



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS
DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

“PROPUESTA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO E
INFRAESTRUCTURA DE ACUERDO A LAS
CARACTERÍSTICAS Y DEMANDA EN EL SECTOR DE
PIEDRA LARGA”

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentada por:

Viviana Elizabeth Acosta Campoverde
Lorena Patricia Bonilla Meza
Ailin María Medrano Andrade

GUAYAQUIL-ECUADOR
Año 2007

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.

Viviana Acosta

Lorena Bonilla

Ailin Medrano

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Ing. Hector Ayón Jó

Presidente del Tribunal

Msc. Jerry Landívar Zambrano

Director de Tesis

Lcda. Cecilia Banderas Avilés

Miembro Principal

Ing. Jorge Espinoza Amaguaña

Miembro Principal

RESUMEN

Esta tesis fue realizada con el fin de contribuir al progreso turístico de las diversas playas de Manta, para lo cual se ha realizado un proyecto que permita desarrollar el sector de Piedra Larga de una manera adecuada.

Ya que Piedra Larga no está totalmente promocionada por las autoridades respectivas, y como conclusión de las encuestas e investigación de campo, se propone un proyecto que contempla la construcción de una edificación que consta con almacenes de artesanía, duchas, servicios higiénicos, y a su vez se ofrezca el alquiler de carpas y sillas. Para la zona recreativa de playa, se plantea la construcción de torres salvavidas, caseta de guardianía, el ordenamiento de parqueaderos, la reubicación de tachos de basura, y señaléticas. En lo que respecta a la infraestructura, se concluyó mediante investigación, que gracias a un proyecto urbanístico de iniciativa privada se dotará al sector de los servicios básico que carece. Con este proyecto se pretende colaborar con la población del sector y visitantes, logrando así que accedan a un destino bien equipado.

Para hacer este proyecto de una manera más completa, se ha incluido el presupuesto de inversión, que indique el primer año de operación y sus proyecciones. Para conseguir los fondos necesarios para su realización, se propone que el Municipio de Manta sea el encargado de gestionar este proyecto.

INDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN	
INDICE GENERAL.....	I
INDICE DE TABLAS.....	III
INDICE DE FOTOS.....	IV
INDICE DE ANEXOS.....	V
INDICE DE GRÁFICOS.....	VI
ÍNDICE DE MAPAS.....	VII
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO 1 INFORMACIÓN GENERAL.....	3
1.1. Características Generales de la Zona.....	3
1.1.1. Ubicación Geográfica.....	4
1.1.2. Descripción Poblacional.....	5
1.1.3. Análisis Socioeconómico.....	6
1.1.4. Descripción del Entorno Natural.....	9
1.1.5. Infraestructura Existente.....	12
CAPITULO 2 ANÁLISIS DE MERCADO.....	16
2.1. Características Generales de Mercado.....	16

2.1.1. Análisis de la Demanda.....	17
2.1.2. Análisis de la Oferta.....	24
2.1.2.1. Descripción de la Capacidad de Carga.....	28
2.1.3. Estrategias de Comercialización.....	36
2.2. Análisis FODA del Destino.....	37
2.3. Análisis Estratégico.....	39
2.3.1 Análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter.....	39
2.3.2 Análisis FODA del Proyecto.....	42
CAPITULO 3 ESTUDIO TÉCNICO Y GESTIÓN DEL PROYECTO.....	44
3.1. Análisis de las Características.....	44
3.2. Especificaciones Técnicas.....	45
3.2.1 Especificaciones organizacionales.....	48
3.3. Gestión del Proyecto.....	50
3.4. Estimación Costos / Beneficios.....	50
3.4.1. Análisis de los Costos.....	53
3.4.2. Beneficios socio- ambientales.....	59
3.4.3. Beneficios Económicos.....	64
3.4.4 Beneficios Sociales.....	64
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES.....	67
ANEXOS	
BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla I	Actividades Económicas de los Pobladores.....7
Tabla II	Tamaño de Mi Mercado.....16
Tabla III	Prestadores de Servicios Recreativos29
Tabla IV	Estacionalidad y Temporadas Turísticas.....30
Tabla V	Cálculo de Capacidad Física para Zona de Uso Turístico Actual.....31
Tabla VI	Establecimientos de Alojamiento de Manta.....32
Tabla VII	Restaurantes Registrados y no Registrados en Catastro..... 33
Tabla VIII	Restaurantes No Registrados en catastro.....34
Tabla IX	Centro de Equipamiento Turístico “Piedra Larga”.....51

ÍNDICE DE FOTOS

	Pág.
Foto 1 Bosque Seco Tropical	10
Foto 2 Río Zen.....	11
Foto 3 Río de Piedra Larga.....	11
Foto 4 Playa de Piedra Larga.....	12
Foto 5 Entrada a Piedra Larga.....	13
Foto 6 Calle principal.....	13
Foto 7 Iguana Bar.....	25
Foto 8 Karaoke Bar Restaurant Sol Mar y Arena.....	25
Foto 9 Sunset Bar Restaurant.....	26
Foto 10 Bar Tacuba.....	27
Foto 11 Hostería Mr. Frogs.....	28

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo #1 Encuesta.....	70
Anexo #1a Resultados de las Encuestas.....	74
Anexo #2 Catastro de Alojamiento de Manta.....	86
Anexo #3 Logo del Centro de Equipamiento “Piedra Larga”.....	90
Anexo #4 Terreno y Distribución del Centro de Equipamiento.....	91
Anexo #4a Vista Frontal y Distribución de los Servicios Higiénicos.....	93
Anexo #4b Fachada de los Locales de Artesanía.....	94
Anexo #4c Modelo de Torre Salvavidas y Tacho de Basura.....	95
Anexo #4d Modelo de Caseta de Control de Parqueadero.....	96
Anexo #4e Modelo de Señaléticas.....	97
Anexo #5 Inversión Inicial.....	98
Anexo #5a Costos de Edificación.....	99
Anexo #5b Gastos Preoperacionales.....	100
Anexo #5c Detalle de Insumos.....	101
Anexo #6 Financiamiento.....	102
Anexo #7 Valor Actual Neto.....	103
Anexo #8 Periodo de Recuperación de Capital.....	104
Anexo #9 Costos Variables.....	105
Anexo #10 Gastos Administrativos.....	106
Anexo #11 Gastos Generales Administrativos.....	107
Anexo #12 Pago de Impuestos.....	108
Anexo #13 Gasto Promocionales, Ferias y Congresos.....	109
Anexo #14 Ingresos Operacionales.....	110
Anexo #15 Otros Ingresos.....	111
Anexo #16 Flujo de Caja.....	112
Anexo #17 Estado de Resultados.....	113
Anexo #18 Matriz de Impactos.....	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1 Descripción Poblacional.....	5
Gráfico 2 Actividades de la Población.....	7
Gráfico 3 Cronograma de Ejecución del Proyecto.....	58

ÍNDICE DE MAPAS

	Pág.
Mapa I Ubicación de Piedra Larga.....	4

CAPÍTULO I

INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Características generales de la zona

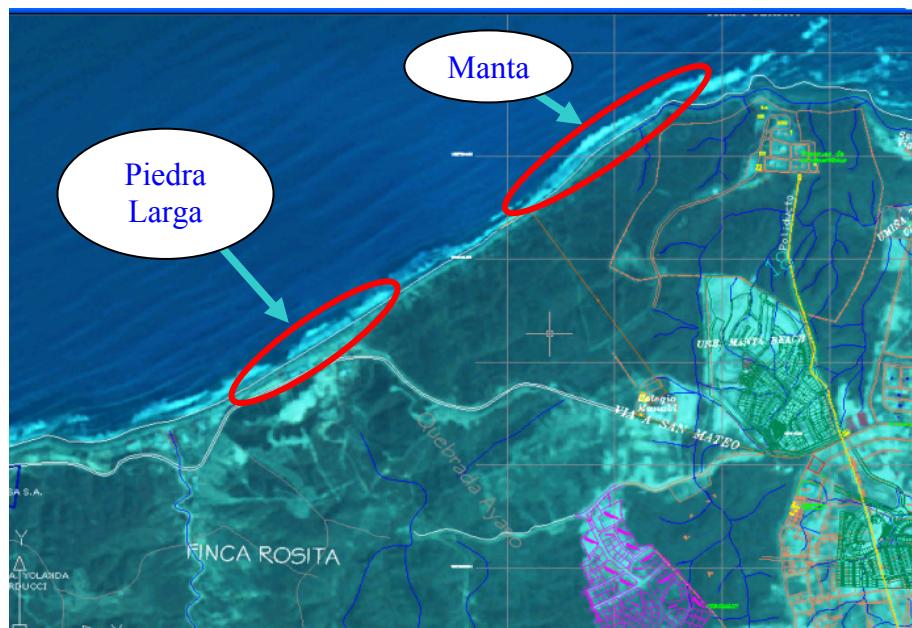
Piedra Larga es una parroquia urbana de la ciudad de Manta. Este balneario de gran potencial turístico tiene tan solo cuatro años de haber nacido como tal. Su origen lo establece el asentamiento del bar Iguana y unas cuantas familias de pescadores que invadieron terrenos de esta parroquia. Al inicio Piedra Larga era considerada tan solo como punto de diversión nocturna para los jóvenes, pero con la llegada de más bares, restaurantes e incluso una hostería con vista a la playa, ya no solo atrae a jóvenes, sino también a familias enteras durante cualquier hora del día. En el presente capítulo se describe cómo es Piedra Larga hoy en día, el lector podrá encontrar en el mismo desde su ubicación geográfica hasta el detalle de la infraestructura que existe en este balneario.

1.1.1 Ubicación Geográfica

Piedra Larga se encuentra ubicada en la región costera de la Provincia de Manabí, específicamente 7 Km. al sur de la ciudad de Manta. Su posición geográfica exacta es $0^{\circ} 57' 35''$ de latitud Sur y $80^{\circ} 43' 02''$ de longitud Oeste. Se encuentra a 2 metros sobre el nivel del mar, caracterizándose por tener un clima subtropical seco.

Se encuentra limitada al norte con Barbasquillo, al sur con San Mateo, al este con la ruta del Sol (carretera Manta – San Mateo), y al oeste con el Océano Pacífico.

Mapa I: Ubicación de Piedra Larga



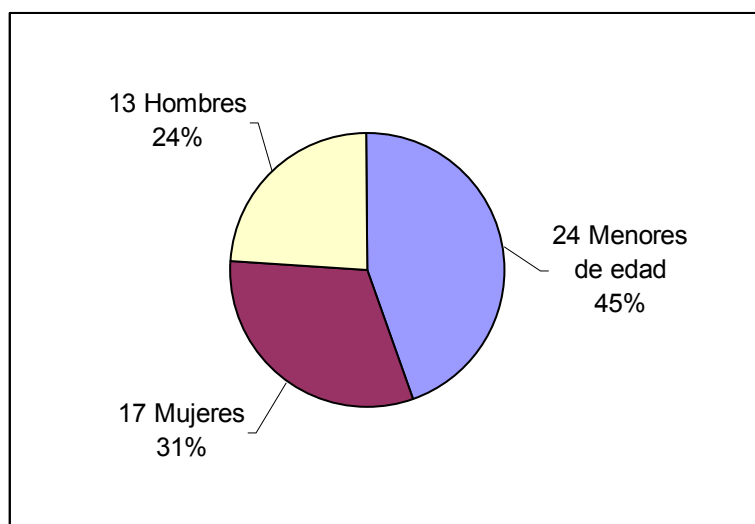
Fuente: Municipio de Manta, Año 2007.

