y en que magnitud puede este afectar o no al medio natural, se definen los beneficios económicos y sociales con los que se logrará mejorar la calidad de vida de sus habitantes y se hace un análisis costo-beneficio para conocer la rentabilidad del negocio.

Por último, se establecen las conclusiones y recomendaciones para este proyecto.

INDICE GENERAL

RESUMEN	I
INDICE GENERAL	III
INDICE DE FIGURAS	VI
INDICE DE CUADROS	VII
INDICE DE FOTOS	VIII
INDICE DE ANEXOS	IX
INTRODUCCION	1

CAPITULO I INFORMACION GENERAL

1.1 Características Generales de la zona	2
1.1.1 Ubicación Geográfica	2
1.1.2 Descripción Poblacional	3
1.1.3 Análisis Socioeconómico	3
1.1.4 Descripción del Entorno Natural	4
1.1.5 Infraestructura Existente	7

CAPITULO II ANALISIS DEL MERCADO

2.1 Características Generales del Mercado	11
2.1.2 Análisis de la Demanda	14
2.1.3 Análisis de la Oferta	25
2.1.3.1 Descripción de la Planta Turística Existente	25
2.1.3.2 Determinación de la Capacidad de Carga	29
2.1.4 Estrategias de la Comercialización	34
2.2 Análisis Foda	37

CAPITULO III ESTUDIO TECNICO Y GESTION DEL PROYECTO

3.1 Análisis de las Características	38
3.2 Especificaciones Técnicas	38
3.2.1 Localización del Proyecto	38
3.2.2 Tamaño	38
3.2.3 Presupuesto de Obras	39
3.2.4 Distribución de los Servicios	39
3.3 Gestión del Proyecto	40
3.3.1 Organigrama	40

3.4 Estimación de Costos / Beneficios	42
3.4.1 Análisis de los Costos	42
3.4.2 Beneficios Socio – Ambientales	50
3.4.3 Beneficios Económicos	57
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	67
ANEXOS	69
BIBLIOGRAFIA	86

INDICE DE FIGURAS

	PAGINA
FIGURA 2.1 CLASIFICACION POR GENERO	16
FIGURA 2.2 CLASIFICACION POR EDAD	17
FIGURA 2.3 PROCEDENCIA DEL VISITANTE	17
FIGURA 2.4 CON QUIEN VIAJA	18
FIGURA 2.5 ESTADIA PROMEDIO	19
FIGURA 2.6 MOTIVOS DEL VIAJE	20
FIGURA 2.7 DONDE SE HOSPEDA	21
FIGURA 2.8 QUE CONSUMOS REALIZAN	22
FIGURA 2.9 TRANSPORTE QUE UTILIZAN	23
FIGURA 2.10 REGRESARIA A BALLEENITA	24

INDICE DE CUADROS

	PAGINA
CUADRO 2.1 CAPACIDAD FISICA DE LA PLAYA	30
CUADRO 2.2 CAPACIDAD SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	31
CUADRO 2.3 CAPACIDAD SERVICIOS DE ALIMENTACION	32
CUADRO 3.1 COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION	43
CUADRO 3.2 COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION	44
CUADRO 3.3 COSTOS DE PRODUCCION	44
CUADRO 3.4 GASTOS GENERALES	46
CUADRO 3.5 DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	46
CUADRO 3.6 INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	47
CUADRO 3.7 INVERSION DE ACTIVOS DIFERIDOS	48
CUADRO 3.8 CAPITAL DE OPERACION	49
CUADRO 3.9 INVERSION INICIAL TOTAL	50
CUADRO 3.10 RANGO DE SIGNIFICANCIA DEL VALOR DE INDICE AMBIENTAL	53
CUADRO 3.11 MATRIZ DE LEOPOLD	54
CUADRO 3.12 DEMANDA ESPERADA	58
CUADRO 3.13 INGRESOS MENSUALES DEL PROYECTO	60
CUADRO 3.14 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	62
CUADRO 3.15 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	63
CUADRO 3.16 ANALISIS COSTO BENEFICIO	65

INDICE DE FOTOS

	PAGINA
FOTO 2.1 CABAÑA COMEDORES DE BALLENITA	28
FOTO 2.2 ZONA DE PARQUEO PARA BUSES	33

INDICE DE ANEXOS

	PAGINA
ANEXO 1.1 VISTA SATELITAL BALNEARIO DE BALLEENITA	70
ANEXO 1.2 UBICACIÓN DE BALLEENITA EN LA PENINSULA DE SANTA ELENA	71
ANEXO 2.1 ENCUESTA	72
ANEXO 3.1 UBICACIÓN DE LA CABAÑA "ESTRELLA DE BALLEENITA	74
ANEXO 3.2 PLANOS DEL PROYECTO	75
ANEXO 3.3 PRESUPUESTO DE OBRA CIVIL	76
ANEXO 3.4 PRECIOS DE SERVICIOS	77
ANEXO 3.5 REMUNERACION DE COLABORADORES	78
ANEXO 3.6 GASTOS DE PUBLICIDAD	79
ANEXO 3.7 MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	80
ANEXO 3.8 EQUIPOS REQUERIDOS PARA LA OPERACION	81
ANEXO 3.9 MUEBLES Y ENSERES REQUERIDOS PARA LA OPERACIÓN	82
ANEXO 3.10 TABLA DE CALIFICACION (LEOPOLD)	83
ANEXO 3.11 MATRIZ DE LEOPOLD (RESULTADOS)	84
ANEXO 3.12 CALCULO DE DEMANDA INSATISFECHA	85
ANEXO 3.13 OFERTA POTENCIAL	85

INTRODUCCIÓN

Ballenita es una playa ubicada al inicio de la Ruta del Sol, lo cual implica un paso obligatorio por este lugar al dirigirnos hacia los principales balnearios de la costa ecuatoriana.

Por lo tanto, la tesis que proponemos esta orientada a desarrollar un balcón de servicios que permitirá que lo turistas encuentren en Ballenita un lugar de diversión y distracción familiar.

Se realizaron encuestas a los habitantes y turistas que visitan la playa de Ballenita para conocer hasta que punto les agradaba la idea de que exista en el balneario un lugar que les ofrezca pasar un momento agradable en compañía de sus amigos y familiares; y a la vez puedan degustar de platos típicos observando un maravilloso atardecer.

Esperamos que esta tesis sea un aporte para todas las personas involucradas en el sector turístico, principalmente a las autoridades de la Península de Santa, para que así puedan llevar a cabo este proyecto; generando así nuevas fuentes de trabajo y logrando de este modo contribuir con el desarrollo de Ballenita y de la Península.

CAPITULO I

INFORMACION GENERAL

1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ZONA

1.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Este balneario de la Península de Santa Elena se encuentra a 130 Km. al oeste de la ciudad de Guayaquil, en la llamada Punta Ballenita de la Costa del Pacífico. Está situado a 02° 11' 53" latitud sur y a 80° 52' 1" longitud oeste a una altura de 0 m.s.n.m. (Ver anexo 1.1)

Limita al norte con el Océano Pacífico, al sur con la cabecera cantonal Santa Elena, al este con el Cerro El Tablazo (también llamado Cerro de las Antenas) y al oeste limita con el cantón La Libertad.

Esta población de aproximadamente 300 familias está localizada a 20 minutos de Salinas y a 5 de La Libertad, constituyéndose en una de las parroquias ubicadas en la vía principal que lleva hacia la Ruta del Sol. (Ver anexo 1.2)

1.1.2 DESCRIPCIÓN POBLACIONAL

Según datos obtenidos del INEC (último censo del 2.001), Ballenita posee aproximadamente alrededor de 787 personas, de las cuales 391 son hombres y 396 mujeres (Ver tabla 1.1). A continuación se detalla el número de personas de acuerdo al rango de edades:

Tabla 1.1

Población por rango de edad

POBLACION POR RANGO DE EDADES	
EDAD	NUMERO DE PERSONAS
0-14	266
15-64	471
65 EN ADELANTE	50
TOTAL	787

Fuente: Elaboración propia

En cada casa habitan de cinco a seis personas de las cuales hasta tres miembros de cada familia trabajan, siendo aproximadamente la población económicamente activa de 257 personas.

Según un estudio realizado por el PMRC en el año 2006, Ballenita posee aproximadamente 2500 habitantes.

1.1.3. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

El nivel de educación en su mayoría es de instrucción primaria, solo el 50% de la población alcanza una educación secundaria. La oportunidad de

obtener una educación superior o universitaria en la Península es reciente, por lo que el nivel profesional es casi nulo en las antiguas generaciones aunque en la actualidad hay más interés de parte de los jóvenes en acceder a esta clase de estudios.

Según datos recopilados tenemos que las principales actividades a las que se dedican los habitantes de Ballenita son la pesca artesanal y la pesca submarina de mariscos (pulpos y churos), aunque se ha reducido mucho en la zona, así como también se dedican a la ebanistería, la albañilería y las actividades domésticas.

Es importante mencionar que hay personas dedicadas a la guardianía de las casas, cuyos dueños van por el fin de semana o por la temporada vacacional. También hay quienes se dedican al comercio de productos de primera necesidad ubicados en pequeños establecimientos en sus domicilios.

1.1.4. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO NATURAL

ANÁLISIS MORFOLÓGICO

CLIMA

La situación geográfica del sector determina que el clima de Ballenita es tropical con un promedio anual de temperaturas que oscilan entre 23 – 26°C,

siendo los meses de junio hasta diciembre los que presentan menor temperatura y de enero a mayo sube la temperatura coincidiendo con la aparición de las lluvias, con precipitaciones de 125 – 250 mm.

FLORA

La flora esta relacionada directamente con el clima, es considerada como maleza desértica tropical. Antiguamente no se practicaba la agricultura excepto por el sembrío de sandías en la zonas altas.

La vegetación nativa se encuentra completamente eliminada y remplazada por la vegetación de jardinería.

FAUNA

Antiguamente pocas familias poseían ganado vacuno, pero en la actualidad ya no se observan esta clase de animales en el sector. No existe la actividad agropecuaria.

Entre lo animales más comunes de la zona tenemos: *Calidris alba* (playero arenero), *Arenaria interpres morinella* (playero turco), *Mugil curema* o *Mugil cephalus* (lisa), *Buteo Polyosoma* (gavilán variable), *Coragyps Atratus* (gallinazo negro), *Fregata Manificens* (fragata magnifica).

VISIÓN DEL PAISAJE

La playa es semi cerrada con pendiente media. Alta inclinación al noroeste de la ensenada, el rumbo de la playa es de Sur – Suroeste en forma de ensenada. Cuenta con una extensión aproximada de 1 kilómetro. Hacia sus extremos se encuentran las salientes más grandes del acantilado. Al interior de su playa, se entrelazan las caletas pesqueras con los servicios turísticos de apoyo.

Ballenita presenta una particularidad dada por la presencia de un bajo acantilado, en cual se diferencian dos espacios: el malecón en su parte alta y la playa en la parte baja. La parte alta del acantilado se caracteriza por la presencia del malecón que cuenta con algunas facilidades como miradores y ciertos servicios como restaurantes, comedores y algunas otras estructuras de apoyo como son las baterías sanitarias.

Para llegar a la playa existen varios accesos, que no presentan todas las condiciones de seguridad. Es por esto que es común observar pedazos de bloques de cemento y hierro dispersos sobre la arena. La ubicación de los comedores directamente en el filo del acantilado representa actualmente un peligro y se han visto en la necesidad de colocar soportes para evitar el desplome de los mismos.

La calidad de la arena es fina en la parte plana donde predomina la arena clara y en la parte activa con pequeña inclinación predomina la arena oscura. Cabe resaltar que en esta parte existen 56 metros en lo que se refiere al ancho de la playa. (Ver anexo 1.3)

ANÁLISIS TOPOLÓGICO

El acceso a este balneario es de tipo permanente notándose la mayor afluencia de turistas en la temporada de invierno (enero – abril) siendo la principal vía de ingreso la Autopista Guayaquil – Salinas, la cual es de primer orden.

1.1.5. INFRAESTRUCTURA EXISTENTE

Energía Eléctrica

El servicio de energía eléctrica es otorgado por la Empresa Eléctrica de la Península de Santa Elena. Pero muchas veces en la época de temporada es restringido en Santa Elena y Sectores Rulares para abastecer la demanda de Salinas y La Libertad.

Telefonía

Este servicio lo brinda la empresa Pacifictel, tienen acceso a la telefonía móvil. Es importante mencionar que dentro del área comercial de Ballenita se cuenta con el servicio de dos cabinas telefónicas.

Agua Potable

Este servicio básico se lo obtiene por medio del acueducto que viene desde la ciudad de Guayaquil, el mismo que por su extenso recorrido el agua llega sin cloro residual, por lo tanto a través de la planta potabilizadora "Atahualpa" ha mejorado la calidad del agua y su cobertura, por lo que no se presentan problemas de escasez en las temporadas de alta visitación, el ente responsable de la distribución es la empresa AGUAPEN, el costo al poblador es de USD \$3.00 cada 10m³. Cabe recalcar que solamente las cabañas-comedores situadas en los miradores no poseen agua potable y se abastecen comprando agua en tanque.

Recolección de Desechos

El servicio de recolección de basura no es suficiente, ya que se registran problemas de malos olores y de desechos que los vendedores de mariscos vierten al acantilado.

El método de la recolección se la realiza mediante un volquete recolector de basura, el cual pasa por las principales calles del pueblo, sonando una campana para que el usuario salga con su bote de basura y entregue a los recolectores.

La basura la depositan en el botadero ubicado en la vía Guayaquil – Salinas cerca de la ciudadela "Los delfines".

La frecuencia de recolección son dos veces a la semana los lunes y jueves solo por la mañana.

Carretera

A pesar de que la vía costera o Marginal del Pacífico, es la carretera de acceso a todas las comunidades de la Península de Santa Elena, gran parte de ella se encuentra en pésimas condiciones, tomando en cuenta también que después del último Fenómeno del Niño, carreteras y puentes prácticamente desaparecieron.