Elaboración: Grupo Piedra Larga.

1.1.2. Descripción Poblacional

Al ser Piedra Larga una playa nueva y además retirada del centro de Manta, cuenta tan sólo con 54 habitantes (no se ha considerado las 25 personas que trabajan y habitan en los campamentos de laboratorios de larvas, ya que no influyen en la zona de estudio). Esta población se divide de la siguiente manera: 24 menores de edad, 17 mujeres y 13 hombres.

Gráfico 1: Descripción Poblacional



Fuente: Grupo Piedra Larga, 2007

En el sector existen 8 familias numerosas que se encuentran conformadas por: padre, madre, hijos, abuelos, tíos, sobrinos, entre otros. Además de esta población fija, existe una flotante constituida por aproximadamente 15 personas entre propietarios y trabajadores de los bares y restaurantes que se encuentran en la playa, estas personas permanecen durante el día y parte de la noche en Piedra Larga atendiendo sus

negocios. Los habitantes del sector se caracterizan por ser personas reservadas, amables, trabajadoras y abiertas a propuestas para mejoras del lugar.

La implementación de bares se debió a la construcción del Iguana Bar (el más antiguo de la zona con 4 años de existencia), por lo que al inicio el sector se dio a conocer como Iguana, pero debido a la afluencia constante de visitantes, el Cabildo definió que el nombre real y verdadero del sector era de Piedra Larga, y fue así como el lugar se consideró como una playa urbana de Manta.

1.1.3. Análisis Socioeconómico

Al hablar de la situación socioeconómica de los habitantes de Piedra Larga, se debe diferenciar entre la población fija del sector y la población flotante:

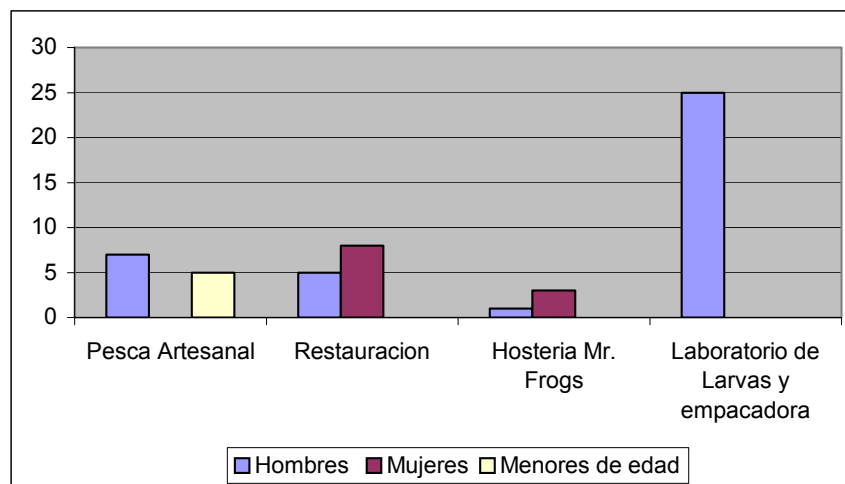
La población fija de Piedra Larga es de clase socioeconómica baja. Todos sus habitantes desarrollan algún tipo de actividad económica, que se dividen en cuatro áreas: Pesca Artesanal, Restauración, Hotelería y laboratorio de larvas. En la siguiente tabla se describe cómo se distribuyen estas actividades entre la población.

Tabla # I: Actividades Económicas de los Pobladores

	Hombres	Mujeres	Menores de edad
Pesca Artesanal	7	0	5
Restauración	5	8	0
Hostería Mr. Frogs	1	3	0
Laboratorios de larva y empacadora	25	0	
PEA	38	11	5
Desempleados	0	6	19

Elaboración: Grupo Piedra Larga, 2007

A continuación, se compara la cantidad de hombres, mujeres y menores de edad que realizan las diversas actividades económicas.

Gráfico 2: Actividades de la Población

Fuente: Grupo Piedra Larga, 2007

La pesca artesanal en Piedra Larga es una actividad económica de subsistencia, es decir, las personas que se dedican a esto ganan lo suficiente para mantener a sus

familias. Un pescador percibe en promedio un ingreso neto de \$45 a la semana. El objetivo de la pesca es tan solo de proveer de langostinos y langostas a los bares y la hostería de la zona, cuyos dueños son de Manta. Se prevé que los ingresos aumenten con la construcción de un nuevo hotel junto a la hostería ya existente (Mr. Frogs), y con la creación de Ciudad del Mar.

Los bares, restaurantes y hostel del sector dan empleo a 17 personas, las cuales tienen un ingreso promedio mensual de aproximadamente \$160, ellos perciben este salario mínimo ya que realizan trabajos netamente operativos.

En el sector existen 3 laboratorios de larvas y 1 empacadora de mariscos: CRIESBIO (Criadero de especies bioacuáticas), Oceanapez, Champmar, LARDEMAR (Larvas de Manabí) y Frigolab (empacadora de mariscos). En estos laboratorios trabajan y habitan 21 personas y realizan diferentes actividades: cocineros, obreros, biólogos y guardias de seguridad. En la empacadora de mariscos viven 4 personas que trabajan como guardias de seguridad, los demás empleados de la empresa son personas provenientes de San Mateo, Manta y sus alrededores, que laboran durante el día y regresan a sus hogares en horas de la tarde. Cabe recalcar que este grupo de personas no se ha tomado en cuenta en el estudio ya que no influyen directamente con la actividad turística del sector.

Se ha denominado población flotante de Piedra Larga a todas aquellas personas que no habitan en el sector, pero que sin embargo laboran en los bares, restaurantes y la

hostal del lugar. Las actividades fundamentales que ellos realizan son: administradores, Dj's y diversos trabajos operativos.

En lo que respecta al análisis social se puede mencionar los siguientes servicios:

Centros Médicos: Dentro de Piedra Larga no existe ningún tipo de dispensario medico, en el caso de existir alguna emergencia el paciente deberá ser llevado directamente a Manta, esto debido a que el sector es que aun se encuentra en la periferia urbana de la ciudad.

Centros Educativos: No existe escuelas ni colegios, los estudiantes deben de trasladarse hasta Barbasquillo o el centro de Manta para poder dirigirse a sus respectivos centros educativos. Tampoco hay guarderías, ni educación preescolar en el sector.

Seguridad: Con respecto a la vigilancia policial del sector, no existe ningún tipo de resguardo o puesto de auxilio inmediato, solo se realizan patrullajes en los feriados donde se ha podido constatar la participación de la Marina en conjunto con la policía, mientras que los demás días se realizan patrullajes esporádicos.

1.1.4. Descripción del entorno natural

Clima

Piedra Larga posee un clima de bosque seco tropical que oscila entre los 25°C – 29°C, por lo que la vegetación es prácticamente estéril, tan solo se puede encontrar

pequeños arbustos que sirven para producir leña o carbón; también existe perilla, cactus y pastos.

En la siguiente fotografía se puede observar el tipo de bosque que existe en esta playa.

Foto 1: Bosque Seco Tropical



Fuente: Grupo Piedra Larga, Febrero 2007.

Fauna

La fauna terrestre y marina es muy variada, en la primera se puede encontrar lagartijas, gaviotas, pelícanos, zorros, saltamontes, hormigas, perros y gatos, entre

otros; mientras que en la segunda se sabe que existen camotillos, rayaletas, caballas, pinchaguas, gringos, oyocos, mortajas, bocabierta, langosta y ostras.

Hidrografía

Piedra Larga se encuentra atravesada por dos ríos estacionarios que desembocan directamente al mar, el primero, el río Zen se encuentra en la zona sur del sector y sirve de límite con San Mateo, El segundo se encuentra atravesando Piedra Larga. Dichos caudales permanecen secos en épocas de verano, mostrándose como canales naturales, mientras que en temporada de lluvia suelen llenarse.

A continuación se muestran los dos ríos de Piedra Larga.

Foto 2: Río Zen



Fuente: Grupo Piedra Larga, Febrero 2007.

Foto 3: Río de Piedra Larga



Fuente: Grupo Piedra Larga, Febrero 2007.

Playa

La playa de Piedra Larga tiene una extensión aproximada de 700 metros, y su arena es de color gris fina con piedras lisas de río. El agua del mar muestra una tonalidad de color verde con temperatura media (25 °C promedio), a veces hay corrientes frías del mar y las precipitaciones medias anuales son de 550 milímetros que suelen presentar turbiedad física en la orilla.

Foto 4: Playa de Piedra Larga



Fuente: Grupo Piedra Larga, Febrero 2007.

1.1.5. Infraestructura existente

Se ha dividido el análisis de la infraestructura que existe en Piedra Larga en los siguientes puntos:

- **Vías de Comunicación:** La carretera que conduce a Piedra Larga es conocida como la Ruta del Sol, siendo el tramo Manta – San Mateo la que lleva al sector. Dicha vía se encuentra en perfecto estado, asfaltada y con la respectiva señalética, incluso la

autopista se mantiene en buenas condiciones hasta entrar al lugar, pero una vez que se desea ingresar al área de bares el visitante se encuentra con una calle lastrada siendo el único camino de la zona.

Foto 5: Entrada a Piedra Larga



Fuente: Grupo Piedra Larga, Febrero 2007.

Foto 6: Calle principal



Fuente: Grupo Piedra Larga, Febrero 2007.

El Terminal Terrestre de Manta se encuentra a 20 minutos de Piedra Larga, el aeropuerto a 25 minutos, mientras que el Puerto Marítimo está a tan solo 15 minutos.

Si se desea ir por vía terrestre, se debe tomar una camioneta en el mercado de Manta, la cual deja al visitante en la carretera principal. Dichos carros salen cada 15 minutos y el pasaje tiene un valor de 0.30 centavos.

Para poder acceder por vía aérea, se deberá llegar al aeropuerto nacional de Manta donde operan las aerolíneas TAME, AEROGAL e ICARO, cubriendo la ruta Quito – Manta – Quito, con un valor que oscila entre los 56 y 90 dólares, según la opción que se escoja.

- **Servicios básicos:** Actualmente la población solo cuenta con energía eléctrica la cual es proporcionada por EMELMANABI (Empresa Eléctrica Manabí). No hay una red de agua potable que llegue a la zona, y para solventar este problema los habitantes del lugar se ven en la necesidad de comprar agua a los tanqueros a un costo que oscila entre 0,60 hasta 1 dólar el tanque. No existe servicio de telefonía fija en el lugar pero si hay cobertura celular.

Cabe recalcar que los problemas de agua potable y telefonía fija están por solucionarse debido a que muy cerca de la playa se está construyendo un proyecto habitacional y turístico a cargo del grupo NOBIS. Según las reuniones que han mantenido los delegados del proyecto en conjunto con representantes de la población, se estima que en tres años este proyecto esté listo por lo que la zona ya contaría con todos los servicios básicos.

Además del proyecto ya mencionado, existe uno paralelo impulsado por EAPAM (Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Manta) que consiste en la construcción de un tanque elevado que se conecte a la tubería de impulsión que existe en la vía Manta-San Mateo, para dotar de agua a la población (Sr. Richard PARRALES, Asistente de Gerencia Técnica de Proyectos de EAPAM, 2007, COMUNICACIÓN PERSONAL).

- **Viviendas:** Al ser Piedra Larga un sector apartado de la ciudad y con pocos habitantes posee 7 tipos de construcción de madera, 6 de cemento, 3 mixtas (cemento y madera), y 10 covachas.

- **Hoteles, bares y restaurantes:** Mr. Frogs es la única hostería del lugar y es muy concurrida por turistas extranjeros. En el terreno adjunto a la hostería se está construyendo un Apart-Hotel, el cual brindará mayores facilidades al visitante.

Con respecto a los bares y restaurantes del sector existen 3 bares-restaurantes que son: Iguana Bar, Sunset, Playa Sol & Mar y además 3 bares los cuales son: Tacuba Bar, Mr. Frogs Bar y Piedra Larga Bar.

- **Proyectos:** Actualmente se levanta el proyecto inmobiliario “Ciudad del Mar” el cual es impulsado por PRONOBIS, y estará asentado en 40 hectáreas. Consta con 180 terrenos donde se desarrollarán diferentes tipos de construcción: casas, edificios, una zona para hostales, hoteles, club privado, pretendiendo de esta manera posicionar a Piedra Larga como uno de los centros turísticos y residenciales más importantes del país ya que contará con tecnología de punta. Se prevé que todo este listo para inicios del 2009. La inversión de la primera etapa supera los trece millones de dólares.

Uno de los tantos beneficios que tendrá Piedra Larga con este proyecto es la construcción de un malecón ecológico y de espigones, los cuales ayudarán a la acumulación de arena en la playa, mejorando así la imagen del destino.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 Características Generales del Mercado

Para obtener un dato más real del mercado potencial, se ha realizado un análisis basado en el número de turistas que ingresan Manta mensualmente. Se ha tomado de referencia 1500 turistas que visitaron este destino durante el feriado de carnaval.

Tabla # II: Tamaño de mi mercado

DESCRIPCIÓN	1er Trim.	2do Trim.	3er Trim.	4to Trim.	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012
Mercado Global	4500	4500	4500	4500	4950	5445	5990	6588	7247
Clientes Potenciales	2250	2250	2250	2250	2475	2723	2995	3294	3624
Clientes Reales	2250	2250	2250	2250	2475	2723	2995	3294	3624
Volumen de venta/servicio	1350	1350	1350	1350	1485	1634	1797	1977	2174
Fracción de mi mercado	60%	60%	60%	60%	66%	73%	80%	88%	97%

Fuente: Grupo Piedra Larga.

Este proyecto apunta a dos tipos de mercados: el primero está conformado por familias con miembros de 4 o más personas, que visitan Piedra Larga desde las 08h00 hasta las 16h00, y van en busca de recreación de sol y playa.

El segundo tipo de mercado al que se apunta es el de jóvenes profesionales cuya edad oscile entre los 18 a 35 años, que visitan Piedra Larga desde las 17h00 en adelante para disfrutar de la puesta del sol, deleitarse de cócteles, música en los bares y tener una noche amena.

Ambos grupos van a Piedra Larga en busca de un lugar tranquilo, alejado y de sano esparcimiento donde puedan disfrutar de la playa sin necesidad de preocuparse por su seguridad, en el cual encuentren infraestructura y planta turística que complazca sus necesidades. Dichos grupos deberán de contar con movilización propia y ser de un estatus medio alto, debido a que esta playa se encuentra a 10 minutos de Manta en carro.

2.1.1 Análisis de la Demanda

Complementario al estudio de tamaño de mercado, se diseñó una encuesta mediante la cual se pueda conocer el perfil de la demanda, y qué percepción tienen acerca de la oferta turística de Piedra Larga. **(Véase Anexo #1)**. En el **Anexo #1a** se muestran los gráficos con los resultados de las encuestas.

El número de personas encuestadas fue de 100, de los cuales 52% de los encuestados eran mujeres, mientras que el 48% eran hombres. **(Véase gráfico 3)**

La mayoría de turistas que visitan Piedra Larga son de la provincia de Manabí, representando el 34% de la población, y conformados de la siguiente manera: el 20% son de la ciudad de Manta, el 5% son de la ciudad de Chone, el 4% de El Carmen y el otro 5% de Portoviejo. Los turistas que llegan de la provincia de Pichincha, específicamente de la ciudad de Quito representan el 27% de los visitantes. El 23% se encuentra reflejado por personas provenientes de la Provincia del Guayas, particularmente de la ciudad de Guayaquil. Finalmente, el 16% restante representa a personas oriundas de otros sectores del Ecuador, de las provincias de Chimborazo específicamente de Riobamba con el 5%, y Tungurahua, particularmente de Ambato con el 6%; mientras que el 3% y 2% son de la provincia de Los Ríos de las ciudades de Quevedo y Babahoyo, respectivamente. **(Véase gráfico 4)**

De las personas encuestadas, el 79% indicó que había llegado al destino en carro particular; el 12% llegó en bus o camioneta; y el 9% lo hizo mediante tours. **(Véase gráfico 5)**

El 58% de estas personas tienen entre 25 a 45 años; el 19% tienen 19 a 24 años; el 18% de los visitantes tienen más de 45 años; y el 5% son menores de 18 años. **(Véase gráfico 6)**

Se pudo observar grandes grupos de personas relativamente joven en busca de un lugar tranquilo que sea seguro para los niños, y donde no exista aglomeración de masas, características que ofrece Piedra Larga.

De acuerdo a las encuestas, el nivel de estudios de los visitantes que van a Piedra Larga se encuentra reflejado de la siguiente manera: el 76% poseen instrucción superior; 21% ha terminado la secundaria, finalmente el 3% ha completado la primaria. **(Véase gráfico 7)**

La mayoría (47%) de los encuestados poseen ingresos de dinero superior a 350 dólares, mientras que el 34% refleja las personas que ganan al mes entre los 251 y 350 dólares; seguido a esto se encuentra los sueldos menores a 250 dólares representando el 17%; y finalmente se puede apreciar que apenas el 2% de los turistas que acuden a esta playa no posee ningún tipo de ingreso. **(Véase gráfico 8)**

El 77% de los turistas acuden a Piedra Larga acompañados de familiares; el 23% va con amigos; y ningún visitante acude solo a este lugar. Esto indica que Piedra Larga es un sitio para compartirlo en familia. **(Véase gráfico 9)**

El 46% de los visitantes prefiere ir en grupos de 3 a 4 personas; el 42% suelen viajar con más de 5 personas; y tan solo el 12% opta por acudir con un solo acompañante. **(Véase gráfico 10)**

El 59% de los turistas encuestados ya habían visitado este sector en otras ocasiones; mientras que para el 41% fue la primera vez que iban a esa playa. **(Véase gráfico 11)**

El 30% prefiere visitar esta playa los fines de semana; mientras que el 22% opta por ir en Semana Santa; el 21% lo hace en otras épocas (feriados provinciales o

nacionales, visitas periódicas de 2 a 3 fines de semana por mes, vacaciones de trabajo, o reuniones familiares); en tanto que el 20% gusta por asistir en carnaval; y por último sólo el 7% acude cuando son las fiestas de cantonización de Manta. **(Véase gráfico 12)**

El motivo de viaje a Piedra Larga fue para el 52% por probar algo nuevo, este porcentaje fue el más alto y hace referencia a la respuesta dada en el gráfico 11 en la cual el 41% de los turistas indicó que era la primera vez que visitaba Piedra Larga; el 41% visita esta playa por diversión; y finalmente el 7% lo hace por moda. **(Véase gráfico 13)**

El 83% de los encuestados conocieron Piedra Larga por sugerencia de amigos, es decir por el boca a boca; el 12% se informó por medio de folletos; solamente el 3% por radio y T.V.; el 2% de los visitantes se informaron por otros medios (este porcentaje conoció Piedra Larga “experimentando”, es decir que vieron la playa y pasaron el día en el sitio sin haberse informado por algún medio). Finalmente Internet tiene el 0%, lo que nos indica que Piedra Larga aún no se ha dado a conocer a través de este medio. **(Véase gráfico 14)**

Para el 61% de los visitantes la mejor hora del día para ir a Piedra es de 06h00 a 12h00, esto se debe a que muchas familias visitan la playa en ese horario para aprovechar el tiempo soleado; mientras que el 24% que prefiere hacerlo en la tarde (13h00-18h00); y finalmente el 15% que visita la playa en la noche (19h00 en adelante). **(Véase gráfico 15)**

Según el 49% de estas personas, la cantidad que gastan en el destino es de entre 10 y 15 dólares; mientras que el 23% gasta menos de 10 dólares; el 18% gasta entre 16 y 20 dólares; el 8% desembolsa entre 21 y 30 dólares; y finalmente el 2% gasta más de 30 dólares. **(Véase gráfico 16)**

De acuerdo a lo que los encuestados piensan que le hace falta a Piedra Larga para que sea más atractivo turísticamente: el 64% de los visitantes piensan que le hace falta duchas, servicios higiénicos, botes de basura, torre salvavidas, alquiler de carpas y sillas, seguridad y parqueo, *souvenir* (camisetas, gorras, termos y vasos con el logo de Piedra Larga, además de artesanías como por ejemplo cadenas, pulseras, aretes), accesorios de playa (protector solar, pareos, bermudas); el 7% que le falta venta de *souvenir*; el 6% que piensa que carece de venta de accesorios de playa; el 5% que le hace falta servicios higiénicos; el 4% piensa que le falta implementar el alquiler de sillas y carpas; existe otro 4% que indicó que le falta duchas; para el 3% falta seguridad y parqueo; mientras que el 2% piensa que le hace falta torre salvavidas; existe también otro 2% que indicó que le falta botes de basura; y finalmente el 2% restante indicó que le hace falta otros servicios (mejorar la entrada y la decencia en los restaurantes). **(Véase gráfico 17)**

El 99% de los encuestados estarían dispuestos a cancelar por la implementación de servicio de duchas, servicios higiénicos, botes de basura, torre salvavidas, alquiler de carpas y sillas, parqueos; mientras que solo el 1% indicó que no lo haría. **(Véase gráfico 18)**