Hemos podido constatar que una o dos de las vías internas de Ballenita están asfaltadas o lastradas pero en pésimo estado y el resto están sin tratamiento.

Contamos también con la Autopista Guayaquil – Salinas que es de asfalto, recién reconstruida.

También existe la vía alterna de Santa Elena, a demás de la vía Ruta del Sol – La Libertad

Con respecto a la señalética se puede decir que hay buena información aunque si hay necesidad de poner algunos otros carteles que indiquen como llegar a este Balneario.

Transporte Público

A Ballenita se puede ingresar en transporte público entre las 6 a.m. y las 7 p.m. Fuera de este horario sólo se puede acceder en transporte privado o taxi/camioneta.

No existen cooperativas de taxis en Ballenita. Sin embargo, hay aproximadamente ocho camionetas particulares que realizan fletes cuando se lo solicita.

Las cooperativas de transporte con las que cuenta Ballenita son:

- ❖ TRANCISA
- ❖ HORIZONTE PENINSULAR

CAPITULO II

ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MERCADO

Para entender mejor el mercado de Ballenita lo hemos resumido en el siguiente diagrama:



A continuación se realizará un análisis de las fuerzas competitivas para el balcón de servicios ubicado en Ballenita:

❖ Rivalidad

Son todos los hoteles, hosterías, hostales y cabañas que ofrecen servicios de alimentación en Ballenita

❖ **Turistas o Consumidores**

Son nuestro grupo objetivo en este caso los pobladores de Santa Elena y grupos de personas que provienen de los tours principalmente desde la ciudad de Guayaquil.

❖ **Entradas Potenciales**

Son aquellas personas que acudan a Ballenita para realizar turismo deportivo o turismo familiar.

❖ **Sustitutos**

En la provincia del Guayas están los clubes sociales y centros recreacionales que son otros tipos de recreación y a los cuales asisten las personas con la finalidad de distraerse.

❖ **Proveedores**

Se tendrá cierto poder de negociación con algunos de los proveedores debido a que existen otros oferentes que venden estos mismos productos y se podrá comparar precios y promociones.

Los proveedores serian:

- Empresas distribuidoras de gaseosas, las cuales serán la surtidora en la línea de gaseosas, jugos y agua.
- Supermercados (ubicados en la Península de Santa Elena), en donde se podrá comprar la variedad de alimentos que se

requieren para el normal servicio de alimentos y bebidas que se ofrecerá en la cabaña "Estrella de Ballenita".

- Cabe resaltar que se podrá adquirir algunos productos necesarios para la decoración de la cabaña y abastecimiento de las perchas en almacenes de artesanías de la península y otros lugares ubicados en la ciudad de Guayaquil.

❖ MERCADO META

El mercado meta serán los habitantes residentes de la Península de Santa Elena de nivel bajo y personas que provienen de los tours.

❖ POSICIONAMIENTO

La estrategia de posicionamiento estará basada en los beneficios que el negocio ofrecerá, pues se va a promover un balcón de servicios donde los visitantes encuentren un agradable ambiente de buena atención, relajación y diversión en compañía de sus familiares o amigos

Ballenita es un destino que cuenta con los servicios básicos necesarios para el desarrollo de actividades turísticas principalmente de tipo familiar, sin embargo estos servicios no son los ideales para el buen desarrollo de un turismo sustentable de sol y playa.

El sitio cuenta con un movimiento turístico propiamente diurno, debido a que la mayoría de sus visitantes acuden solo por motivos de descanso y

recreación familiar. La actividad nocturna no esta desarrollada por la carencia de lugares de distracción e iluminación.

Ya que los servicios y facilidades en el área urbana no son lo suficientemente adecuados, esto genera que el consumo o gasto turístico sea muy bajo. Cabe resaltar que aunque Ballenita no ofrece una buena oferta en cuanto a restaurantes, si posee un mediano crecimiento en la infraestructura hotelera.

2.1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda turística de Ballenita esta definida en su mayoría por los residentes temporales, (familias que poseen sus casas y acuden durante las vacaciones) pero notamos que dichas personas prefieren ir en busca de otras playas como salinas, punta blanca, etc. Según datos obtenidos de los hoteles de Ballenita si existe la presencia de turistas de la sierra en los meses de julio a Septiembre.¹

Según las encuestas realizadas (para lo cual se tomó una muestra de 50 personas) nos damos cuenta que hay dos grupos de demanda que acuden a este balneario siendo el primer grupo los pobladores de Santa Elena, quienes van a la playa buscando un sitio de recreación y descanso. Dichos

¹ Datos Obtenidos de: Hostal La Caracola, Hotel Ballenita Inn; Farallón Dillon

visitantes no pernoctan en este lugar, por lo tanto la actividad turística de este grupo se desarrolla a partir del medio día, los mismos que acuden en sus propios vehículos o en transporte urbano.

El segundo grupo esta conformado por los "tours" quienes en su mayoría llegan desde Guayaquil y de otras ciudades como: Babahoyo, Milagro y Vinces, en horas de la mañana hasta aproximadamente las 14h00. Según datos obtenidos del Sr. Hermógenes Yagual², llegan a este Balneario alrededor de 25 buses a la semana durante la época invernal, y en época de feriados (Carnaval, Semana Santa) se permite el ingreso de 70 buses, aunque en este carnaval temporada 2007 ingresaron 120 buses (según informe proporcionado por el Tcnlg. Douglas Dillón³. Pero para los dueños de los comedores ubicados en los alrededores no les representa un ingreso rentable, debido a que estos tours por lo general traen su propia comida, prefiriendo los tours que proceden de la sierra.

Los siguientes datos son el resultado de las encuestas realizadas a quienes se encontraban en los alrededores de la playa. (Ver anexo 2.1)

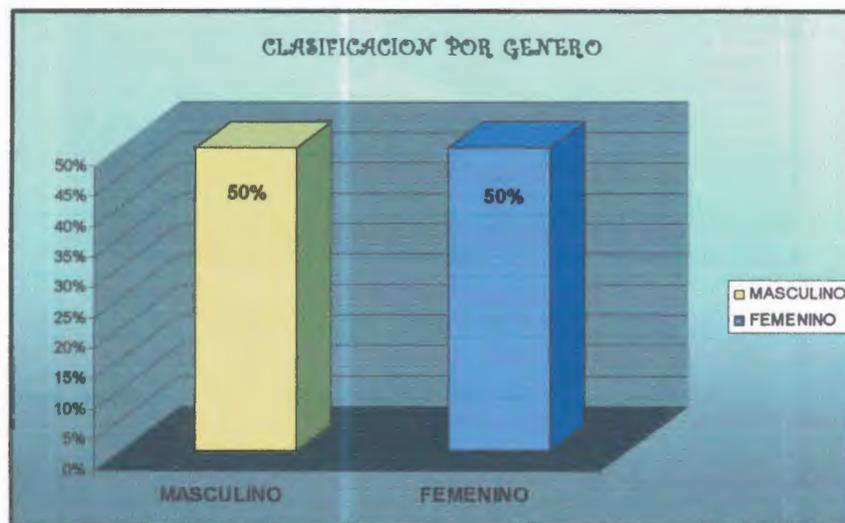
A) CLASIFICACION POR GENERO

² Presidente de La Junta Parroquial

³ Coordinador de la Red de Instituciones de Ballenita

El 50% de los entrevistados fueron del género masculino y el 50 % restante pertenece al género femenino. (Ver Figura No 2.1)

Figura No 2.1

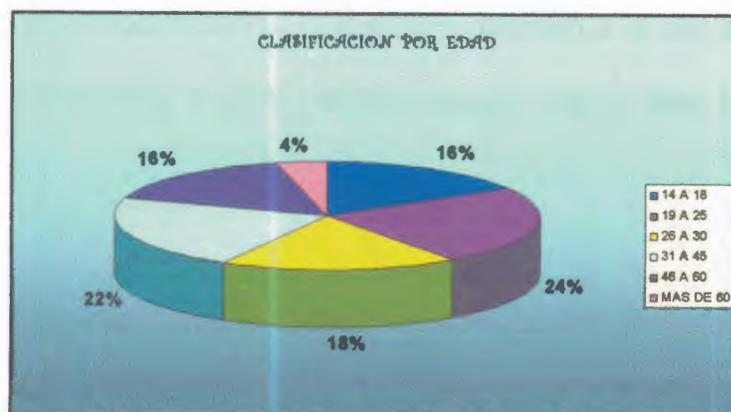


Fuente: Elaboración propia

B) CLASIFICACION POR EDAD

El 16% de los encuestados pertenece al grupo que va desde los 14 a 18 años, el 24% pertenece al grupo que va desde los 19 a 25 años, el 18% pertenece a los que tienen entre 26 y 30 años, el 22% pertenece al grupo de personas que tiene entre 31 y 45 años, el otro 16% pertenece a los que tienen de 46 a 60 años y el 4% restante son las personas que poseen más de 60 años. (Ver figura No 2.2)

Figura No 2.2

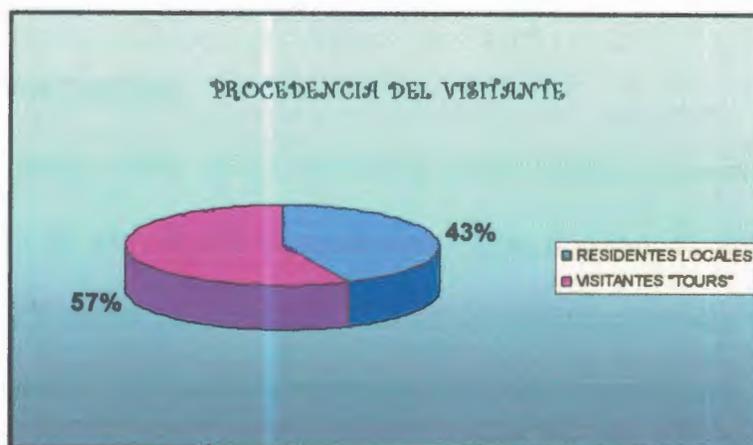


Fuente: Elaboración propia

C) TIPO DE VISITANTE Y SU PROCEDENCIA

El 43% de los encuestados son residentes locales y el 57 % son visitantes que vienen desde Guayaquil y otras ciudades como: Babahoyo, Milagro y Vinces (Ver Figura No 2.3)

Figura No 2.3

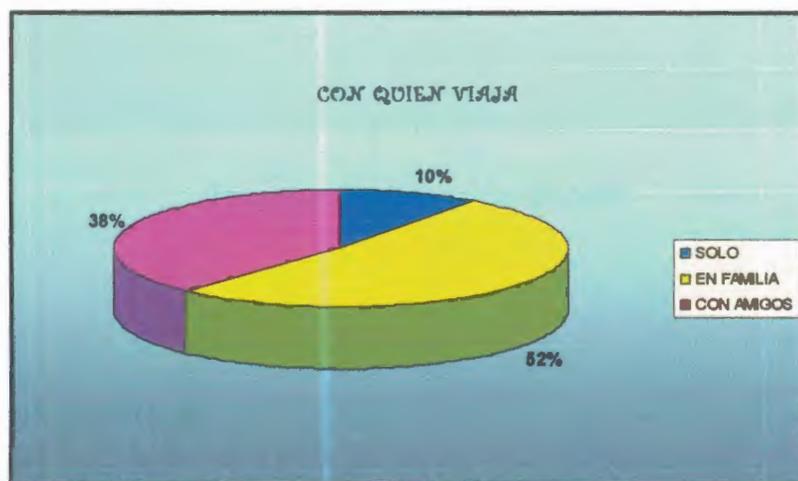


Fuente: Elaboración propia

D) CON QUIEN VIAJA

En el grafico podemos observar que el 52% acuden a la playa en familia, el 38% van con amigos y el 10% restante acude solo a este balneario. (Ver Figura No 2.4)

Figura No 2.4



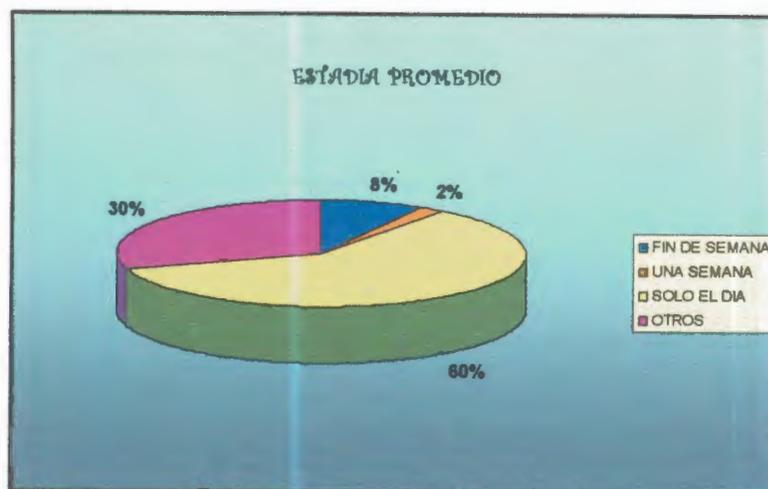
Fuente: Elaboración propia

E) ESTADIA PROMEDIO

El mayor porcentaje 60% de las personas entrevistadas permanecen en la playa solo por el día, el 8% son personas que acuden durante el fin de semana y el 32% restante se divide entre las personas que viven en Ballenita y las que se quedan por mayor numero de días (alrededor de una semana).

(Ver Figura No 2.5)

Figura No 2.5

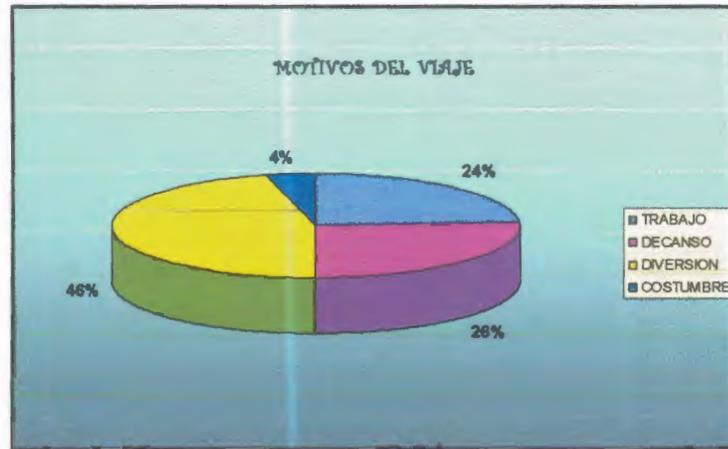


Fuente: Elaboración propia

F) MOTIVOS DE VIAJE

El 26% de las personas entrevistadas acuden a la playa para descansar junto con su familia. El 46 % acude por diversión junto con amigos, el 24% de los encuestados acuden por motivos de trabajo y el 4% pertenece a las personas que llegan al balneario por costumbre ya que es el más cercano para ellos. (Ver Figura No 2.6)

Figura No 2.6

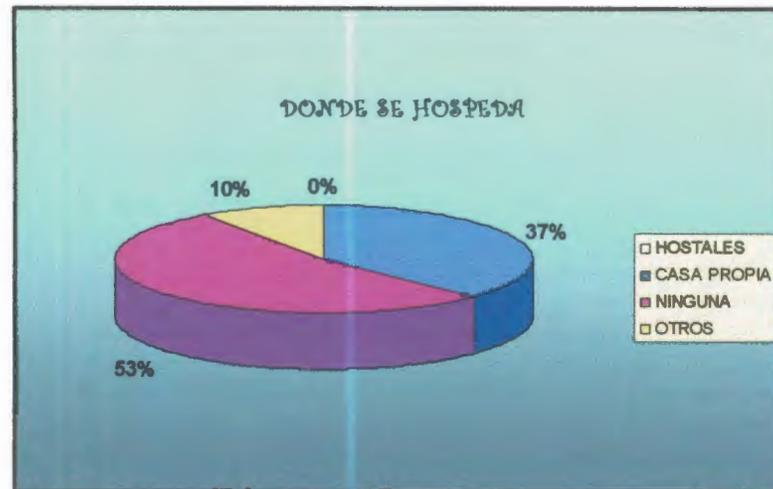


Fuente: Elaboración propia

G) DONDE SE HOSPEDA

Debido a que la mayoría de los encuestados son personas que acuden a este balneario solo por el día observamos que no realizan ningún gasto en hospedaje, los mismos que representan el 53%. El 37% esta representado por los residentes locales, y el 10% restante son personas que se hospedan en casas de familiares o amigos. (Ver figura No 2.7)

Figura No 2.7



Fuente: Elaboración propia

H) CONSUMO EN ALIMENTACION

El 41% de las personas encuestadas prefieren consumir jugos y gaseosas durante su permanencia en la playa, el 41% prefiere consumir piqueos (empanadas, bollos, maní, etc.) y mariscos tanto en el área de la playa como en los comedores cercanos. Y el 18% restante son los encuestados que no realizaron algún tipo de gasto en alimentación, debido a que estos llevan sus propios alimentos. (Ver Figura No 2.8)

Figura No 2.8

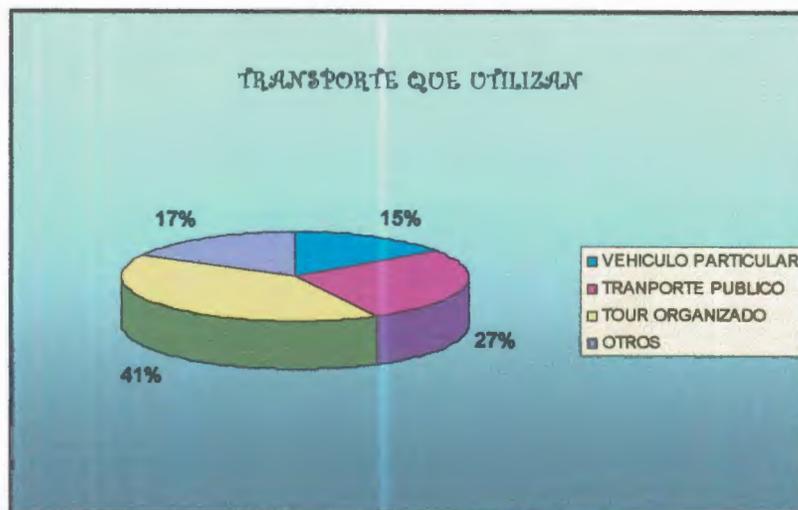


Fuente: Elaboración propia

I) TRANSPORTE QUE UTILIZAN

El 41% de los encuestados acuden a este balneario por medio de Tours Organizados desde la ciudad de Guayaquil, el 27% acuden en transporte público, el 15% utiliza como medio de transporte vehículos propios y el 17% restantes son las personas que acceden al lugar ya sea caminando o en bicicletas. (Ver figura No 2.9)

Figura No 2.9

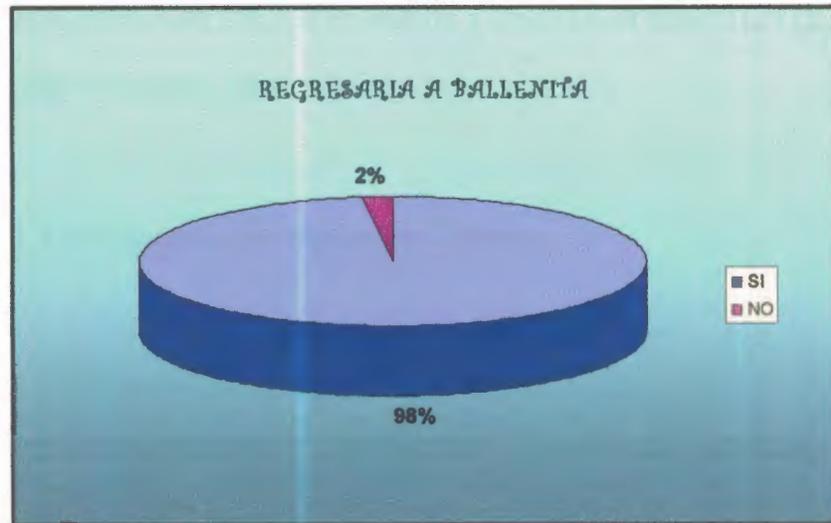


Fuente: Elaboración propia

J) REGRESARIA A BALLENITA

El 98% de los entrevistados contestó que sí esta dispuesto a visitar nuevamente Ballenita, mientras que el 2% restante contestó que no ya que estaban en este balneario solo por conocerlo. (Ver figura No 2.10)

Figura No 2.10



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvo que la mayoría de los entrevistados durante su permanencia en la playa realizan actividades como caminatas y practican deportes como el fútbol, también se pudo observar que existe el alquiler de bananas y tubos de llantas que son utilizados como flotadores, servicio al que se puede acceder solo en temporadas altas.

Según opiniones de los entrevistados les gustaría que hubiese el servicio de alquiler de bicicletas de agua, kayak, paseos a caballos, y recorridos en botes, teniendo cada uno de estos una capacidad de consumo entre \$1.00 y \$6.00.

2.1.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.1.3.1 DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA EXISTENTE

FACILIDADES TURISTICAS

- Hoteles

En Ballenita encontramos los siguientes hoteles:

BALLENITA INN			
LOCALIZACION	NUMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD	FACILIDADES
Ubicado a la entrada De Ballenita (Carretera Santa Elena – Ballenita)	28	150 personas	Habitaciones con baño Privado, agua caliente y Fría, A/C, televisor, Piscina, Restaurante, Snack bar, cafetería, Instalaciones para Seminarios

Fuente: Elaboración propia

FARALLON DILLON			
LOCALIZACION	NUMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD	FACILIDADES
Esta ubicado en la parte alta de Ballenita a 30 metros sobre el Nivel del mar	8 1 cabaña	38 personas	Habitaciones con baño Privado y vista al mar Galería Náutica, Bar Restaurante, Snack Bar, canchas de tenis, Gimnasio, zona de buceo. Playa exclusiva, parqueo privado, mirador de Ballenas, canchas de volley playero, área de hamacas.

Fuente: Elaboración propia

BALLENA AZUL			
LOCALIZACION	NUMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD	FACILIDADES
Esta ubicado en el centro de Ballenita A 200 metros del Mirador central	6	25 personas	Es una casa que ofrece solamente servicio de Alojamiento durante los Meses de mayor Demanda (Enero – Abril)

Fuente: Elaboración propia

LA CARACOLA			
LOCALIZACION	NUMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD	FACILIDADES
Esta ubicado en la vía Ballenita – Cautivo Av. Segunda y Calle Octava	10	40 personas	Habitaciones con baño privado, agua fría y caliente, A/C, Servicio a La playa (Parasoles, sillas y de alimentación)

Fuente: Elaboración propia

LA PIRAMIDE			
LOCALIZACION	NUMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD	FACILIDADES
Esta ubicado en Ballenita Av. Segunda (Vía Cautivo) entre calle Séptima y Octava	7	30 personas	Habitaciones con baño privado, agua fría y caliente, televisor, A/C o ventilador, Snack bar, Café bar.

Fuente: Elaboración propia

CABAÑAS – COMEDORES

En Ballenita existen aproximadamente 23 cabañas – comedores ubicadas en el centro de la parroquia y en los alrededores de la playa, las mismas que ofrecen desayuno, almuerzo y cena; con una capacidad máxima para 20 personas en cada cabaña – comedor. El tipo de comida que ofrecen depende de cada establecimiento pero en su mayoría son:

- ❖ Bolones
- ❖ Muchín de yuca
- ❖ Empanadas de verde
- ❖ Ceviches (de concha, pescado, camarón, pulpa, ostra, mixto)
- ❖ Arroz marinero
- ❖ Arroz con pescado frito
- ❖ Arroz con camarón
- ❖ Arroz con concha
- ❖ Arroz con calamar
- ❖ Encebollado
- ❖ Cazuela
- ❖ Camarón apanado
- ❖ Camarones apanados, etc.

Cabe mencionar que la mayoría de estos establecimientos por ser de tipo cabañas – comedores no se encuentran registrados en el Municipio de Santa

Elena (Ver Foto No 2.1), por lo tanto no poseen un nombre que los identifique pero a continuación nombramos algunos que si tienen su identificación:

- ❖ 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 ”
- ❖ Cabaña – Comedor “ Shirley ”
- ❖ Cabaña – Comedor “ El Oleaje ”
- ❖ Cabaña – Comedor “ 2 Hermanos ”
- ❖ Cabaña – Comedor “ Luigi ”

FOTO No 2.1



Cabañas - Comedores de Ballenita

2.1.3.2 DETERMINACION DE LA CAPACIDAD DE CARGA

❖ CAPACIDAD FISICA DE LA PLAYA

Para acceder a la playa tenemos que el punto principal de ingreso se encuentra en el centro de Ballenita (Mirador), desde este punto hacia el norte en la parte alta del acantilado existe una considerable oferta de cabañas – comedores. Aquí también se ubica una zona intermareal rocosa, que es muy visitada debido a las pozas de agua que se forman al bajar la marea.

La tabla muestra los diferentes cálculos realizados. Del largo total de la playa se utiliza solamente el 80%. Del ancho mínimo de playa dado por la línea de marea alta se utiliza el 100%. En la superficie restante, 1.072 m² se encuentran ocupados por infraestructuras fijas, canchas deportivas, barreras naturales y artificiales. Esta superficie es restada y se obtiene un área de 13.061 m², que corresponden a la zona de uso turístico actual. La superficie de ocupación sugerida por persona para el caso de Ballenita es de 5 m², debido a que se la ha considerado como una playa urbana. Esto implica una capacidad física de aproximadamente 2.600 usuarios, en la zona efectiva de uso turístico actual⁴.

⁴ Teoría tomada de Estudio de Playas del Cantón Santa Elena del PMRC

CUADRO 2.1

Capacidad Física de la Playa

CALCULO DE CAPACIDAD FISICA PARA LA ZONA DE USO TURISTICO ACTUAL DE BALLENITA							
Largo total de la playa (m)	Largo efectivo de uso turístico (Porcentaje del largo total)	Ancho mínimo (m)	Ancho efectivo de uso turístico (Porcentaje del ancho mínimo)	Área aproximada de ocupación en zona efectiva de uso (m2)	Área efectiva de uso turístico actual (m2)	Ocupación sugerida por personas (m2)	Capacidad física de la zona de uso turístico actual
1.116	80%	16	100%	1.072	13.061	5	2.612 PAX

Fuente: Programa de Manejo de Recursos Costeros, 2006

❖ CAPACIDAD DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

Según investigación de campo realizada se obtuvo que en Ballenita existen actualmente cinco establecimientos hoteleros, de los cuales uno es un establecimiento informal que renta habitaciones durante la época de temporada.

De los cuatro establecimientos oficiales solo uno pertenece a la primera categoría, tres son de segunda categoría y el último es considerado como un establecimiento extra-hotelerero. Esto indica que la demanda turística en Ballenita ha aumentado relativamente ya que hasta el año pasado solamente existían dos hoteles y este año abrieron sus puertas dos nuevos establecimientos de hospedaje, teniendo esta demanda un nivel de consumo

relativamente alto. Por lo tanto, existen un total de 283 plazas entre estos cinco establecimientos.

CUADRO 2.2

Capacidad Servicios de Alojamiento

CATEGORIA	Establecimientos registrados En Catastro Oficial				Sub total	Establecimientos no registrados en Catastro Oficial		Total
	1era.	2da.	3era.	4ta.		Camping	Casas particulares	
NÚMERO DE ESTABLECI MIENTOS	1	3			4		1	5
NUMERO DE PLAZAS	9	45			54		6	60
CAPACIDAD	38	220			258		25	283

Fuente: Elaboración propia

❖ **CAPACIDAD DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN**

A través de sondeo directo y entrevistas con las autoridades de la Junta Parroquial se contabilizó la existencia de 23 establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación, con capacidad cada una para 20 personas, es decir existen 460 plazas. Estos corresponden a cabañas – comedores ubicadas en los miradores de la playa, los cuales no están registrados como establecimientos turísticos por el Ministerio de Turismo, y más bien son regulados por la Junta Parroquial local. Estas plazas podrían acoger un total

de 1840 personas al día considerando que cada persona ocupa en promedio una hora para alimentarse durante las horas pico de demanda (de 12:00 a 16:00 horas).