El 47% respondió que pagaría 1 dólar por el servicio de duchas; mientras que el 23% estaría dispuesto a pagar 0.75 centavos; el 21% pagaría 0.50 centavos, y finalmente el 9% pagaría 0.25 centavos. **(Véase gráfico 19)**

El 56% de los visitantes estarían dispuestos a pagar 0.25 centavos por el uso de servicios higiénicos; mientras que el 42% pagaría 0.50 centavos. **(Véase gráfico 20)**

El porcentaje tan alto que arrojó el valor de 1 dólar por el uso de parqueos con seguridad privada fue sorprendente, ya que la gente no estaba dispuesta a pagar más allá de 0.25 centavos por servicios de higiene personal, sin embargo sí estarían dispuestos a cancelar el valor de 1 dólar por seguridad y parqueo para sus vehículos, y así lo demuestra el 56% de los visitantes. El 37% estaría dispuesto a cancelar 0.50 centavos; y el 6% pagaría 0.75 centavos. Cabe recalcar que en esta pregunta no estaba contemplado que tal vez los visitantes no pagarían por tener seguridad en su vehículo, sin embargo 1 de las 100 personas encuestadas indicó que no cancelaría nada por este concepto. **(Véase gráfico 21)**

El 43% de los visitantes estaría dispuesto a cancelar 2 dólares por el alquiler de carpas y sillas; mientras que el 36% estaría dispuesto a pagar 3 dólares; y finalmente el 11% de los visitantes pagarían más de 4 dólares. Cabe recalcar que en esta pregunta no estaba contemplado el valor a pagar de menos de 2 dólares por este concepto, sin embargo el 10% de los visitantes aseguró que no estarían dispuestos a pagar los

valores propuestos en la encuesta, sino solamente el valor indicado anteriormente.

(Véase gráfico 22)

Acerca de cuánto estarían dispuestos a cancelar por *souvenir* (camisetas, gorras, termos y vasos con el logo de Piedra Larga, artesanías: cadenas, pulseras, aretes): el 47% estaría dispuesto a pagar entre 3,50 dólares y \$6; el 31% estaría dispuesto a cancelar entre \$1 y \$3; y finalmente el 22% pagaría más de \$7. **(Véase gráfico 23)**

Sobre cuánto estarían dispuestos a cancelar por accesorios de playa (protector solar, pareos, bermudas): el 48% estaría dispuesto a pagar entre \$6 y \$9; el 32% estaría dispuesto a cancelar entre \$3 y \$5; y finalmente el 20% pagaría más de \$10. **(Véase gráfico 24)**

Sobre si los visitantes estarían dispuestos a regresar a Piedra Larga, el 99% de los turistas que visitan Piedra Larga sí estarían dispuestos a regresar a esta playa; mientras que sólo 1 persona no regresaría porque no le había gustado el ruido que hacían los restaurantes al colocar música en alto volumen. Este resultado tan positivo indica que Piedra Larga tiene un excelente potencial para seguir fomentando el turismo. **(Véase gráfico 25)**

De acuerdo a los motivos por los que el visitante regresaría a visitar Piedra Larga, el 37% consideran que es una playa tranquila; el 29% considera a Piedra Larga una playa bonita y estarían dispuestos a volver para disfrutar de su belleza paisajística; el 19% de los visitantes indicó que volverían a esta playa por estar cerca de Manta, este

resultado concuerda con el número de personas que contestaron en el gráfico 4, en donde su lugar de procedencia era de dicha ciudad. El 10% dijo que estaría dispuesto a regresar porque no había mucha gente, lo que es importante conocer porque refleja que en Piedra Larga aún no se ha desarrollado un turismo de masas. Finalmente el 5% contestó que volvería a Piedra Larga por considerarla una playa amplia y limpia.

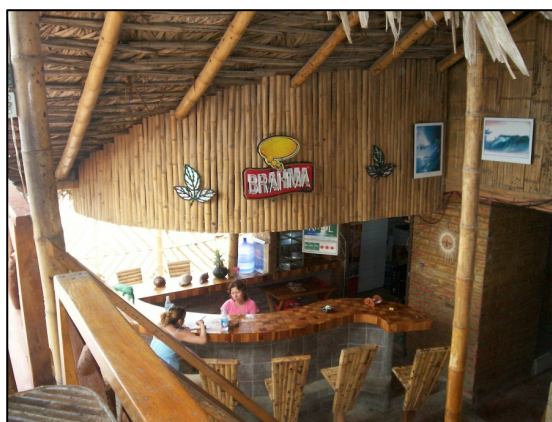
(Véase gráfico 26)

2.1.2 Análisis de la Oferta

Piedra Larga posee seis bares-restaurantes ubicados en el centro del lugar:

- Iguana bar, con capacidad para 100 personas: Cuenta con dos barras, una en la planta baja y otro en el mezanine, 20 mesas de 5 plazas cada una y un amplio patio con pista de baile decorado con bancos rústicos y hamacas. Un servicio higiénico para mujeres y otro para hombres, con lavamanos compartido. Además presta servicio de alquiler para la realización de todo tipo de eventos sociales. También ofrece variedad de bebidas y platos a base de mariscos, cuyos precios oscilan entre \$2.50 hasta \$6.00. Abierto todos los días.

Foto 7: Iguana Bar



Fuente: Grupo Piedra Larga, Marzo 2007

- Karaoke Bar Restaurant Sol Mar y Arena, con capacidad para 98 personas: Cuenta con 10 mesas de 6 plazas cada una, 6 mesas de 4 plazas cada una, y una amplia pista de baile en la parte superior con capacidad de 32 personas. Posee también un servicio higiénico, un urinario y ducha. Ofrece variedad de platos a base de mariscos. Con precios que van desde \$2.5 hasta los \$ 8. Abierto los fines de semana y feriados.

Foto 8: Karaoke Bar Restaurant Sol Mar y Arena



Fuente: Grupo Piedra Larga, Marzo 2007

- Sunset bar-restaurant, con capacidad para 100 personas: Cuenta con dos barras con capacidad de 10 plazas cada una, 10 mesas de 4 plazas cada una, 5 mesas de 8 plazas cada una, y una pista de baile. Posee dos servicios higiénicos uno de mujeres y otro de hombres. Dos veces al año organizan festivales de música electrónica y competencia de motos. Ofrece todo tipo de bebidas y deliciosos platos a la carta a base de mariscos, cuyos precios oscilan entre \$3.00 hasta \$10.00. Los cócteles tienen un precio de \$3 a \$5. Abierto de martes a domingo.

Foto 9: Sunset Bar Restaurant



Fuente: Grupo Piedra Larga, Marzo 2007

- Bar Tacuba, con capacidad para 50 personas: Cuenta con una barra con 6 plazas, 8 mesas de 4 plazas cada una, y 2 mesas de 6 plazas cada una. Cuenta con un servicio higiénico y una ducha. Ofrece platos a base mariscos con precios que van de los \$2.50 hasta las \$ 6 dólares y todo tipo de bebidas. Abierto todos los días.

Foto 10: Bar Tacuba



Fuente: Grupo Piedra Larga, Marzo 2007

- Piedra Larga Bar, con capacidad para 72 personas: Cuenta con una barra con 5 plazas, 10 mesas de 4 plazas cada una, y 4 mesas de 6 plazas cada una. Cuenta con un servicio higiénico. Ofrece diversos tipos de piqueos a base mariscos con precios que varían desde los \$2.50 hasta las \$ 6 dólares y todo tipo de bebidas soft, cócteles y alcohólicas. Abierto todos los días.

También existen cuatro quioscos de venta de bebidas ubicados a lo largo de la playa, pero solamente atienden los fines de semana y feriados.

En cuanto a hospedaje, la única hostería del lugar está ubicada en la carretera principal de Piedra Larga. Mr. Frogs ofrece 5 cabañas con capacidad para 4 personas con un precio de \$55 por noche por cabaña, y una suite matrimonial con un precio de \$65 incluido impuestos, tiene salida directa a la playa. Además posee un bar-restaurant con capacidad aproximada para 50 personas, cuenta con 10 mesas de 5 plazas cada una. Los precios de los platos oscilan entre \$4 hasta \$8. Los cócteles se

preparan con licores nacionales e importados, y cuestan de \$5 en adelante. Atiende todos los días.

Foto 11: Hostería Mr. Frogs



Fuente: Grupo Piedra Larga, Marzo 2007

2.1.2.1 Determinación de la capacidad de carga

Como un preámbulo al estudio de capacidad de carga se ha querido hacer una breve caracterización del área turística recreativa.

El Municipio de Manta tiene un catastro oficial de los restaurantes y hoteles, sin embargo solo el bar Iguana de Piedra Larga se encuentra registrado, por lo tanto los datos obtenidos han sido conseguidos en las visitas al sitio. Para alcanzar una idea de la capacidad real de visita se hizo un sondeo directo de establecimientos y plazas.

Piedra Larga tiene una extensión aproximada de 700 metros, inicia al norte con playa de Barbasquillo y al sur con San Mateo.

Actividades recreativas en la playa:

Las actividades en la playa son principalmente baños de sol y mar, recreación pasiva y caminatas. Eventualmente se organizan eventos como competencia de motos y fiestas de música electrónica.

Debido a que Piedra Larga es una playa semiurbana no cuenta con muchos prestadores de servicios recreativos.

La siguiente tabla muestra el único prestador de servicios de Piedra Larga que es el mismo dueño de un bar.

Tabla # III: Prestadores de servicios recreativos

Servicio	N° de Prestadores	N° de ítems
Renta de Parasoles	1	10 parasoles y 36 sillas

Fuente: Grupo Piedra Larga

Comercio Ambulante:

Ya que Piedra larga es una playa lejana a la zona urbana no presenta comercio ambulante, excepto en los feriados como el de carnaval, en el cual la playa se llena de este tipo de comercio y no existe regulación por parte de las autoridades. La siguiente tabla indica las temporadas y feriados más importantes de Piedra Larga.

Tabla # IV: Estacionalidad y temporadas turísticas

Temporada de la Costa	Temporada de la sierra	Feridos Importantes
Diciembre - Marzo	Julio - Septiembre	Carnaval, Semana santa, Fiestas de Manta

Fuente: Grupo Piedra Larga

Capacidad física de la playa en su zona de uso turístico actual

Piedra Larga es una playa de aproximadamente 700 metros de largo, sin embargo no toda esta área es utilizada turísticamente. En Piedra Larga los visitantes ocupan un 43% de la longitud total de la playa, siendo ésta la parte céntrica del lugar debido a que cuentan con bares y restaurantes que satisfacen parcialmente sus necesidades. En los extremos norte y sur el área de ocupación es mínima debido a la barrera natural de rocas y a la falta de servicios turísticos, respectivamente.