CUADRO 2.3

Capacidad Servicios de Alimentación

Establecimientos no registrados En Catastro Oficial		
Categoría	Cabañas- Comedores	Total
Numero de Establecimientos	23	23
Capacidad	20	20
No. Plazas	460	1840

Fuente: Elaboración propia

❖ **CAPACIDAD DE SITIOS DE PARQUEO**

En Ballenita existen dos zonas de parqueo permanentes. La primera esta ubicada junto al acceso principal a la playa, en el mirador central. Esta zona es utilizada por automóviles y tiene una capacidad aproximada para 30 vehículos. La segunda zona se encuentra a un kilómetro de la playa, junto al acceso principal hacia el balneario (Ver Foto No 2.2). Esta zona es utilizada por buses, y tiene una capacidad para 30 buses aproximadamente.

FOTO No 2.2**Zona de parqueo para buses**

Las dos zonas tienen una capacidad total para aproximadamente 1320 personas, asumiendo un promedio de 4 personas por automóvil y 40 personas por bus. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que muchas veces estos espacios no logran abastecer la demanda de Ballenita, por lo tanto los automóviles suelen parquearse en las calles aledañas a los miradores, pero estas zonas no están claramente señalizadas.

2.1.4 ESTRATEGIAS DE LA COMERCIALIZACION

MATRIZ DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCION BALCON DE SERVICIOS BALLENITA		
Objetivo general del proyecto	ESTRATEGIAS	ACCIONES
FOMENTAR EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURISTICAS RECREATIVAS		
<p>1.Objetivo especifico: Crear un sitio de distracción turístico familiar</p>	<p>1.1.Cubrir las exigencias de la demanda para satisfacer las necesidades de consumo</p> <p>1.2. Conseguir la autosustentabilidad del balcón de servicios</p> <p>1.3. Contar con personal capacitado</p>	<p>1.1.1. Identificar el perfil de consumo.</p> <p>1.2.1 A través de los puntos de ventas, que se ubicaran en el interior del establecimiento</p> <p>1.3.1. Reclutar personal con experiencia para el buen manejo de los equipos, además la capacitación constante sobre el servicio al cliente.</p>
<p>2.Objetivo especifico: Captar un segmento de demanda que busca recreación y descanso</p>	<p>2.1. Desarrollar promociones, que brinden ventajas al consumidor</p> <p>2.2. Establecer actividades de interés hacia nuestro tipo de demanda</p>	<p>2.1.1. Establecer contacto con las entidades relacionadas con nuestro producto</p> <p>2.2.1. Identificar claramente los productos a ofrecer en el balcón de servicios.</p>

Fuente: Elaboración propia

Para atraer a nuestros clientes que son residentes de Santa Elena de nivel bajo pensamos hacer publicidad a través de un medio masivo como es la radio, haciendo campañas publicitarias que llamen la atención a nuestro posible visitante.

También se contratará vehículos que tengan altoparlantes ya que este es un modo muy común de hacer publicidad en este tipo de balnearios.

Considerando que el 57 % de nuestro mercado proviene de la ciudad de Guayaquil, por medio de los denominados *TOURS*, planeamos establecer relaciones o contactos con las cooperativas de transporte público que en temporada realizan estos viajes; para de esta manera vender directamente a los pasajeros una cartilla de consumo o tickets individuales los cuales podrán canjearse en nuestras instalaciones, por los servicios detallados en cada ticket, realizando así una venta proactiva de persona a persona, abordando al cliente antes de que pueda gastar su dinero en otras alternativas al momento de llegar a Ballenita.

Entregaremos volantes con desprendibles donde se especifique que al presentar la volante obtendrá un descuento en uno de los servicios que ofreceremos. (Ejemplo: descuento en el alquiler de la banana por grupo de 5 personas en adelante)

Como nuestras instalaciones están ubicadas propiamente en el sector de la playa de Ballenita, daremos el servicio de alimentación personalizado a los clientes que se encuentran en los parasoles o carpas cercanos a nuestro establecimiento.

Realizaremos cuponeras donde hayan 10 tickets (cada uno para alquiler de uno de los servicios) pero el valor estimado para cada cupón será de \$10 dólares y cada servicio que se preste durará 30 minutos, entonces por promoción se venderá la cuponera en \$8 dólares teniendo el cliente la opción de realizar 10 juegos durante lo que duré su cupón.

2.2 ANALISIS FODA

Para la elaboración del análisis FODA, se ha tomado como parámetro al balneario de Ballenita.

BALLENITA			
FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Playa tranquila y con temperatura agradable -	No hay suficientes sitios para la distracción turística.-	Desarrollo de la pesca artesanal	Playas cercanas que poseen más atractivos turísticos
Playa ubicada al inicio de la ruta del Sol con acceso durante todo el año	No hay suficientes baterías sanitarias	Desarrollo de actividades turísticas acuáticas y terrestres (caminatas y paseos a caballo).	Calles en pésimas condiciones debido a la temporada invernal.
Playa donde se practican actividades deportivas y se puede caminar durante la época de verano.	Servicio eléctrico restringido durante la temporada	Ballenita está incluido en el programa de ordenamiento de playas.	Posible contaminación debido a desechos arrojados por los vendedores de mariscos
Cercano a centros comerciales y de servicio.	Sensación de inseguridad en la tarde y noche por falta de alumbrado.	Incremento en el turismo nacional.	
		Campaña agresiva de la mancomunidad para promover el Turismo durante todo el año.	

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III

ESTUDIO TECNICO Y GESTION DEL PROYECTO

3.1 ANÁLISIS DE LAS CARACTERISTICAS

La Cabaña "Estrella de Ballenita" estará ubicada en un lugar ideal el cual permitirá el adecuado desarrollo de las actividades acuáticas y de diversión que vamos a ofrecer.

Ballenita cuenta con una infraestructura turística relativamente buena lo cual permitirá que se pueda establecer la Cabaña sin ningún problema. Para acceder a este Balneario tenemos buena señalización lo cual permitirá al turista llegar sin inconvenientes hacia el lugar donde estará ubicado el proyecto.

Ballenita cuenta con un buen apoyo en cuanto a facilidades turísticas las mismas que permitirán una estadía placentera de los turistas durante su visita.

3.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

3.2.1 Localización del Proyecto

La Cabaña, estará ubicada en el área de la arena por la zona norte del balneario de Ballenita. (Ver anexo No. 3.1)

3.2.2 Tamaño

El proyecto será construido sobre una extensión de 240 metros cuadrados, se considera esta extensión necesaria para ofrecer los servicios que se

brindarán, y al mismo tiempo los clientes puedan acceder a un área para comodidad y satisfacción de los mismos. (Ver anexo No. 3.2)

3.2.3 Presupuesto de obras

En el anexo 3.3 se encuentra detallado el presupuesto de materiales y costos necesarios para la construcción del negocio.

3.2.4 Distribución de los servicios

PLANTA ALTA

En la planta alta de la cabaña estará ubicado el comedor, donde se ofrecerá el servicio de alimentos y bebidas. Se brindará a los turistas platos típicos como ceviche de camarón, pequeños refrigerios como sandwiches, colas, jugos y agua para que degusten durante su visita. Se incluirá también un mini-bar, donde los visitantes podrán disfrutar de cócteles como la piña colada.

El comedor contará con 6 mesas grandes redondas con un número de 4 sillas cada una, 2 mesas extragrandes redondas con 10 sillas, y 1 mesa pequeña para 2 personas.

La planta alta también contará con un mirador, donde los turistas podrán apreciar la caída del sol al atardecer, el mismo que aproximadamente a las 18:45 es casi rojo y de tamaño impresionante, escondiéndose lentamente en el mar, aparte de observar también los alrededores de las playas de Ballenita.

PLANTA BAJA

La planta baja estará ocupada por una bodega donde estarán los equipos (botes, bananas, bicicletas de agua) para los turistas, habrá un pequeño mostrador donde se venderán los diferentes artículos para uso de la playa como gafas, gorras, pantalonetas, bronceadores. Á un lado del mostrador se encontrará la cajera, quién estará atendiendo y cobrando a los clientes.

Se incluirá un área de hamacas para que los clientes puedan hacer uso de ellas en el momento que quieran darse un pequeño descanso.

Finalmente, se ha pensado en la construcción de un pequeño parque recreativo para los niños, en el cual se colocarán toboganes para la diversión de los mismos, el cual se ha determinado que tendrá un área de 91 metros cuadrados. El uso de estos juegos tendrá costo de 1.00 dólar. (Ver anexo 3.4).

3.3 GESTION DEL PROYECTO

Con el fin de mantener un absoluto control sobre todas las actividades del negocio a fin de que los turistas sean plenamente atendidos, se ha establecido la siguiente estructura organizacional. El detalle del personal y sus actividades se muestra a continuación:

3.3.1 Organigrama

La estructura organizacional estará conformada de la siguiente manera:

GRAFICO 3.1
Organigrama de la Empresa



Fuente: Elaboración propia

Administrador.- Estará encargada 1 persona que tendrán como función controlar todas las actividades realizadas por el personal. Además de supervisar los servicios del comedor y atención al cliente.

Caja.- Se contratará 1 persona con experiencia, quién se encargará de cobrar a los clientes por los servicios ofrecidos, llevando el control de las facturas y contabilizándolas al final de cada jornada.

Mesero.- Se contratarán 2 personas para la temporada alta, igualmente con experiencia, quienes, se encargarán de atender a los clientes en área del

comedor. El resto de los meses solamente se requerirá los servicios de 1 mesero.

Cocinero.- Se contratará los servicios de 1 cocinero y asistente de cocina (el cual estará solo en los meses de temporada alta) para la elaboración de los platos a servir, a su vez la asistente se encargará de servir los cócteles.

Personal para movilizar los equipos.- Serán 2 personas para los meses de temporada alta, quienes estarán en la planta baja, y que se encargarán de ayudar a los clientes a movilizar los equipos: bicicletas de agua, botes y bananas hacia la playa. Así también para el resto de meses solo se requerirá los servicios de 1 persona.

En el anexo 3.5, se encuentra detallado el personal necesario para la operación del negocio y sus remuneraciones.

3.4 ESTIMACION DE COSTOS / BENEFICIOS

3.4.1 Análisis de los Costos

❖ Costos directos

También conocidos como costos de operación se dividen en dos grandes rubros: Materiales Directos (el cual incluye la materia prima e insumos) y Mano de Obra Directa. El primer caso corresponde al costo de materia prima e insumos necesarios para brindar los servicios de alimentos y bebidas a los visitantes. Estos costos corresponden al 25 % de los ingresos por alimentos y bebidas. De igual manera se considera un 40 % de los ingresos por venta de ropa.

En el caso de mano de obra, los costos corresponden a los sueldos del personal que esta relacionado directamente con las actividades operativas del negocio.

Se consideran los Imprevistos, los cuáles representan el 5% del total de materiales directos y mano de obra directa.

El cuadro 3.1 que se muestra a continuación muestra el detalle de costos directos requeridos para la Cabaña, el mismo que asciende a 39.550,45 dólares anuales.

CUADRO 3.1
Costos directos de producción

Costos Directos	Ref	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	II	D
Alimentos y bebidas	/1	\$ 221.64	\$ 221.64	\$ 221.64	\$ 221.64	\$ 88.66	\$ 132.98	\$ 132.98	\$ 132.98	\$ 132.98	\$ 88.66	\$ 88.66	\$ 88.66
Mercadería varia	/2	\$ 2,891.75	\$ 2,891.75	\$ 2,891.75	\$ 2,891.75	\$ 1,196.70	\$ 1,795.05	\$ 1,795.05	\$ 1,795.05	\$ 1,795.05	\$ 1,196.70	\$ 1,196.70	\$ 1,196.70
Mano de obra directa	/3	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00	\$ 1,360.00	\$ 820.00	\$ 820.00	\$ 820.00	\$ 820.00	\$ 820.00	\$ 820.00	\$ 820.00	\$ 820.00
Imprevistos (5 %)		\$ 228.17	\$ 228.17	\$ 228.17	\$ 228.17	\$ 105.27	\$ 137.40	\$ 137.40	\$ 137.40	\$ 137.40	\$ 105.27	\$ 105.27	\$ 105.27
Total Costos Directos		\$ 4,791.55	\$ 4,791.55	\$ 4,791.55	\$ 4,791.55	\$ 2,210.62	\$ 2,885.43	\$ 2,885.43	\$ 2,885.43	\$ 2,885.43	\$ 2,210.62	\$ 2,210.62	\$ 2,210.62

Costos directos anuales = \$ 39,550.45

/1 Se considera el 25 % de Ingresos por venta de alimentos y bebidas

/2 Se considera el 40% de Ingresos por venta de ropa

/3 Se consideran los sueldos del personal operativo (meseros, cocheros, ayudantes, auxiliares)

Fuente: Elaboración propia

❖ Costos indirectos

Son los costos que se relacionan indirectamente con el negocio, para este caso se consideraron solamente los costos de mantenimiento de equipos. El detalle sobre mantenimiento de los equipos se observan en el anexo 3.7. No se consideran imprevistos.

Como puede observarse en el cuadro 3.2 el total de costos indirectos ascienden a 208 USD anuales (17,40 USD mensuales).

CUADRO 3.2
Costos indirectos de producción

Costos Indirectos	Ref	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Mantenimiento de equipos		\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40	\$ 17.40
Total Costos Indirectos		\$ 17.40											
Costos indirectos anuales=		\$ 208.75											

Fuente: Elaboración propia

❖ **Costos de Producción**

Los costos de Producción están compuestos por la suma de los costos directos e indirectos mencionados anteriormente. El total de estos costos para el primer año de operaciones ascienden a 39,759.20 USD anuales.