Capacidad de carga “Aceptable”

Fórmula usada por el Programa de Manejo de Recursos Costeros (PMRC):

Área Total = longitud x ancho + (longitud x ancho)

$$\begin{aligned}
 & \text{Zona activa} \quad \text{zona pasiva} \\
 & = (700\text{m} \times 50 \text{ m}) + (700 \text{ m} \times 6 \text{ m}) \\
 & = 35000 \text{ m}^2 / 2 + (4200 \text{ m}^2) \\
 & = 17500 \text{ m}^2 + 4200 \text{ m}^2 \\
 & = 21.700 \text{ m}^2 / 15 \text{ m}^2 \text{ por persona} \\
 & = \mathbf{1446 \text{ personas}}
 \end{aligned}$$

El área total de la playa fue el resultado de la sumatoria del área de la zona activa de playa (longitud por el ancho máximo de playa dividido para dos -bajamar y pleamar), y la zona pasiva de playa (longitud por el ancho de playa de arena seca). Lo que da un área total de 21700 m².

La superficie de ocupación sugerida por persona en el caso de Piedra Larga es de 15 m² debido a que es una playa semiurbana. Esto implica una capacidad física de aproximadamente 1446 usuarios.

Tabla # V: Cálculo de capacidad física para la zona de uso turístico actual

Largo total de la playa (m)	700
Ancho máximo (m)	50
Ancho mínimo (m)	6
Área aproximada de ocupación en zona pasiva (m ²)	4200
Área aproximada de ocupación en zona activa (m ²)	17500
Área Total de ocupación (m ²)	21700
Ocupación sugerida (m ² /pax)	15
Capacidad física de la zona de uso turístico actual (# pax)	1446

Fuente: Grupo Piedra Larga

Capacidad de Alojamiento:

Piedra Larga cuenta con una sola hostería llamada Mr. Frogs que tiene 5 cabañas con capacidad para 4 personas y una suite matrimonial para 2 personas, lo que da un total

de 22 plazas.

Ya que Piedra Larga se encuentra a 15 minutos de Manta se han tomado los datos del catastro de los establecimientos de alojamiento del Municipio Mantense (**Véase Anexo #2**) como influencia indirecta. A continuación se indica este número de establecimientos.

Tabla # VI: Establecimientos de alojamiento de Manta

Categoría	Establecimientos registrados en catastro oficial				Subtotal
	1ra	2da	3ra	4ta	
Nº de Establecimientos	12	22	36	4	74
Nº. De plazas	1081	749	1471	400	3701

Fuente: Catastro oficial de Manta al 19 De Septiembre 2006. Ministerio del Ecuador

Elaboración: Grupo Piedra Larga

Capacidad de sitios de alimentación:

Existen 470 plazas en Piedra Larga repartidas en 6 establecimientos. Las 470 plazas podrían acoger un total máximo de 940 usuarios al día considerando una permanencia media personal de 2 horas durante las 4 horas pico de demanda (12h00-16h00).

En la siguiente tabla se podrá apreciar los restaurantes registrados y no registrados en el catastro de Manta donde se encontrará el número de establecimientos y plazas existentes.

Tabla # VII: Restaurantes registrados y no registrados en catastro

	Establecimientos Registrados en catastro oficial		Establecimientos no registrados en catastro oficial	
Categoría	Tercera	Subtotal	Restaurantes	total
No. De establecimientos	1	1	5	5
No. De Plazas	100	100	370	370

Fuente: Grupo Piedra Larga

Iguana Bar es el único establecimiento registrado en el catastro oficial. A continuación se muestran los establecimientos que no se encuentran registrados, por lo tanto mediante la observación y entrevista a los dueños de los bares, se pudo describir el número de plazas de cada uno.

Tabla # VIII Restaurantes no registrados en catastro

RAZON SOCIAL	MESAS	PLAZAS
Restaurante Sol mar y arena	34	98
Sunset bar restaurante	15	100
Bar Tacuba	10	50
Mr. Frogs	10	50
Piedra Larga	14	72
Total	83	370

Fuente: Grupo Piedra Larga

Capacidad de sitios de parqueo:

Existen dos zonas de parqueo delimitadas. La primera se encuentra a orillas del mar (área 1) y la segunda es la calle transversal, en la entrada a la playa (área 2). Entre las dos existe una capacidad aproximada de 63 vehículos livianos, resultando en una capacidad de 252 personas, asumiendo una medida de 4 personas por vehículo. El parqueo existente satisface la demanda actual de Piedra Larga, sin embargo en temporadas de alta demanda este espacio no es suficiente.

*Área 1 = 300m Área de cada vehículo= 7m

Área1 = 300m / 7m → Área1 = 42 vehículos

$$*\text{Área2} = 150\text{m} \quad \text{Área de cada vehiculo} = 7\text{m}$$

$$\text{Área2} = 150\text{m} / 7\text{m}$$

$$\text{Área2} = 21 \text{ vehículos}$$

$$* \text{Área1} + \text{Área 2} = 63 \text{ vehículos}$$

Para maximizar esta zona de parqueo, se propone la construcción de separadores para que el parqueo se haga estilo "lanzadera" igual que en los centros comerciales. Si se aplica este estilo de parqueo se maximizaría el espacio para que quepan 100 vehículos en el Área 1.

$$*\text{Área1} = 300\text{m} \quad \text{Área de cada vehiculo} = 3\text{m}$$

$$\text{Área1} = 300\text{m} / 3\text{m}$$

$$\text{Área1} = 100 \text{ vehículos}$$

$$* \text{Área1} + \text{Área 2} = 121 \text{ vehículos}$$

Así, maximizando el espacio ingresarían 121 vehículos, resultando en una capacidad de 484 personas, asumiendo una medida de 4 personas por vehículo.

Capacidad de Servicios Higiénicos:

Piedra Larga no posee servicios higiénicos para uso público únicamente los de los restaurantes, sin embargo los administradores no los prestan, excepto que exista un consumo mínimo.

Existen 6 restaurantes con un total de 7 baños. Hay una capacidad de recepción de 700 usuarios al día, asumiendo la utilización aproximadamente de 100 personas por servicio higiénico al día, durante 8 horas de disponibilidad.

2.1.3 Estrategias de Comercialización

Siendo Piedra Larga una playa urbana de Manta, acoge visitantes en su mayoría locales y nacionales. Como puede observarse con el resultado de las encuestas, Piedra Larga se ha dado a conocer principalmente por el boca a boca, es decir no ha tenido promoción por parte del Municipio como otras playas urbanas, sin embargo la cercanía a Manta y la tranquilidad de sus aguas han hecho que los turistas la visiten.

Se cree importante pautar en Internet para captar la visita de turistas extranjeros, ya que las encuestas señalan que no hay ningún tipo de promoción por este medio y al visitar el destino no existió este tipo de turistas.

Así mismo, es conveniente la implementación de un logo que permita crear una identidad para Piedra Larga que transmita confianza y credibilidad en el destino, ya que es parte importante de estas estrategias de comercialización. **(Véase Anexo #3).**

Para lograr un reconocimiento por parte de los turistas y a la vez lograr un aumento en las visitas al destino se ha creído conveniente pautar en:

- Prensa escrita: Publicar diversos anuncios en los diferentes diarios de Manta, por ejemplo en el “Diario El Mercurio de Manta”, el “Diario de Manta”, así como también en revistas nacionales especializadas en turismo.
- Internet: Informar acerca de Piedra Larga en las páginas más importantes del país, tales como: www.manta.gov.ec, www.visitaecuador.com, www.viveecuador.com.
- Proporcionar todo tipo de folletería en las operadoras turísticas de Manabí y las más importantes a nivel nacional que informen sobre Piedra Larga.
- Televisión: Transmitir espacios publicitarios del lugar en las diversas estaciones televisivas de Manta.
- Asistir a las ferias turísticas locales y nacionales o establecer contacto con el Municipio Mantense para poder promocionar Piedra Larga en conjunto con Manta.

2.2 Análisis FODA del Destino

Para conocer un poco más acerca de Piedra Larga, se ha creído conveniente la realización de un análisis de todas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta actualmente y las que podrá contar el lugar.

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica estratégica, por estar cerca del sur de Manta, importante ciudad comercial y con servicios especializados, lo que favorece al proyecto por la fácil accesibilidad. • La vía de acceso está asfaltada y en muy buen estado. • Piedra larga posee una playa de aguas tranquilas, segura para los niños e ideal para la práctica de ciertos deportes acuáticos tales como: esquí acuático, bodyboard, pesca deportiva, entre otros. • Comida típica del lugar fresca y variada. • Playa siempre limpia, ya que los dueños de bares y restaurantes la mantienen así.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas prefieren playas tranquilas y sin muchos visitantes. • Creación de Ciudad del Mar (proyecto PRONOBIS) ayudará a dar estatus al área de Piedra Larga ya que dicho proyecto promete posicionarse como uno de los centros turísticos y residenciales más importantes del país debido a que contará con tecnología de punta. • PRONOBIS tiene en marcha un proyecto de malecón ecológico y espigones, con el cual pretenden recuperar la zona recreativa de la playa. • Equipamiento aquí propuesto junto con estrategias de mercadeo prometen volver a Piedra Larga una playa urbana más competitiva.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Playa de Manta tiene características semejantes a Piedra Larga, siendo la competencia. • La competencia existente tiene un mercado afianzado, lo que deja en desventaja al proyecto en cuanto al número de visitas que pueda tener el lugar. • No existe unión entre dueños de bares y restaurantes para promocionar Piedra Larga. • Falta de seguridad vehicular en el sector. • Contaminación auditiva por parte de dueños de restaurantes quienes colocan música a todo volumen.
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad Política • Falta de dinero de los visitantes para realizar alguna actividad turística, ya que los salarios de la mayoría de los ecuatorianos no les permite tener un gasto fuera de presupuesto. • Que el lugar se de a conocer de tal forma que se sature de visitantes, esto sería negativo ya que la playa no es muy extensa. • Existe robo de arena, la misma que es usada para la construcción, esto hace que se dañe el paisaje y el entorno natural. Oferta sustitutiva, llegada de un producto parecido al que se proyecta en Puerto Rico o localidades aledañas.

Fuente: Investigación Grupo Piedra Larga. Marzo, 2007.