CUADRO 3.3
Costos de Producción

Costos directos	\$ 39,550.45
Costos indirectos	\$ 208.75
Total Costos Produccion	\$ 39,759.20

Fuente: Elaboración propia

❖ **Gastos Generales**

Para los gastos generales se consideraron 3 rubros: pago de salarios del personal administrativo, servicios básicos, tasas y permisos de funcionamiento.

➤ **Servicios básicos**

Los servicios básicos corresponden exclusivamente a servicios de agua (el cual provendrá de una cisterna y se utilizarán tanqueros); energía eléctrica, que es otorgado por la Empresa Eléctrica de la Península de Santa Elena. Por lo tanto, los gastos que se asumen en estos rubros será el de mantenimiento de las cisternas agua y el pago mensual de energía eléctrica.

Se instalará también una línea telefónica para un teléfono disponible, el mismo que se cancelaran 20 dólares mensuales, es decir 240 dólares al año.

➤ **Gastos de Publicidad**

El cuadro detallado para gastos de publicidad se encuentra en el anexo 3.6. Y comprende los medios a emplear para la comunicación y publicidad del negocio, como son: publicidad por radio, prensa escrita, volantes, perifoneo y relaciones publicas.

➤ **Tasas y Permisos de funcionamiento**

Este pago se lo realiza a la Cámara Provincial de Turismo del Guayas y a la Subsecretaria de Turismo por motivo de permiso de funcionamiento, que son establecidos para todas las áreas relacionadas con el Turismo. Tiene un valor anual de 800 dólares (66.67 dólares mensuales). Aparte, deberá pagarse una tasa por el uso de un espacio en la playa el mismo que tiene un costo de 300 dólares anuales (25 dólares por mes).

CUADRO 3.4
Gastos Generales

Rubros	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sueldos*	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Servicios Básicos												
Agua	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Luz	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Teléfono	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Tasas y permisos de funcionamiento*	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67	\$ 88.67
Tasa por uso de playa	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Total Gastos Generales	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67	\$ 886.67
Gastos generales Anuales	\$ 8,000.00											

* Se consideran los sueldos de personal administrativo

Fuente: Elaboración propia

❖ Depreciación

Los valores a depreciar son los correspondientes a los activos fijos (obras civiles, equipos, y muebles y enseres). Los equipos se deprecian a 10 años, mientras que los muebles y enseres a 5 años, mientras que las obras civiles a 20 años. Se asumió, que todos los activos se deprecian el mismo valor todos los años (método de depreciación por línea recta). El total anual de depreciación es de 2.613 dólares anuales. El detalle se presenta en el cuadro 3.5.

CUADRO 3.5
Depreciación de activos fijos

Detalle	Costo	Vida útil (años)	Vida útil (meses)	Depreciación anual	Depreciación mensual
Obra Civil	\$ 33,606.31	20	240	\$ 1,680.32	\$ 140.03
Muebles y enseres	\$ 1,324.20	5	60	\$ 264.84	\$ 22.07
Equipos	\$ 6,678.44	10	120	\$ 667.84	\$ 55.65
TOTAL	\$ 41,608.95			\$ 2,613.00	\$ 217.75

Fuente: Elaboración propia

❖ Inversión Inicial del proyecto

La inversión inicial comprende la adquisición de los activos fijos y diferidos necesarios para iniciar las operaciones del negocio.

➤ Inversión en activos fijos

Los activos fijos también conocidos como bienes tangibles comprenden las obras civiles, equipos, muebles y enseres. El detalle de equipos y de muebles y enseres se encuentra detallado en los anexos 3.8 y 3.9, respectivamente.

Se presenta en el siguiente cuadro el detalle de la inversión inicial en activos fijos.

CUADRO 3.6
Inversión en Activos Fijos (Inversión Fija)

Inversión Fija	Valor (en USD)	Porcentaje (%)
Obras civil	\$ 33,606.31	75.09%
Equipos	\$ 6,678.44	14.92%
Muebles y Enseres	\$ 1,324.20	2.96%
Instalaciones electricas	\$ 2,700.00	6.03%
Sub Total Inversion Fija	\$ 44,308.95	
Imprevistos (1%)	\$ 443.09	0.99%
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 44,752.04	100%

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse la mayor parte de la inversión se destinará para la realización las obras civiles necesarias para la construcción (según el cuadro representan 75.09 % del Total de Inversión Fija)

De ahí, el segundo mayor rubro es el equivalente a la inversión en equipos (cocina, caja registradora, entretenimiento), indispensables para el normal desenvolvimiento del proyecto. (14.92 % de Inversión Fija).

Los dos últimos rubros (muebles y enseres e instalaciones eléctricas) representan 2.96 % y 6.03 % respectivamente, siendo los de menor proporción de activos fijos.

Se ha provisionado un rubro del 1% para los imprevistos del proyecto. El total de inversión fija asciende a \$ 44.752,04.

➤ Inversión en activos diferidos

También conocidos como bienes intangibles (bienes no físicos), comprende todos los gastos previos a la puesta y gastos de organización del proyecto. A continuación, se presenta un detalle de los gastos intangibles en los que el negocio va a incurrir como parte de su inversión inicial. En el cuadro 3.7 se puede observar que el total en inversión asciende a 1.055,33 USD.

CUADRO 3.7

Inversión en Activos Diferidos (Inversión Fija)

Inversión Diferida DESCRIPCION	Valor (en USD)
Publicidad preoperativa	
Gastos preoperativos	\$ 374.88
Capacitación al personal	\$ 250.00
Gastos de Organización	
Constitucion legal	\$ 420.00
Sub Total Inversion diferida	\$ 1,044.88
Imprevistos (1 %)	\$ 10.45
TOTAL INVERSION DIFERIDA	\$ 1,055.33

Fuente: Elaboración propia

➤ **Capital de operación**

Conocido como capital de trabajo comprende el efectivo con que debe contar la empresa para poder cubrir sus obligaciones inmediatas antes de obtener sus primeros ingresos.

Para el capital de operación se consideraron todos los gastos correspondientes de una semana de funcionamiento como son: los costos directos, costos indirectos, los gastos de publicidad y los gastos generales.

En el siguiente cuadro, se detalla cada uno de los gastos que se consideran para determinar el Capital de Operación que asciende a \$ 720,14.

Los costos directos son los rubros mas representativos (54.56%), le siguen los gastos generales (23.14) %, gastos de publicidad (21.69%) y los costos indirectos que representan el menor porcentaje (0.60 %).

CUADRO 3.8
Capital de Operación (1 semana)

DESCRIPCION	Monto USD	%
Gastos Generales	\$ 166.67	23.14%
Costos directos	\$ 392.91	54.56%
Costos indirectos	\$ 4.35	0.60%
Gastos Publicidad	\$ 156.22	21.69%
Total Capital de operacion	\$ 720.14	

Fuente: Elaboración propia

❖ Inversión Inicial Total

Con todos los valores obtenidos, se procede a calcular la inversión inicial total, el mismo que será necesario para dar inicio a las operaciones formales tal y como se proponen en este estudio. El valor asciende a 46.527,51 USD.

CUADRO 3.9
Inversión Inicial Total

DESCRIPCION	Monto USD	%
Inversion Fija	44,752.04	96.18%
Inversion Diferida	1,055.33	2.27%
Capital de Operación	720.14	1.55%
Total Inversion Total	46,527.51	

Fuente: Elaboración propia

3.4.2 Beneficios Socio-Ambientales

Al llevar a cabo el proyecto se generarán algunos impactos tanto positivos como negativos. Para este análisis se usará como herramienta de apoyo la Matriz de Evaluación de Impactos Ambientales de Leopold, la cual consiste en evaluar impactos asociados a cualquier tipo de proyectos.

La Matriz de Leopold tiene doble entrada en donde se incorporan, tanto las acciones que provocan impactos representadas por las columnas, y los medios afectados representados por las filas realizando un balance cualitativo.

A través de la calificación de los impactos se pueden enfocar las actividades de mitigación / prevención en los impactos más importantes.

El objetivo final de este mecanismo es determinar lo que se conoce como VALOR DE ÍNDICE AMBIENTAL (VIA). El VIA depende de 3 factores: la magnitud (M) del impacto, del riesgo (RG) de ocurrencia y de la reversibilidad (RV) del mismo. La ecuación viene dada por la siguiente fórmula:

$$VIA = M * Rg * Rv$$

A su vez, la magnitud del impacto se la estima en función de la intensidad (I), duración (D), y la extensión (EX).

Cada uno de ellos cuenta con un factor de ponderación, las cuales se detallan a continuación:⁵

F_I : factor de ponderación de la intensidad del impacto (usualmente 0.4)

F_{EX} : factor de ponderación de la extensión del impacto (usualmente 0.4)

F_D : factor de ponderación de la duración del impacto (usualmente 0.2)

Por tanto la ecuación de magnitud queda representada de la siguiente forma:

$$M = I * F_I + D * F_D + EX * F_{EX}$$

Se define cada uno de los componentes:

- **Intensidad:** Expresa que tan grave es el impacto producido sobre el componente ambiental. El valor de calificación varía de 1 (intensidad baja) a 10 (intensidad alta).

⁵ Teoría tomado de Estudios de Impacto Ambiental del BCE

- **Extensión:** Tiene relación con el alcance espacial que tiene el impacto sobre su entorno. Se pueden asignar tres valores determinados: 1 (impacto local), 5 (impacto subregional) y 10 (impacto regional).
- **Duración:** Hace relación al tiempo que dura la afectación producida por el impacto ambiental. De igual manera que en el punto anterior, se pueden asignar tres valores específicos: 1 (impactos de corto plazo - menos de 5 años), 5 (impactos de mediano plazo – de 5 a 10 años), 10 (impactos de largo plazo – más de 10 años).
- **Riesgo:** Involucra la probabilidad de que se produzca un impacto o no. Se pueden asignar 3 valores específicos: 1 (ocurrencia baja – menos del 10% de probabilidad), 3 (ocurrencia media – de 10% a 50% de probabilidad) y 5 (ocurrencia alta – más del 50% de probabilidad).
- **Reversibilidad:** Considera la posibilidad de regeneración de los componentes ambientales perturbados en forma natural. Los valores pueden ser: 1 (impactos altamente reversibles), 5 (impactos parcialmente reversibles), 8 (impactos recuperables a largo plazo – más de 30 años), y 10 (impactos irrecuperables).

En el anexo 3.10 se presenta la tabla de calificación resumida para la Matriz de Leopold.

En la estimación del VIA mediante la ecuación, el máximo valor para una interacción puede ser de 10 y el mínimo de 0. A su vez, este valor puede ser clasificado como puede apreciarse en el cuadro 3.10, de esta forma se podrá

determinar cuales son las interacciones componentes – actividades que son altamente significativas. Dichas interacciones serán las prioritarias a la hora de mitigar el impacto.

CUADRO 3.10

Rango de Significancia del Valor de Índice Ambiental (VIA)

Rango de VIA	Significancia
0	Neutra (NO IMPACTO)
1 – 4	Baja
4 – 7	Media
7 – 10	Alta

Fuente: Banco Central del Ecuador

Previamente se procedió a realizar el cálculo de estos factores para obtener los valores de la magnitud y del Valor de Índice Ambiental (VIA), los cuales serán características clave para la evaluación de impacto ambiental, los cálculos pueden observarse en el cuadro de anexos 3.11.

A continuación, se presenta la Matriz de Leopold modificada, el mismo que viene detallado en el cuadro 3.11

CUADRO 3.11

Matriz de Evaluación de Impactos Ambientales de Leopold

COMPONENTES AMBIENTALES	ACCIONES PROPUESTAS										No. Alteraciones +	No. Alteraciones -	Sumatoria de los Indices de VIA	
	Elección de terreno		Instalaciones		Consumo de productos		Eliminación de aguas residuales		Movilización acústica					
	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA	M	VIA				
FISICOS														
Niveles de ruido y vibraciones	0	0	-1	2	0	0	0	0	0	-1			2	
Calidad del suelo	2,6	6,6	-2,6	6,6	-2,6	6,6	2,6	6,6	0	0			26	
Calidad del agua	0	0	0	0	0	0	4,6	8,6	-4,6				17	
BIOLOGICOS														
Flora Acuática	0	0	0	0	0	0	-2,6	6,6	-2,6				13	
Fauna Acuática	0	0	0	0	0	0	-2,6	6,6	-2,6				13	
SOCIALES														
Numero de visitantes	4,6	4,6	4,6	3,6	4,6	4,6	0	0	0	0			13	
Generación de empleo	4,6	4,6	4,6	4,6	0	0	0	0	0	0			9,2	
Satisfacción al cliente	0	0	0	0	4,6	4,6	0	0	4,6				9,2	
Calidad visual	1	3	1	3	0	0	0	0	0	0			6	
													14	9
No. Alteraciones +	4		3		2		2		1				12	
No Alteraciones -	0		0		1		2		4				7	
Sumatoria de los Indices de VIA		18,8		20		15,8		28		28			111	

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar entonces que el total de número de alteraciones tanto en las acciones como en el análisis de los componentes ambientales son más positivas que negativas, lo cual indica que estos impactos no afectan significativamente de manera negativa al medio ambiente. Pero también hay que notar los factores de calidad del agua de mar, y de flora y fauna acuática los cuáles si se ven afectados, a su vez una implementación de medidas de mitigación adecuada puede ayudar a controlar los impactos que más afectan a estos factores.

Se detallan los recursos que podrían afectarse y sus medidas de mitigación:

Ruido

La implementación de equipos y transportación de materiales durante la construcción resultará un incremento temporal de nivel de ruido local.

Medida de Mitigación:

Para minimizar el impacto sobre receptores sensibles (viviendas cercanas, animales domésticos) cercanos al lugar de trabajo, los trabajos de construcción se realizarán solamente en las horas del día, esperando lograr de esta forma que los impactos de ruido durante la construcción sean de corta duración.

Agua

La calidad de agua del mar puede contaminarse por el combustible que usan los botes. La eliminación de aguas residuales tiene un impacto mayor en los mismos.

Medida de Mitigación:

Aplicar todas las normas de seguridad para control de aguas residuales y así evitar la contaminación de las aguas.

Suelo:

El principal impacto sería la presencia de desechos como: plásticos, vidrios, etc, provocando un deterioro en la calidad del suelo.

Medida de Mitigación:

Se deberá coordinar y controlar que se cumpla la recolección de desperdicios en la playa para evitar la contaminación de los suelos.



Flora y Fauna acuática:

Estos factores involucran la alteración o pérdida de la vegetación acuática y desaparición temporal o definitiva de especies, y su alteración en procesos reproductivos.

Medida de Mitigación:

Como principal medida de mitigación para la flora se deben considerar las áreas de trabajo, las cuales deben limitarse claramente dentro de lo establecido para evitar la alteración de la vegetación.

En el segundo caso, se realizarán revisiones periódicas de los equipos para mantener su buen funcionamiento y evitar emisiones sonoras, contrarrestando en parte el impacto causado a la fauna del sector.

Calidad visual:

La alteración del aspecto paisajístico tiene un impacto bajo, debido a la adecuada ubicación del negocio en la playa.

Medida de Mitigación:

Un buen diseño de la estructura para un mirador ayudaría a tener una mejor visualización del mar y sus alrededores.

IMPACTO SOCIAL

La competencia se verá afectada con la disminución de los ingresos por la entrada de la Cabaña "Estrella de Ballenita" ya que las personas tendrán una nueva opción de distracción.

3.4.3 Beneficios Económicos

En lo económico se generará directamente fuentes de trabajo a los pobladores del lugar, lo que les permitirá incrementar sus ingresos económicos, beneficiando también a otros pobladores de balnearios cercanos a Ballenita.

Los turistas visitantes a Ballenita serán beneficiados ya que la presencia de los mismos ayudará a incrementar el comercio en el sector.

Con nuestro proyecto llenamos una necesidad insatisfecha y con ello permitimos ahorro a los usuarios para que no tengan la necesidad de buscar un sitio de distracción en otros lugares.

❖ Beneficios Sociales

En lo social contribuiremos a la integración familiar, debido a que nuestro negocio esta dirigido a grupos de familias y amigos.

Lograremos colaborar por medio de nuestro servicio con clases populares ofreciéndoles una nueva forma de distracción y sana diversión.

Crearemos una cultura participativa de todos los miembros de la familia incentivando así la unión familiar.

❖ **Ingresos del proyecto**

❖ **Demanda Turística**

La estimación de la demanda es uno de los puntos que más importancia tiene, ya que junto con los costos ayudan a determinar la ejecución o no del proyecto.

En los anexos 3.12 y 3.13 se encuentran detallados los cálculos relacionados con la demanda insatisfecha y la oferta potencial, lo que va ayudar al final a obtener el valor esperado de la demanda potencial a cubrir.

Como puede apreciarse en el cuadro 3.12, se obtiene el valor de la demanda de personas esperadas semanalmente, el cual da un valor esperado de 43 personas por semana en temporada alta. Cabe recalcar que para la realización de los cálculos se tomaron los datos obtenidos de la encuesta.

CUADRO 3.12
Demanda esperada (Temporada alta)

		Porcentaje	Tiempo	Tasa de recompra esperada
Demanda insatisfecha	210	9	1 día (60%)	9
Porcentaje de participación	7%	1	1 fin de semana (8 %)	2
		5	Toda la semana (32 %)	32
Demanda potencial a cubrir	14			43
				# de Personas esperadas semanalmente

Fuente: Elaboración propia

❖ Ingresos

Los ingresos están determinados por los siguientes rubros:

- Entretenimiento
- Comedor
- Artículos de playa
- Juego para niños

Estos rubros se verán afectados por la demanda esperada que tendrá el negocio. El comportamiento de la misma variará dependiendo las diferentes temporadas. Los meses de Enero a Abril son considerados como "Temporada Alta"; gracias al atractivo que presenta el apareamiento de las ballenas buscando las cálidas aguas de la costa ecuatoriana se consideró a los meses de Junio a Septiembre como "Temporada Media"; Mayo, Octubre, Noviembre y Diciembre como "Temporada Baja".

En el punto anterior se obtuvo el valor esperado de 43 personas por semana para la temporada alta, también se tienen los valores para la demanda en temporadas media y baja, los cuales nos dan valores esperados de 414 y 276 personas, asumiendo que para la temporada media la demanda disminuye en 40 % (calculando el 60 % de la demanda en temporada alta) y en temporada baja un 60 % (40 % de la temporada alta).

Para mostrar de manera más específica, también se han calculado los ingresos por mes, lo que nos da un total de \$72.468,44 para el primer año de operación del negocio. Se presenta el detalle en el siguiente cuadro 3.13.

Cuadro 3.13
Ingresos Mensuales del Proyecto

Rubro	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Entretenimiento												
Botes	\$ 186.08	\$ 186.08	\$ 186.08	\$ 186.08	\$ 74.43	\$ 111.65	\$ 111.65	\$ 111.65	\$ 111.65	\$ 74.43	\$ 74.43	\$ 74.43
Banana	\$ 372.16	\$ 372.16	\$ 372.16	\$ 372.16	\$ 148.86	\$ 223.30	\$ 223.30	\$ 223.30	\$ 223.30	\$ 148.86	\$ 148.86	\$ 148.86
Bicicleta de agua	\$ 89.59	\$ 89.59	\$ 89.59	\$ 89.59	\$ 35.84	\$ 53.76	\$ 53.76	\$ 53.76	\$ 53.76	\$ 35.84	\$ 35.84	\$ 35.84
Sub Total Entretinimiento	\$ 647.83	\$ 647.83	\$ 647.83	\$ 647.83	\$ 259.13	\$ 388.70	\$ 388.70	\$ 388.70	\$ 388.70	\$ 259.13	\$ 259.13	\$ 259.13
Bar - Comedor												
Bebidas :												
Tampico (pequeño)	\$ 26.26	\$ 26.26	\$ 26.26	\$ 26.26	\$ 11.30	\$ 16.95	\$ 16.95	\$ 16.95	\$ 16.95	\$ 11.30	\$ 11.30	\$ 11.30
Deli	\$ 42.38	\$ 42.38	\$ 42.38	\$ 42.38	\$ 16.95	\$ 25.43	\$ 25.43	\$ 25.43	\$ 25.43	\$ 16.95	\$ 16.95	\$ 16.95
Colas (medianas)	\$ 35.32	\$ 35.32	\$ 35.32	\$ 35.32	\$ 14.13	\$ 21.19	\$ 21.19	\$ 21.19	\$ 21.19	\$ 14.13	\$ 14.13	\$ 14.13
Agua	\$ 31.79	\$ 31.79	\$ 31.79	\$ 31.79	\$ 12.72	\$ 19.07	\$ 19.07	\$ 19.07	\$ 19.07	\$ 12.72	\$ 12.72	\$ 12.72
Cocteles	\$ 247.24	\$ 247.24	\$ 247.24	\$ 247.24	\$ 98.90	\$ 148.35	\$ 148.35	\$ 148.35	\$ 148.35	\$ 98.90	\$ 98.90	\$ 98.90
Refrigerios:												
Sanduches												
de pollo	\$ 98.90	\$ 98.90	\$ 98.90	\$ 98.90	\$ 39.56	\$ 59.34	\$ 59.34	\$ 59.34	\$ 59.34	\$ 39.56	\$ 39.56	\$ 39.56
de carne	\$ 84.77	\$ 84.77	\$ 84.77	\$ 84.77	\$ 33.91	\$ 50.86	\$ 50.86	\$ 50.86	\$ 50.86	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91
de queso	\$ 70.64	\$ 70.64	\$ 70.64	\$ 70.64	\$ 26.26	\$ 42.38	\$ 42.38	\$ 42.38	\$ 42.38	\$ 26.26	\$ 26.26	\$ 26.26
Comida Tipica:												
Ceviche de camaron	\$ 247.24	\$ 247.24	\$ 247.24	\$ 247.24	\$ 98.90	\$ 148.35	\$ 148.35	\$ 148.35	\$ 148.35	\$ 98.90	\$ 98.90	\$ 98.90
Sub Total Bar - Comedor	\$ 886.54	\$ 886.54	\$ 886.54	\$ 886.54	\$ 354.62	\$ 531.93	\$ 531.93	\$ 531.93	\$ 531.93	\$ 354.62	\$ 354.62	\$ 354.62
Articulos de Playa												
Traje de baño para damas	\$ 1,612.69	\$ 1,612.69	\$ 1,612.69	\$ 1,612.69	\$ 645.08	\$ 967.61	\$ 967.61	\$ 967.61	\$ 967.61	\$ 645.08	\$ 645.08	\$ 645.08
Bikini playero	\$ 1,240.53	\$ 1,240.53	\$ 1,240.53	\$ 1,240.53	\$ 496.21	\$ 744.32	\$ 744.32	\$ 744.32	\$ 744.32	\$ 496.21	\$ 496.21	\$ 496.21
Bermuda playera	\$ 1,240.53	\$ 1,240.53	\$ 1,240.53	\$ 1,240.53	\$ 496.21	\$ 744.32	\$ 744.32	\$ 744.32	\$ 744.32	\$ 496.21	\$ 496.21	\$ 496.21
Short playero	\$ 1,488.84	\$ 1,488.84	\$ 1,488.84	\$ 1,488.84	\$ 595.46	\$ 893.18	\$ 893.18	\$ 893.18	\$ 893.18	\$ 595.46	\$ 595.46	\$ 595.46
Gorras	\$ 620.27	\$ 620.27	\$ 620.27	\$ 620.27	\$ 248.11	\$ 372.16	\$ 372.16	\$ 372.16	\$ 372.16	\$ 248.11	\$ 248.11	\$ 248.11
Bronceadores	\$ 895.94	\$ 895.94	\$ 895.94	\$ 895.94	\$ 358.38	\$ 537.56	\$ 537.56	\$ 537.56	\$ 537.56	\$ 358.38	\$ 358.38	\$ 358.38
Gafas	\$ 223.98	\$ 223.98	\$ 223.98	\$ 223.98	\$ 89.59	\$ 134.39	\$ 134.39	\$ 134.39	\$ 134.39	\$ 89.59	\$ 89.59	\$ 89.59
Boyas	\$ 156.79	\$ 156.79	\$ 156.79	\$ 156.79	\$ 62.72	\$ 94.07	\$ 94.07	\$ 94.07	\$ 94.07	\$ 62.72	\$ 62.72	\$ 62.72
Sub Total Articulos de playa	\$ 7,479.37	\$ 7,479.37	\$ 7,479.37	\$ 7,479.37	\$ 2,991.75	\$ 4,487.62	\$ 4,487.62	\$ 4,487.62	\$ 4,487.62	\$ 2,991.75	\$ 2,991.75	\$ 2,991.75
Juego para niños												
Tobogan	\$ 44.80	\$ 44.80	\$ 44.80	\$ 44.80	\$ 17.92	\$ 26.88	\$ 26.88	\$ 26.88	\$ 26.88	\$ 17.92	\$ 17.92	\$ 17.92
Sub Total Juegos	\$ 44.80	\$ 44.80	\$ 44.80	\$ 44.80	\$ 17.92	\$ 26.88	\$ 26.88	\$ 26.88	\$ 26.88	\$ 17.92	\$ 17.92	\$ 17.92
Total Ingresos	\$ 9,058.55	\$ 9,058.55	\$ 9,058.55	\$ 9,058.55	\$ 3,623.42	\$ 5,435.14	\$ 5,435.14	\$ 5,435.14	\$ 5,435.14	\$ 3,623.42	\$ 3,623.42	\$ 3,623.42

Total Ingresos anuales \$ 72,468.44

Elaboracion propia

❖ Estado de Pérdidas y Ganancias

Mediante el Estado de Perdidas y Ganancias, se pretende mostrar las utilidades generadas por el proyecto, por motivo de los ingresos y gastos con los que cuenta.

Los ingresos son provenientes de los cobros por los servicios que se ofrecen en el bar-comedor, en la venta de artículos de playa, juego para niños y alquiler de banana, botes y bicicletas. Para el primer año de funcionamiento se tendrá un total de ingresos de 72.468,44 dólares.

El estado de Perdidas y Ganancias que se presenta a continuación se la realizó de forma anual, ya que al tratarse de un estado proyectado, permite al evaluador proyectar los resultados económicos que supone tendrá la empresa.

Cuadro 3.14
Estado de Pérdidas y Ganancias

Años	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ingreso x servicios	\$ 72.468,44	\$ 74.207,68	\$ 75.988,67	\$ 77.812,40	\$ 79.679,89
Costo de Produccion	\$ 39.759,20	\$ 40.713,42	\$ 41.690,54	\$ 42.691,12	\$ 43.715,70
Utilidad Bruta	\$ 32.709,24	\$ 33.494,26	\$ 34.298,13	\$ 35.121,28	\$ 35.964,19
Gastos de Operación					
Gastos Generales	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Gastos por publicidad	\$ 2.499,52	\$ 2.499,52	\$ 2.499,52	\$ 2.499,52	\$ 2.499,52
Total gastos de operación	\$ 10.499,52				
Depreciaciones	\$ 2.613,00	\$ 2.613,00	\$ 2.613,00	\$ 2.613,00	\$ 2.613,00
Amortizaciones	\$ 211,07	\$ 211,07	\$ 211,07	\$ 211,07	\$ 211,07
Utilidad antes de 15% a Trabajadores	\$ 19.385,66	\$ 20.170,68	\$ 20.974,54	\$ 21.797,69	\$ 22.640,61
15% Participación a Trabajadores	\$ 2.907,85	\$ 3.025,60	\$ 3.146,18	\$ 3.269,65	\$ 3.396,09
Utilidad antes de Impuestos a la renta	\$ 16.477,81	\$ 17.145,08	\$ 17.828,36	\$ 18.528,04	\$ 19.244,51
25% Impuesto a la Renta	\$ 4.119,45	\$ 4.286,27	\$ 4.457,09	\$ 4.632,01	\$ 4.811,13
Utilidad (Pérdida) Neta	\$ 12.358,36	\$ 12.858,81	\$ 13.371,27	\$ 13.896,03	\$ 14.433,39

Fuente: Elaboración propia

❖ Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importante dentro del estudio de proyecto, ya que nos permite evaluar la liquidez y los riesgos que puede enfrentar el negocio. Se ha establecido un periodo para el flujo de caja de 5 años. Como puede apreciarse en el cuadro 3.15 los flujos que se obtuvieron son positivos y favorables permitiendo cubrir los egresos en efectivo.