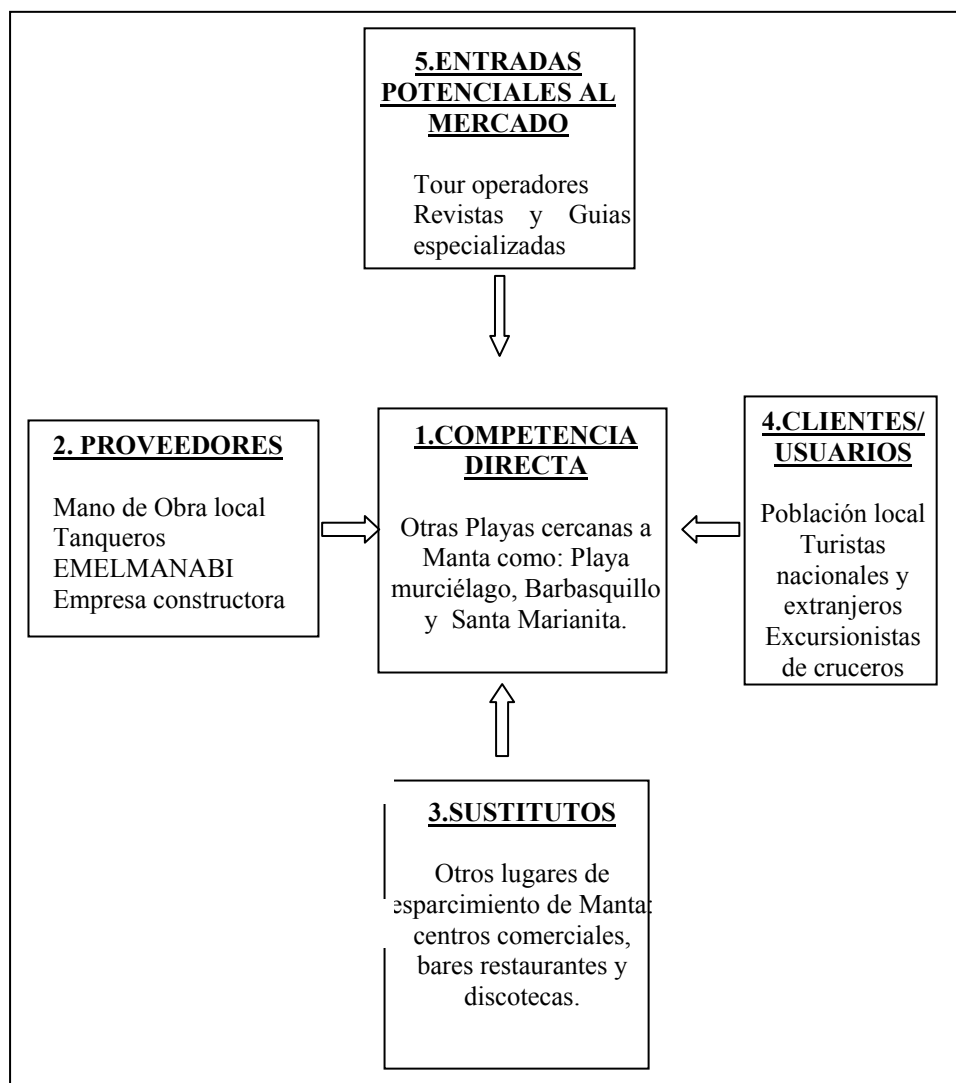
2.3 Análisis Estratégico

Mediante este análisis se pudo definir nuestros posibles competidores, productos sustitutos así como también conocer las fortalezas y debilidades de nuestro proyecto, para una vez que este sea ejecutado podemos ingresar e interactuar en el mercado de forma positiva.

2.3.1 Análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter

Para poder definir a la competencia de Piedra Larga se ha elaborado el siguiente cuadro competitivo que se basa en las cinco fuerzas de Michael Porter, quien dice que los negocios deberían responder siempre a estas cinco fuerzas: 1) la amenaza de los competidores, 2) el poder de negociación de los proveedores, 3) la amenaza de productos o servicios sustitutos, 4) el poder de negociación de los usuarios/clientes y 5) las entradas potenciales al mercado.

CUADRO COMPETITIVO DE MERCADO DE PLAYAS URBANAS DE MANTA



Fuente: Investigación Grupo Piedra Larga. Marzo, 2007.

1) La amenaza de los competidores.- Actualmente existen muchos destinos de playa que tienen similares características a los del proyecto. Los competidores serían otras playas cercanas y con cierto equipamiento turístico como: Playa Murciélago, Barbasquillo y Santa Marianita. El servicio que ofrecen estas playas es parecido, ya que aparte de que son playas urbanas, cuentan con equipamiento adecuado y poseen un número considerable del segmento de turistas.

2) El poder de negociación de los proveedores.- Se tendrá cierto poder de negociación con algunos de los proveedores debido a que existen varias ofertas para los insumos requeridos en el centro de equipamiento, los cuales serían:

- Proveedores de insumos de limpieza
- Proveedores de sillas y parasoles
- Tanqueros de agua potable

3) Amenaza de productos o servicios sustitutos.- En la ciudad de Manta existen otros tipos de recreación como por ejemplo: centros comerciales, bares, restaurantes, y discotecas.

4) Poder de negociación de los usuarios/clientes.- Los clientes tendrían un gran poder de negociación, ya que pueden exigir mejoras en los servicios que brinda el proyecto, por lo que se manejaría precios acordes al mercado, además se dependería de ellos para difundir el sitio y los servicios que ofrecerá.

5) Entradas potenciales al mercado.- Se cree necesario realizar algún tipo de convenio con las tour operadoras, revistas y guías especializadas en turismo para que se promocióne Piedra Larga, especificando que el turista podrá encontrar todas las facilidades necesarias a lo largo de la playa y en el centro de equipamiento.

2.3.2 Análisis FODA del Proyecto

También se ha realizado un análisis del centro de equipamiento “Piedra Larga” concerniente a las Fortalezas y Oportunidades que se presentan, las cuales se deben aprovechar de una manera adecuada; así como las Debilidades y Amenazas, que sin un manejo adecuado, pueden conllevar al fracaso de este proyecto.

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Único centro de equipamiento turístico del sector. • El centro de equipamiento se mantendrá siempre limpio y ordenado. • Buena ubicación geográfica, cerca del sur de Manta, importante ciudad comercial y con servicios especializados, lo que favorece al proyecto por la fácil accesibilidad. • Vía de acceso está asfaltada y en muy buen estado. • Municipio de Manta dispuesto a ejecutar el proyecto.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Llegar a todo el mercado local. • Posibilidad de dirigirse al mercado nacional. • Dará empleo a los habitantes del sector. • Posibilidad de que los estudiantes hagan sus prácticas en el lugar.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Existe cerca otro centro de equipamiento turístico. • La competencia existente tiene un mercado afianzado, lo que deja en desventaja al proyecto en cuanto al número de visitantes. • La inexperiencia de los habitantes del sector en manejar proyectos turísticos, lo que puede llevar al fracaso al centro de equipamiento.
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad Política • Que el terreno se utilice para otra actividad que no sea la de la creación del proyecto turístico. • Que los visitantes no tengan el debido cuidado al hacer uso del centro de equipamiento. • Que el lugar se de a conocer de tal forma que se sature de visitantes, esto sería negativo ya que la playa no es muy extensa. • Desastres naturales.

Fuente: Investigación Grupo Piedra Larga. Noviembre, 2007.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO Y GESTIÓN DEL PROYECTO

3.1. Análisis de las Características

La propuesta para el equipamiento turístico e infraestructura en el sector de Piedra Larga mediante la edificación del centro de equipamiento “Piedra Larga”, tiene una serie de características técnicas y organizacionales que la hacen competitiva en el medio ya que se basa en la autogestión, teniendo sobre todo criterios técnicos y ambientales que se estudian en la actualidad, buscando aprovechar esta área de manera funcional - recreativa y así lograr aportar a la sociedad civil con una propuesta que sea modelo para diversas zonas de playa con falta de equipamiento turístico.

Con la ejecución de este proyecto se prevé mejorar ciertos aspectos del lugar, tales como: la implementación de una edificación que conste con tres almacenes de artesanía, duchas, servicios higiénicos, y a su vez se ofrezca el alquiler de

carpas y sillas; la ejecución de torres salvavidas las cuales darán seguridad al bañista mientras disfruta del mar; mejorar parqueaderos distribuyendo el área de estacionamiento de cada carro para evitar aglomeraciones y desorden en el lugar; adecuar la caseta de control la cual ayudará al registro del ingreso de cada carro; reubicar los tachos de basura, esto a pesar de que Piedra Larga no sufre de problemas de contaminación y suciedad en su playa pero se considera necesario ubicar mas tachos de basura; colocar señaléticas a lo largo de la playa lo que ayudará a una mejor ubicación e información para el turista; plantear al Municipio de Manta a que incremente la cantidad de rondas policiales para mejorar la seguridad del sector; finalmente, con la creación de Ciudad del Mar dotará al sector de los servicios básicos de los que carece el lugar.

3.2. Especificaciones técnicas

Para las especificaciones técnicas del proyecto se detallará lo que se necesita para el equipamiento de la playa de Piedra Larga, que comprenderá lo siguiente: 1) edificación, 2) torres salvavidas, 3) tachos de basura, 4) caseta de control de parqueadero, 5) estacionamiento y 6) señalética.

1) Edificación.- Constará de baños, duchas y locales de artesanías. El terreno donde se construirá tendrá una extensión de 375 m². Se edificará con cemento y será recubierto de caña guadua al igual que sus ventanas que serán de aluminio y vidrio recubiertos del mismo material, el techo será revestido de cade, dando así

un ambiente similar al resto del lugar. **(Véase Anexo #4)**

Esta construcción tendrá una cisterna que almacenará 16 m³ que será abastecida por medio de tanqueros de agua, proveyendo así a la edificación. Adicional a esto se construirá 1 pozo séptico que almacenará todos los sólidos y 1 pozo de infiltración donde se prevé mitigar impactos que todo esto genere.

La edificación tendrá baterías sanitarias tanto para hombres como para mujeres. El primero constará de 3 urinarios, 3 servicios higiénicos, 3 lavamanos y 3 duchas; el segundo tendrá 3 servicios higiénicos, 5 lavamanos y 3 duchas. **(Véase Anexo # 4a)** A su vez también habrá 3 almacenes de artesanías ubicadas en la parte frontal del centro de equipamiento **(Véase Anexo # 4b)**, y 2 bodegas ubicadas en la parte posterior de los baños en las cuales almacenarán insumos de limpieza, carpas y sillas.

2) Torres salvavidas.- Se implementarán 3 torres a lo largo de la playa que serán colocadas cada 100 metros de distancia como lo indica el PMRC. Estas serán construidas de teca, se las adecuará, y su techo será recubierto de cade. **(Véase Anexo # 4c)**

3) Tachos de basura.- Se implementarán 6, estos se los colocará cada 50 metros de distancia como lo indica el PMRC, su material de construcción es de metal, la recolección de basura se la realizará diariamente.

El Anexo # 4c muestra el modelo de torre salvavidas y tacho de basura.

4) Caseta de control de parqueadero.- Será ubicada a la entrada de Piedra Larga, tendrá una dimensión de 2 m², será de cemento, con una ventana de aluminio y vidrio y una puerta, el techo será de cade. **(Véase Anexo # 4d)**

5) Estacionamiento.- Para la adecuación del mismo se delimitará la zona para cada carro, existirá una zona sólo para buses, la cual quedará al ingreso de Piedra Larga. En el lugar donde actualmente se parquean los carros, se colocarán piedras de río de mediano tamaño para delimitar el estacionamiento entre cada carro, dándole forma de lanzaderas.

6) Señalética.- Aunque no se lo presente de manera formal ni muy explicativa, se sugiere que la señalización se debe realizar con dos tipos de indicadores: a) Mapa del área y b) Letreros informativos tanto para el sector de playa, parqueo y el centro de equipamiento turístico.

a) Mapa del área: Se ubicará un mapa que indique el kilómetro en el que se encuentra Piedra Larga, la distancia con respecto a otras playas, y los atractivos cercanos.

b) Letreros informativos: En el área de playa se colocarán banderas que indiquen el estado del mar y si es apta para el bañista. En el parqueo se delimitará el área de buses y vehículos livianos. Finalmente en el área del centro de equipamiento turístico se indicará la ubicación de los servicios a ofrecer.

El **Anexo # 4e** muestra el modelo de este tipo de señalética.

3.2.1 Especificaciones Organizacionales

A pesar de que esta propuesta será manejada directamente por la Municipalidad de Manta se cree conveniente mencionar el personal necesario y las funciones que debe realizar cada uno para tener operativo el equipamiento propuesto.

El centro de equipamiento Piedra Larga tendrá un horario de atención al público de 9h00 a 17h00.

Para el mejor manejo del centro de equipamiento se sugiere que esté dividida por sus funciones en dos áreas:

- Administrativa
- Operativa

El área administrativa estaría conformada por un administrador que será la persona encargada de velar que su personal a cargo realice sus respectivas funciones, y pasará los reportes necesarios a su superior en la municipalidad, así como también de encargarse de los procesos administrativos, como son: ingresos, pago de sueldos, pago a proveedores, difusión, etc.

El perfil ocupacional será el siguiente:

- Sexo: indistinto
- Edad: de 28 años en adelante
- Dominio de inglés
- Mínimo dos años de experiencia en cargos similares

- Excelentes relaciones sociales

Los cuidadores de baños y limpieza controlarán el uso adecuado de servicios higiénicos y duchas, verificando mediante la entrega de fichas el pago de los mismos.

El perfil ocupacional será el siguiente:

- Sexo: hombre y mujer
- Edad: de 18 años en adelante
- Mínimo estudios primarios

Los salvavidas serán los encargados de velar por la seguridad y el orden de los turistas.

El perfil ocupacional será el siguiente:

- Sexo: masculino
- Edad: de 23 años en adelante
- Mínimo estudios bachiller
- Mínimo dos años de experiencia en cargos similares
- Experiencia en el trato con el público

El vigilante de parqueo controlará el ingreso de los vehículos y emitirá los tickets manuales de parqueo, también se encargará del cobro por el uso de parqueo y emitirá el respectivo informe de ingresos al administrador.

El perfil ocupacional será el siguiente:

- Sexo: masculino

- Edad: de 18 años en adelante
- Bachiller contable
- Mínimo dos años de experiencia en cargos similares
- Persona muy respetuosa

3.3. Gestión del proyecto

El proyecto será gestionado por el Municipio de Manta, ejecutado por un contratista y contará con los estudiantes de turismo como organismo de apoyo.

3.4. Estimación de Costos / Beneficios

El proyecto que se ejecutará en Piedra Larga busca como fin el bienestar social del sector, logrando así que a largo plazo sea sustentable, generando ingresos por si solo.

Tabla # IX CENTRO DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO “PIEDRA LARGA”

Propósito	Dar a conocer a Piedra Larga como un sitio turístico, generar empleos y mejorar la imagen y calidad de vida de los habitantes del sector.
Fuentes de capital	Proyecto a ejecutarse directamente por la Alcaldía de Manta, ya que Piedra Larga pertenece a una de las cinco playas urbanas de dicha ciudad.
Vida del Proyecto	Cinco años después de este lapso es preciso que se modernice de acuerdo a la demanda y exigencia que se de en ese momento.
Relación de proveedores de capital con el proyecto	Ninguna
Naturaleza de los beneficios	No monetarios, dificultad para cuantificar e igualar a términos monetarios, se verá reflejado en el desarrollo social del lugar, viendo sus resultados a largo plazo.
Beneficiarios del Proyecto	Directamente la población flotante y permanente del sector e indirectamente todos los visitantes que lleguen al lugar.

Fuente: Grupo Piedra Larga, 2007

En la tabla anterior se mostró a breve rasgos un resumen del proyecto, con la ejecución del mismo se busca mejorar la calidad del sector, llegando así a ser uno de las playas más atractivas del lugar. Para su evaluación es necesario poder definir sus costos, beneficios y contrabeneficios.

Dentro de sus costos se mostrarán los desembolsos monetarios requeridos para la ejecución de este proyecto:

- Diseño arquitectónico de instalaciones (creación de los baños, duchas, tienda de artesanías, caseta de control y torres salvavidas).
- Construcción de las instalaciones.
- Readequación de parqueadero.
- Elaboración e instalación de tachos de basura.
- Costo de operación y mantenimiento de las instalaciones.

Los beneficios serán todas las consecuencias favorables que tendrá este proyecto dentro de Piedra Larga, y estas son:

- Mejorar la imagen del sector.
- Mejorar la calidad de vida de las personas del lugar.
- Mejorar los ingresos de los negocios existentes.
- Generación de más empleo.
- Potencial para ser la playa más atractiva y cotizada de Manta.
- Ingresos por el alquiler de baños, duchas, tienda de artesanías, carpas y sillas.
- Ingresos por uso del parqueadero.

Los contrabeneficios son aquellos que representarán alguna consecuencia negativa para la población o el sector:

- Sobresaturación del sitio.
- Privatización de una parte de la playa con la construcción del proyecto Ciudad de Mar, lo afectaría a Piedra Larga y a todos los visitantes del sector.

- Desgaste de la playa y contaminación del ambiente si es que no tomar las medidas necesarias para las épocas pico.
- Al no definir claramente la prohibición de volumen de música exageradamente alto, generaría que el visitante que busca tranquilidad se perturbe y termine detestando el lugar.

3.4.1 Análisis de los costos

Para el desarrollo de este proyecto se ha contemplado varios egresos que permitan su buen funcionamiento.

Inversión Inicial y Financiamiento:

Para poner en marcha del proyecto se estima una inversión total de \$61.151,57, que es el monto requerido para la construcción y el funcionamiento (**Véase Anexo #5**).

En los **Anexos # 5a, 5b y 5c** se podrá observar la descripción de la inversión.

El financiamiento del proyecto será dado directamente por el Municipio de Manta, y también será el ente encargado de su ejecución. (**Véase Anexo #6**)

Valor Presente Neto (VAN)

Los flujos positivos o negativos de cada año se actualizan en términos de valor presente. Los resultados esperados sirven para verificar en primera instancia el valor

real de las recaudaciones anuales. Este valor se encuentra reflejado en \$26.062,52.

(Véase Anexo #7)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 10.73 %, confirma que este proyecto es rentable.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Este periodo es muy importante en la toma de decisiones para ejecutar proyectos, debido a que se mide el tiempo en el que la inversión será recuperada, mediante el flujo neto de efectivo generado por el proyecto. **(Véase Anexo #8)**

Egresos Operacionales

Aquí se reflejan todos los egresos que tendrá que afrontar mes a mes el proyecto para el buen funcionamiento del mismo.

Costos variables totales

Se encuentran dados por el alquiler de los baños, duchas, parqueaderos y el juego de de carpas y sillas. Muestran los costos trimestrales que tendrá cada uno de los ítems mencionados. **(Véase Anexo #9)**

Gastos operacionales administrativos

Se encuentra reflejado por el pago al personal administrativo que laborará dentro del lugar quienes ayudarán al momento del cobro y de atención al cliente. **(Véase Anexo #10)**

Gastos generales administrativos

Dentro del proyecto se considerarán gastos generales administrativos a la luz eléctrica, agua potable, servicio telefónico, gastos varios y suministros de limpieza. **(Véase Anexo #11)**

Pago de impuestos

Se encuentra dado por todos los impuestos que se deban de pagar demandado por el gobierno local de la ciudad de Manta. **(Véase Anexo #12)**

Gastos promocionales, ferias y congresos

Se propone participar en conjunto con la Cámara de Turismo de Manta en todas las ferias y congresos de turismo que se den a nivel nacional o internacional, para lo cual se ha previsto los valores que se detallan en el **Anexo #13**.

Ingresos Operacionales

Son los ingresos que se obtendrán por medio del alquiler de baños, duchas, parqueaderos y juego de carpas y sillas.

En **Anexo #14** se muestran los ingresos trimestrales y anuales que se tendrán durante un periodo de 5 años.

Otros Ingresos

Comprende el alquiler de las tres tiendas de artesanías que estarán ubicadas en la edificación. En **Anexo #15** se refleja el ingreso trimestral de los arriendos de los locales los cuales se propone arrendarlos en \$150.00 mensual.

Evaluación Económica

Para establecer la rentabilidad del proyecto y de sus componentes, mediante la utilización de los métodos que consideran el valor del dinero en el tiempo, se determina una tasa estimada de ganancia del 20%, pero cabe recalcar que este proyecto se caracteriza por ser un proyecto social donde sus ganancias se verán reflejadas con la sociedad. **(Véase Anexo #16)**

Estado de Resultados

En el **Anexo #17** se encuentra reflejado el estado de resultados que se tendrá durante los cinco primeros años de vida del proyecto. Como se puede apreciar no es un proyecto que de beneficios económicos en los dos primeros años, sino que recién reflejará la ganancia a partir del cuarto año y seis meses de haber sido comenzado el proyecto.

Plan de Contingencia

Para las épocas altas del año en especial para los feriados de carnaval y semana santa se prevé que el número de turistas se triplique más de lo normal, por lo cual el destino se saturaría y se generaría mayor demanda para el sitio.

Para esas fechas se propone la instalación de los baños Intaco e implementación de duchas portátiles para poder abastecer a la demanda del momento. Dicho gasto se encuentra reflejado en el cuadro Gastos Generales Administrativos, en gastos varios.

Tanto los baños como las duchas se las colocará en el área del patio (lado derecho e izquierdo interno de la edificación). Se recomienda que en temporada alta se debe duplicar el número de trabajadores para poder tener un mejor control y cuidado de las instalaciones.

Adicional a esto se propone la instalación de tachos de basura temporales para poder contrarrestar la cantidad de basura que se generaría por la gran cantidad de turistas que llegarían al sitio.

Para las torres salvavidas se debería duplicar el número de salvavidas para de esta forma poder dar mayor seguridad al bañista.