Cuadro 3.15
Flujo de Caja del Proyecto

FLUJO DE CAJA ANUAL						
Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingreso x servicios*		\$ 72,468.44	\$ 74,207.68	\$ 75,988.67	\$ 77,812.40	\$ 79,679.89
Costo de Producción		-\$ 39,759.20	-\$ 40,713.42	-\$ 41,690.54	-\$ 42,691.12	-\$ 43,715.70
Gastos Generales		-\$ 8,000.00	-\$ 8,000.00	-\$ 8,000.00	-\$ 8,000.00	-\$ 8,000.00
Gastos por publicidad		-\$ 2,499.52	-\$ 2,499.52	-\$ 2,499.52	-\$ 2,499.52	-\$ 2,499.52
Depreciación		-\$ 2,613.00	-\$ 2,613.00	-\$ 2,613.00	-\$ 2,613.00	-\$ 2,613.00
Amortización intang.**		-\$ 211.07	-\$ 211.07	-\$ 211.07	-\$ 211.07	-\$ 211.07
(=) Utilidad antes de impuesto		\$ 19,385.66	\$ 20,170.68	\$ 20,974.54	\$ 21,797.89	\$ 22,840.61
15% Participación a Trabajadores		\$ 2,907.85	\$ 3,025.60	\$ 3,146.18	\$ 3,269.65	\$ 3,396.09
Utilidad antes de Impuestos a la renta		\$ 16,477.81	\$ 17,145.08	\$ 17,828.36	\$ 18,528.04	\$ 19,244.51
25% Impuesto a la Renta		\$ 4,119.45	\$ 4,286.27	\$ 4,457.09	\$ 4,632.01	\$ 4,811.13
Utilidad Neta		\$ 12,358.36	\$ 12,858.81	\$ 13,371.27	\$ 13,896.03	\$ 14,433.39
Depreciación		\$ 2,613.00	\$ 2,613.00	\$ 2,613.00	\$ 2,613.00	\$ 2,613.00
Amortización intang.*		\$ 211.07	\$ 211.07	\$ 211.07	\$ 211.07	\$ 211.07
Inversión Inicial	-\$ 45,807.37					
Inversión cap. Trabajo	-\$ 720.14					
Valor de desecho						\$ 29,564.09
Flujo de Caja	-\$ 46,527.51	\$ 15,182.42	\$ 15,682.87	\$ 16,195.33	\$ 16,720.10	\$ 46,821.55

* Se asume una tasa de crecimiento anual del 2.4 %

** 20 % anual de Activos diferidos

Tasa Mínima Atractiva de Retorno : 12%

TIR 30.25%

VAN \$ 28,251.76

Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que se incluye la amortización de intangibles, los cuales corresponden a una tasa del 20 % del total de los activos diferidos.

Se considera un aumento en los ingresos y costos de 2.4 % anual, debido al incremento de turistas por año.⁶

⁶ Dato tomado del: BCE Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador 2005

❖ Valor Actual Neto

El criterio de valor actual neto (VAN) establece que el proyecto debe aceptarse si la diferencia entre los ingresos y egresos es igual o superior a cero, expresados todos ellos en moneda actual.

Para descontar los flujos de efectivo obtenidos, se utiliza una tasa, conocida como TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno), la misma que es determinada por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), que establece un valor de 12 % anual para todo tipo de proyecto ejecutado en el Ecuador. Por tratarse de un proyecto nuevo, se utilizará dicha tasa, en consecuencia, los flujos de efectivo obtenidos se descontarán al 12% anual.

Entonces mediante los cálculos obtenidos en excel se puede apreciar que el VAN del proyecto asciende a 28.251,75 USD. Esto indica que sí debe ejecutarse el proyecto dado que el VAN obtenido es mayor que cero.

❖ Tasa Interna de Retorno

Se define a la Tasa Interna de Retorno (TIR), como la tasa de recuento por el cual el Van es igual a cero.⁷

El criterio de la TIR indica que si esta es mayor que la TMAR, entonces el proyecto debe aceptarse, caso contrario debe rechazarse.

De acuerdo a los resultados en el Flujo de Caja obtenido la TIR calculada arroja un resultado de 30.25 % como esta tasa es mayor a la TMAR (12%), entonces, se acepta que el proyecto es viable.

⁷ Gabriel Baca Urbina “ Evaluación de Proyectos

❖ Análisis Beneficio Costo

Es la relación en términos de valor actual del flujo neto que permite calcular la tasa interna de retorno sobre la inversión inicial; representa la generación de excedentes fruto de la actividad principal del proyecto.

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

Como puede apreciarse el cálculo nos da 1.61 lo que significa que el negocio es rentable e indica que el negocio genera más recursos en términos de valor actual, que la inversión realizada.

Cuadro 3.16
Análisis Costo Beneficio

		Valor presente
Inversión	-46,527.51	
Flujo 1	15,182.42	13,555.73
Flujo 2	15,682.87	12,502.29
Flujo 3	16,195.33	11,527.52
Flujo 4	16,720.10	10,625.92
Flujo 5	46,821.55	26,567.80
Subtotal		74,779.27
B/C		1.61

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- 1.- La Cabaña "Estrella de Ballenita" permitirá que Ballenita se convierta en un destino turístico familiar y de sana diversión ubicado al inicio de la Ruta del Sol.
- 2.- La Cabaña "Estrella de Ballenita" será una empresa pequeña la cual contará con servicios que permitan realizar actividades turísticas y acuáticas para los pobladores de Santa Elena y personas que provienen de los tours desde la ciudad de Guayaquil.
- 3.- La Cabaña "Estrella de Ballenita" permitirá acceder a nuevas fuentes de trabajo para los pobladores residentes en la parroquia Ballenita, mejorando así su calidad de vida.
- 4.- Para comenzar con la promoción de la Cabaña "Estrella de Ballenita" utilizaremos como canales de distribución masiva: la radio, difusión por medio de altoparlantes, entrega de volantes, etc.
- 5.- Según los estudios financieros realizados se observa que los flujos netos de efectivo son positivos para todos los años. Además se logra obtener un VAN de 28.251,75 USD y una TIR de 30.25% siendo la TMAR de 12%; por lo tanto se concluye que como la TIR es mayor que la TMAR y el VAN es mayor a cero el proyecto es rentable y viable.

RECOMENDACIONES

1.- Realizar mejores campañas por parte del Ministerio de Turismo y del Municipio de Santa Elena, para que den a conocer a Ballenita como un destino turístico familiar y de descanso.

2.- Requerir a las autoridades pertinentes que exista el equipamiento necesario en la playa como salvavidas y boyas que delimiten hasta donde pueden llegar los bañistas para así evitar posibles accidentes dentro del mar, así también se recomienda la instalación de 40 tachos de basura cada 27,5 metros a lo largo de la playa para de esta forma evitar la contaminación de la playa y sus alrededores.

3.- Crear un permiso de entrada a Ballenita el cual será emitido únicamente por el Municipio de Santa Elena en coordinación con la Comisión de Tránsito para así poder controlar el ingreso de hasta 70 buses, dirigiendo el resto de buses hacia balnearios cercanos.

4.- Solicitar la intervención de las respectivas autoridades con el fin de mejorar las infraestructuras sanitarias existentes para ofrecer un mejor servicio al turista.

5.- Promover con mayor intensidad los servicios turísticos de la Cabaña "Estrella de Ballenita" entre los turistas de la región sierra, para de esta manera obtener un ingreso rentable que beneficie a la economía local.

6.- Empezar programas de promoción del lugar que incluyan una buena publicidad y proporcionen datos veraces en los centros de información para el turista que desee acudir a la Cabaña "Estrella de Ballenita".

7.- Establecer alianzas estratégicas con centros educativos cercanos a Ballenita para que puedan acceder a los servicios que ofrecerá la Cabaña "Estrella de Ballenita".

ANEXOS

ANEXO 1.1

Vista satelital del Balneario de Ballenita



Fuente: Google Earth, 2007

ANEXO 2.1

ENCUESTA

Masculino

femenino

edad

1.- ¿Cuál es su procedencia?

Costa Sierra Oriente Extranjero

2.- ¿Cuál es su estadía promedio cuando visita el balneario de Ballenita?

Solo fines de semanas Por el día Por una semana Otros

3.- ¿Con quién usted va a Ballenita?

Solo Con amigos En familia

4.- ¿Por qué motivos va usted a Ballenita?

Trabajo Diversión Descanso Costumbre

5.- ¿Qué es lo que usted consume cuando está en Ballenita?

Gaseosas y jugos Mariscos y piqueos No consume

6.- ¿Dónde se hospeda generalmente?

Hostales Ninguna Casa propia Otros

7.- ¿Qué actividades usted práctica cuando está en Ballenita?

Volleyball Caminatas Fútbol Otros

Deportes acuáticos

8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar?Paseos a caballos Alquiler de Bananas Bicicletas de agua Alquiler de Bodyboard (muribugui) Alquiler de kayak **9.- ¿Qué tipo de transporte utiliza para ir a Ballenita?**Vehículo Particular Tour Organizado Transporte público Otros **10.- ¿Qué es lo que le interesaría que tenga Ballenita para desarrollarlo turísticamente?**

11.- ¿Por qué usted piensa que no se ha desarrollado la actividad que menciono anteriormente?

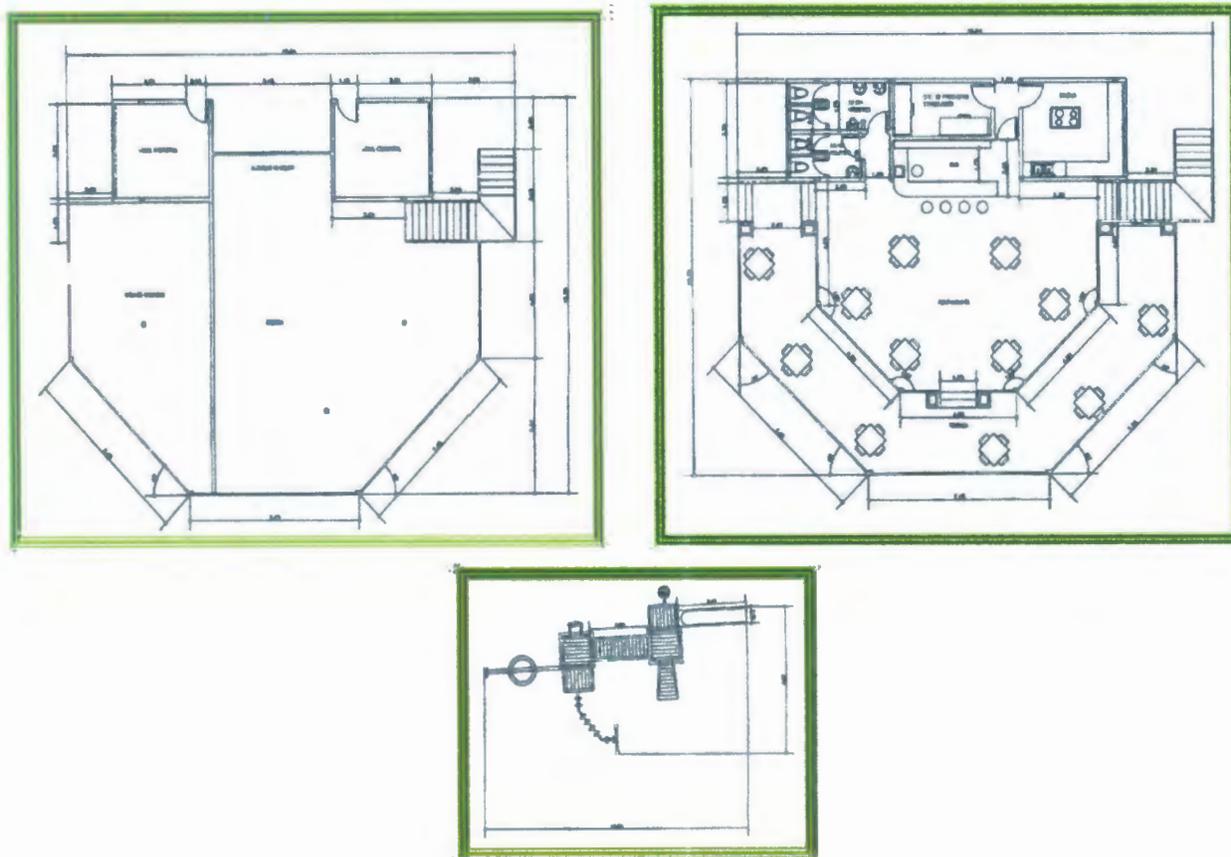
12.- Según su punto de vista ¿Qué es lo más importante que tiene Ballenita?

13.- ¿Regresaría a Ballenita?Si No

ANEXO 3.1**Ubicación de la Cabaña "Estrella de Ballenita"**

Fuente: Google Earth, 2007

ANEXO 3.2
PLANOS DEL PROYECTO



Fuente: Elaborado por Ing. Rodrigo Cárdenas

ANEXO 3.3

PRESUPUESTO DE OBRA CIVIL					
ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1.0	Preliminares				
1.2	Trazado y Replanteo	m ²	560.00	\$ 0.86	481.60
2.0	Movimiento de Tierra				
2.1	Excavación y Desalojo	m ³	17.28	\$ 3.19	55.12
2.2	Relleno Compactado (Material del Sitio)	m ³	60.00	\$ 7.77	466.20
3.0	Cimentación				
3.1	Replanteo	m ²	28.80	\$ 4.17	120.10
3.2	Plintos	m ³	5.76	\$ 186.39	1073.61
3.3	Riostras	m ³	7.25	\$ 207.36	1503.36
4.0	Estructuras				
4.1	Pilares de madera Planta Baja	u	20.00	\$ 85.10	1702.00
4.2	Pilares de madera Planta Alta	u	20.00	\$ 85.10	1702.00
4.3	Vigas de madera	m	55.00	\$ 40.45	2224.75
4.4	Entablado de losa	m ²	360.00	\$ 18.10	6516.00
5.0	Paredes				
5.2	Paredes Falsa recubierta de paja	m ²	320.00	\$ 9.39	3004.80
7.0	Estructura de Madera				
7.1	Estructura de Madera	gbl	1.00	\$ 2,500.00	2500.00
8.2	Techo de paja	m ²	560.00	\$ 6.10	3416.00
9.0	Instalación Eléctrica				
9.2	Salida de Iluminación	pto	36.00	\$ 20.60	741.60
9.3	Tomacorriente 110 V.	pto	25.00	\$ 27.89	697.25
9.5	Acometida Interior	m	35.00	\$ 12.15	425.25
9.6	Acometida Telefonica	m	25.00	\$ 10.10	252.50
9.8	Panel PD-PB1 (Breakers)	u	1.00	\$ 58.60	58.60
9.10	Luminaria incandescente 100W/120V	u	20.00	\$ 2.41	48.20
9.12	Breaker 20, 30, 50 Amperios	u	5.00	\$ 6.50	32.50
9.13	Tubería conduit 1/2"	m	125.00	\$ 1.83	228.75
10.0	Instalación AA.PP. - AA.SS				
10.1	Tubería Agua Servida PVC 4"	m	26.10	\$ 10.94	285.53
10.2	Punto de Agua Potable 1/2"	pto	9.00	\$ 20.02	180.18
10.4	Tubería de Agua Potable 1/2"	m	45.00	\$ 6.21	279.45
10.4	Punto de Agua Servidas 50 mm	pto	5.00	\$ 12.13	60.65
10.5	Punto de Agua Servidas 110 mm	pto	4.00	\$ 18.93	75.72
10.6	Inodoro	u	4.00	\$ 82.08	328.32
10.7	Lavamanos	u	3.00	\$ 38.13	114.39
10.7	Urinario	u	1.00	\$ 40.10	40.10
10.7	Lavadero doble	u	1.00	\$ 68.10	68.10
12.0	Pisos				
12.1	Contrapiso	m ²	450.00	\$ 8.06	3627.00
13.0	Carpintería				
13.1	Puertas de Baños	u	6.00	\$ 109.75	658.50
14.0	Cerrajería				
14.1	Cerradura Tipo Baño CE-1	u	6.00	\$ 18.63	111.78
15.0	Ventanas				
15.1	Ventanas de Madera	u	5.00	\$ 45.10	225.50
17.0	Limpieza de Terreno				
17.1	Limpieza y Desalojo	m ²	510.00	\$ 0.59	300.90
				TOTAL	\$ 33,606.31

ANEXO 3.4
CABAÑA ESTRELLA DE BALLEMITA
PRECIOS DE SERVICIOS

Servicios	Precio(en USD) *
Entretenimiento	
Botes (alquiler por hora)	1.50
Banana (alquiler por 20 min)	3.00
Bicicletas de agua (alquiler por 20 min)	2.00
Comedor	
Bebidas	
Jugos	
Tampico (pequeño)	0.40
Deli	0.60
Colas (medianas)	0.50
Agua	0.45
Cocteles	3.50
Refrigerios	
Sanduches	
de pollo	1.40
de carne	1.20
de queso con jamón	1.00
Ceviche de camaron	3.50
Articulos de Playa	
Ropa de playa:	
Traje de baño para damas	13.00
Bikini playero	10.00
Bermuda playera	10.00
Short playero	12.00
Gorras	5.00
Bronceadores:	
Protector solar nivea ultra	9.00
Protector solar nivea ultra (para niños)	11.00
Gafas	5.00
Boyas	3.50
Parque para niños	
Tobogan	1.00

Referencias:

* Precios incluyen IVA

Fuente: Rio Store (Mi comisariato)

ANEXO 3.5

**CABANA ESTRELLA DE BALLENTA
REMUNERACIÓN DE COLABORADORES POR AREA**

Item \ Meses	Remuneracion	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Parte Administrativa													
Administrador	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
# Personas		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total Parte Administrativa		\$500.00											
Parte Operativa													
Meseros	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180
# Personas		2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Cajeros	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220
# Personas		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cocineros	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
# Personas		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ayudante de cocina	\$ 180	180	180	180	180	0	0	0	0	0	0	0	0
# Personas		1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Auxiliares	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170
# Personas		2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Total Parte Operativa		\$ 1,350	\$ 1,350	\$ 1,350	\$ 1,350	\$ 820							
TOTAL SUELDOS		\$ 1,850	\$ 1,850	\$ 1,850	\$ 1,850	\$ 1,320							

Elaboracion propia

El ayudante de cocina se contratara para la temporada alta (enero-abril)

ANEXO 3.6
GASTOS DE PUBLICIDAD (en USD) (temporada alta)

Publicidad	Cantidad	Precio	Valor a Invertir	CostoTotal a invertir
Radio- Fuego *			\$ 10.00	\$ 10.00
Prensa escrita			\$ 194.88	\$ 194.88
Volantes	\$ 5,000.00	\$ 0.03	\$ 150.00	\$ 150.00
Perifoneo **			\$ 20.00	\$ 20.00
Relaciones Publicas -TV			\$ 150.00	\$ 150.00
Cuponeras- Promocion			\$ 100.00	\$ 100.00
INVERSIÓN TOTAL				\$ 624.88

* Duracion de 30 seg en horario de 12:00 a 21:00 PM

** Por hora

ANEXO 3.7
Mantenimiento de equipos

Equipo		Unidad	Precio	Total	Tasa anual	Costo anual	Costo mensual
Cisterna	/1	1	250.00	250.00	2.5%	6.25	0.52
Botes		2	500.00	1000.00	2.5%	25.00	2.08
Bicicletas		2	750.00	1500.00	2.5%	37.50	3.13
Toboganes		1	2800.00	2800.00	5.0%	140.00	11.67
TOTAL COSTOS MANTENIMIENTO						208.75	17.40

/1 Capacidad de 9,37 metros cubicos

ANEXO 3.8				
CABAÑA ESTRELLA DE BALENITA				
EQUIPOS REQUERIDOS PARA LA OPERACIÓN				
Valor Total de Equipos	Cantidad	Valor * Unitario	Valor Total	Característica
Cocina - Restaurant				
Refrigeradoras	1	\$ 781	\$ 781	Marca Mabe de 17 pies
Vajillas y Cristalería (45 pax)	1	\$ 450	\$ 450	
Cocineta de 4 hornillas	1	\$ 48,28	\$ 48,28	Acero Inoxidable
Microondas	1	\$ 290	\$ 290	LG coreano
Lavadero de 1 Pozo	1	\$ 210	\$ 210	Acero Inoxidable, 2.30 x 0.65 x 0.90 mts
Tanques de Gas	3	\$ 25	\$ 75	
Canastillas de Cocina	2	\$ 54	\$ 108	De metal
Total (en USD) material cocina			\$ 1,961	
Caja Registradora	1	\$ 600	\$ 600	
Comunicación				
Telefono de la Cabaña	1	\$ 27	\$ 27	Marca Panasonic
Total (en USD) comunicacion			\$ 27	
Entretenimiento				
Botes	2	\$ 500	\$ 1,000	Capacidad 2 adult y 1 niño
hamacas	2	\$ 20	\$ 40	Elaborada de lona tipo gruesa
banana	1	\$ 1,300	\$ 1,300	Capacidad para 5 personas
bicicletas de agua	2	\$ 750	\$ 1,500	Capacidad para 2 personas
Tobogan para niños	1	\$ 2,800	\$ 2,800	
Total (en USD) entretenimiento			\$ 3,840	
Cisterna para agua	1		\$ 250	Capacidad 9,37 m3
Total equipos			\$ 6,678	

Referencias:

Fuente: Créditos Económicos, Importadora Jarrín, Almacenes Juan Eljuri

Elaboración propia

* Todos los precios incluyen IVA

ANEXO 3.9				
CABAÑA ESTRELLA DE BALENITA				
MUEBLES Y ENSERES REQUERIDOS PARA LA OPERACIÓN				
ITEM	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Característica
Decoración General de las Instalaciones:				
Reloj de pared modelo yate	1	\$ 20	\$ 20	
Adorno marino 25 cm	1	\$ 10	\$ 10	
Cuadro al oleo de 100cm x 100 cm	1	\$ 58	\$ 58	
Adorno de pared pez	3	\$ 10	\$ 30	
Jarron 30 cm	2	\$ 11	\$ 22	Cristal
Focos fluorescentes de 40 watts	4	\$ 12	\$ 48	Marca Phillips
Focos fluorescentes de 20watts	2	\$ 6	\$ 12	Marca Phillips
Total (Decoracion en USD)			\$ 198	
Comedor:				
<u>Mesas para comedor</u>				
Mesas grandes redondas	6	\$ 45	\$ 270	De bambú
Mesa extragrande redonda	4	\$ 60	\$ 240	De bambú
Mesas pequeñas	1	\$ 30	\$ 30	De bambú
Sillas de Comedor	46	\$ 11	\$ 506	De bambú
Ventiladores de Restaurant	2	\$ 40	\$ 80	De azpas de madera
Total (Comedor en USD)			\$ 1,126	
Valor Total de Muebles y Enseres			\$ 1,324	

Referencias:

Fuente: Mueblería Plaza & Arte, Ferrisariato, Pycca

Elaboración propia

Todos los precios incluyen IVA

ANEXO 3.10
TABLA DE CALIFICACION PARA LA MATRIZ DE LEOPOLD

Intensidad		Riesgo	
Alta	10	Alta (mas del 50 %)	5
Media	5	Media (De 10 al 50 %)	3
Baja	1	Baja (menos del 10%)	1
Extension		Reversibilidad	
Regional	10	Altamente reversible	1
Subregional	5	Parcialmente reversible	5
Local	1	Recuperables a largo plazo	8
		Irrecuperables	10
Duracion			
De largo plazo (mas de 10 años)	10		
De mediano plazo (de 5 -10 años)	5		
De corto plazo (menos de 5 años)	1		

ANEXO 3.11
MATRIZ DE LEOPOLD RESULTADOS OBTENIDOS

MEDIO	COMPONENTE	IMPACTO	Intensidad	Factor Intensidad	Duracion	Factor duracion	Extension	Factor extension	Magnitud	Riesgo	Reversibilidad	VIA	Significancia
Fisico	Ruido	Aumento en los niveles de ruido	1	0.4	1	0.2	1	0.4	1	1	0	2	bajo
	Agua	Calidad del agua de mar	10	0.4	1	0.2	1	0.4	4.6	3	1	8.6	alto
	Suelo	Calidad del suelo por presencia de desechos	5	0.4	1	0.2	1	0.4	2.6	3	1	6.6	medio
Biologicos	Flora acuatica	Alteracion del habitat	5	0.4	1	0.2	1	0.4	2.6	3	1	6.6	medio
	Fauna acuatica	Alteracion del habitat	5	0.4	1	0.2	1	0.4	2.6	3	1	6.6	medio
Sociales		Numero de visitantes	10	0.4	1	0.2	1	0.4	4.6	0	0	4.6	medio
		Generacion de empleo	10	0.4	1	0.2	1	0.4	4.6	0	0	4.6	medio
		Satisfaccion al cliente	10	0.4	1	0.2	1	0.4	4.6	0	0	4.6	medio
		Calidad visual	1	0.4	1	0.2	1	0.4	1	1	1	3	bajo

Ciudad	Poblacion Potencial	Con quien viaja	Motivo de viaje	Consumo
Residentes locales	787	952	428	486
Otras ciudades	1043	695	758	486
Total	1830	1647	1185.84	972

ANEXO 3.12

Calculo de la demanda Insatisfecha	
Demanda Potencial	953
Oferta Potencial	743
Demanda Insatisfecha	210

ANEXO 3.13

Oferta Potencial				
Oferta Potencial	Capacidad	Tasa de participacion	Tasa de participacion	
Hostales, hosterias	283	38.09%	7.62%	x hostel
Cabañas	460	61.91%	2.69%	x cabaña
Oferta Potencial	743			

Personas esperadas semanalmente en temporada alta				
		Porcentaje	Tiempo	Tasa de recompra esperada
Demanda insatisfecha	210	9	1 dia (60%)	9
Porcentaje de participacion	7%	1	1 fin de semana (8 %)	2
		5	Toda la semana (32 %)	32
Demanda potencial a cubrir	14			43

de Personas esperadas
semanalmente

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Flor de María Valverde, Cubierta Vegetal de la Península de Santa Elena, 1996
- 2.- Alicia Miranda Roca, Mitos Familiares en la Relación de Pareja de Ballenita, 2000
- 3.- Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena, Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Santa Elena, 1999
- 4.- Programa de Ordenamiento de Playas, Monitoreo de Playas, 2006
- 5.- Programa de Manejo de Recursos Costeros, Estudio de las playas del Cantón Santa Elena, 2006
- 6.- Diario El Universo, Artículos Feriados Carnaval – Semana Santa, 2007
- 7.- Banco Central del Ecuador, Estudios de Impacto Ambiental, 2005
- 8.- Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006

9.- Banco Central del Ecuador, Una Interpretación Meso-económica del Turismo en el Ecuador, 2005

10.- Internet:

www.googleearth.com

www.rutadelsol.com.ec

www.ecuaventura.com

www.welcomeecuador.com