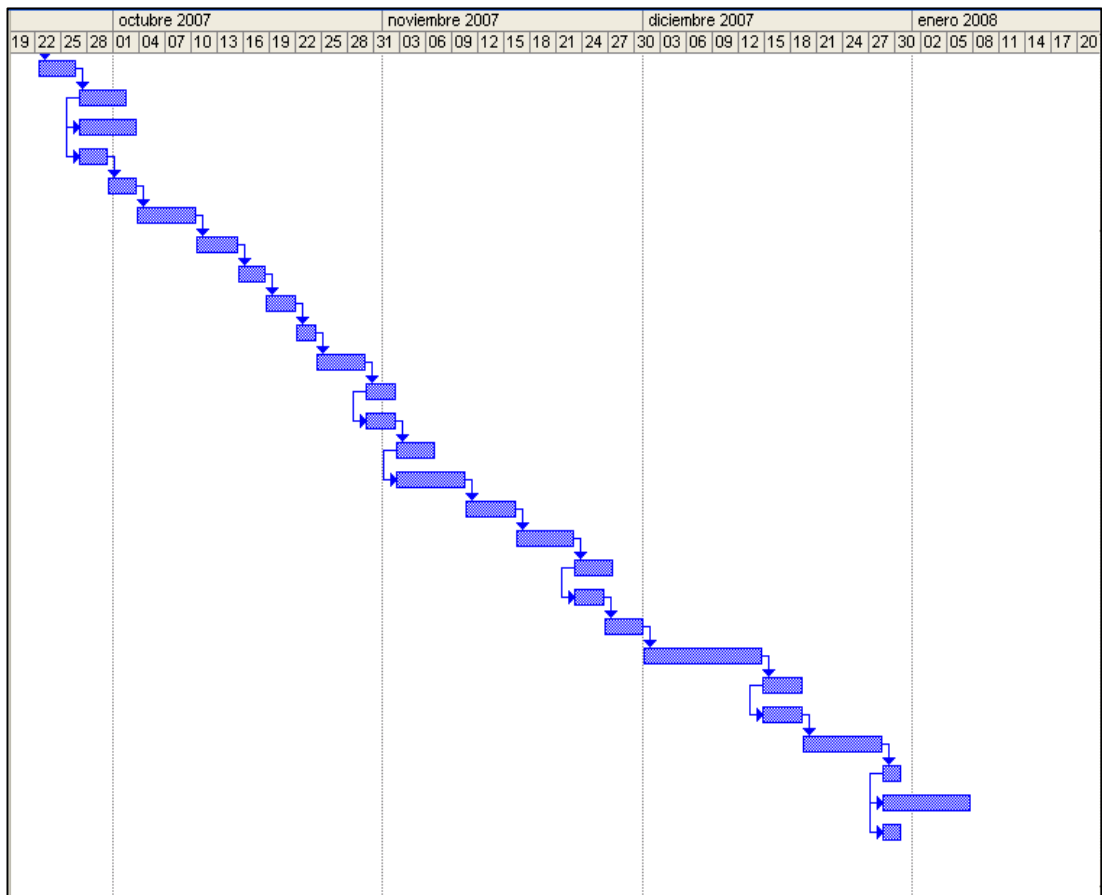
Cronograma de Ejecución:

Una vez dado la aprobación respectiva por parte del Municipio de Manta, el proyecto tendría un periodo de ejecución de 117 días, en los cuales se tendrá la edificación con

todos sus requerimientos listos.

En la gráfica adjunta se podrá observar el cronograma propuesto para la ejecución del proyecto, el cual no es fijo por lo tanto podrá se manejado y cambiado según las necesidades del ente ejecutador.

Gráfico 3: Cronograma de ejecución del proyecto



Fuente: Grupo Piedra Larga

3.4.2 Beneficios socio- ambientales

A través de los años el hombre ha utilizado desmesuradamente los recursos naturales sin pensar en las consecuencias de los mismos, siendo esta la principal causa del desgaste global actual. Mediante el presente estudio de impacto ambiental se pretende valorar los impactos supuestos al destino para así luego tomar acciones que permitan trabajar en armonía con la naturaleza, utilizando los recursos que el destino ofrece, sin malograrlo o modificarlo de una forma excesiva. De esta forma se podrá ofrecer a la comunidad y al turista un destino ambientalmente amigable, y se fomentará un turismo sostenible que asegure el bienestar de la población para el futuro.

Para identificar los impactos que generará la ejecución de este proyecto, se ha utilizado la matriz de Leopold, incluyendo recomendaciones para mitigar estos posibles impactos. **(Véase Anexo # 18)**

En la matriz, la valoración de impactos, esta referida por el signo (+) para los positivos y (-) para los negativos. La simbología ND se utiliza para aquellos Impactos No Definidos y NS para los Impactos No Significativos.

La escala a utilizarse ha sido valorada del 1 al 3, siendo 1 para los impactos menores, 2 para impactos medios, 3 para impactos altos y 0 para impactos no significativos o nulos. Se ha querido utilizar una escala menor para lograr resultados que se apeguen más a la realidad de Piedra Larga.

Se determinaron tres componentes esenciales para el análisis, siendo estos:

- Componente físico

Sus variables son: Agua, Suelos, Aire y Ruido.

- Componente biótico

Sus variables son: Flora, Fauna, Morfología y Paisaje.

- Componente Socio-económico y cultural

Sus variables son: Servicios Básicos, salud poblacional, empleo, recreación, expectativa de la población y percepción medio ambiental.

Se determinaron también seis características para los impactos siendo estas:

- Carácter

Identifica si el impacto de las variables son negativos, positivos o no significativos.

- Tipo

Indica si el impacto de las variables afecta directa o indirectamente al destino.

- Extensión

La misma que puede ser puntual (sólo los 300 mts. del área de uso recreativo de la playa), localizado (los 700 mts. de playa del área total de playa de piedra larga), y regional.

- Duración

Indica si el impacto generado es temporal o permanente.

- Reversibilidad

Indica si el impacto generado es reversible, no reversible, no definido, o no significativo.

- Recuperabilidad

Indica si el impacto generado es recuperable, no recuperable, no definido, o no significativo.

Con respecto al Componente Físico, a la variable agua, se le ha dado un carácter negativo, ya que causa gran impacto en la comunidad de Piedra Larga porque no posee tuberías, y los habitantes deben abastecerse de tanqueros. Su impacto es directo y localizado puesto que la zona afectada ha sido identificada anteriormente. Se considera que tiene una característica reversible ya que existe un proyecto para abastecer de líquido al sector mediante la construcción de un tanque elevado que se conecte a la tubería de impulsión que existe en la vía Manta-San Mateo, por este motivo se piensa que este problema de la localidad es recuperable, ya que solo se debe gestionar el apoyo municipal o mediante iniciativa privada.

En lo que a los suelos se refiere, se evidencia un carácter positivo puesto que los terrenos de Piedra Larga tienden a ganar plusvalía ya que se encuentra junto a la urbanización Ciudad del Mar de inmobiliaria PRONOBIS, proyecto que promete mejorar el sector y la infraestructura del mismo, esto será de mucho beneficio para los habitantes del sector.

La variable aire presenta un carácter no significativo ya que no existe contaminación, simplemente polvo que circula al pasar de los carros por la calle principal ya que se

encuentra lastrada, sin embargo los habitantes no se quejan de dolor nasal o garganta. En cuanto al ruido, se puede definirlo como un impacto negativo, ya que algunos bares tienen parlantes afuera de su local con un excesivo volumen lo cual molesta a ciertos turistas, sin embargo se cree que esto puede ser reversible si se impone una normativa con respecto al máximo de decibeles permitidos en el sector.

Continuando con la evaluación de los componentes bióticos, en lo que respecta a flora y fauna, se le ha dado el carácter de no significativo ya que el área de estudio es seca y con vegetación arbustiva, por lo tanto el impacto es casi nulo. Lo mismo ocurre con la fauna, ya que principalmente es acuática y aérea, por lo que no sufrirá un impacto notable, salvo durante la construcción del proyecto. En cuanto a la morfología y paisaje, se cree que el sector tendrá un impacto positivo ya que mejorará su aspecto con el equipamiento que se propone.

Con respecto al componente socio-económico y cultural, a la variable de servicios básicos se le ha dado un carácter negativo ya que estos servicios son limitados, empezando por la falta de tendido de agua, inexistencia de alcantarillado, tratamiento de aguas negras y telefonía fija. Sin embargo puede ser recuperable con gestión municipal o iniciativa privada.

La variable de salud poblacional no se verá visiblemente afectada, por tal motivo se le ha dado un carácter no significativo, ya que el proyecto tal vez traiga un poco de polvo, pero nada que afecte gravemente la salud de la población. A pesar de que no

existen centros de salud en el sector, los habitantes poseen buena salud y solo en épocas invernales sufren de enfermedades tropicales como el dengue.

En cuestiones de empleo, los habitantes de Piedra Larga se dedican a la pesca artesanal y al turismo. Hay que recordar que muchos de los habitantes de esta zona migraron desde Jaramijó y zonas rurales de Manta para dedicarse a la pesca artesanal, por este motivo se cree que este proyecto incorporará a muchas de estas personas en el crecimiento turístico de Piedra Larga, por lo tanto se considera esta variable de carácter positivo.

En cuanto a la recreación, el carácter es positivo y puntual ya que el equipamiento propuesto va a dar facilidades para que se desarrollen actividades recreativas para el turista y la población.

En lo que respecta a las expectativas de la población, este carácter es positivo ya que los pobladores están abiertos a cualquier proyecto que beneficie a Piedra Larga y les proporcione una mejor calidad de vida.

En cuanto a la percepción medio ambiental, se puede decir que tiene un carácter positivo ya que con este proyecto se pretende causar un leve impacto al ambiente, procurando no afectar la salud de la población ya que prevé utilizar materiales propios de la zona y que vayan acorde al medio.

En conclusión, es importante mencionar que los habitantes del Piedra Larga son gente muy reservada pero presta a ayudar siempre, por lo tanto se espera que este estudio de

impacto ambiental ayude a proporcionar a la comunidad de Piedra Larga un proyecto ambientalmente amigable acorde a sus necesidades y que cumpla con las expectativas creadas.

3.4.3. Beneficios Económicos

El proyecto no tiene beneficios económicos debido a que es netamente social, y su mayor beneficiario será la comunidad a mediano y largo plazo, sin embargo, como lo demuestra el estado de resultados, no existe pérdida, sino que las ganancias que generaría este centro de equipamiento, servirán para su autogestión.

3.3.4 Beneficios Sociales

Como se analizó en capítulos anteriores, el sector del turismo ocupa un lugar muy importante en la economía del país y en la actualidad se está trabajando en el desarrollo de este sector.

- Beneficio para el turista: Este proyecto ofrece un servicio completo donde los visitantes además de disfrutar de la playa, podrán encontrar un destino bien equipado con todas las facilidades para satisfacer sus necesidades.
- Beneficio para el destino: Con la ejecución del proyecto de Piedra Larga se logrará mejorar la apariencia del sector, el cual actualmente carece de determinados

elementos que ya se han mencionado a lo largo de la tesis, contribuyendo a un mejor desarrollo del lugar, logrando así captar un mayor mercado de turistas.

- Beneficio para la población: Este proyecto generará empleo a diez personas entre personal administrativo, operativo y mano de obra, mejorando así su calidad de vida.

CONCLUSIONES

Concluida esta propuesta de equipamiento turístico e infraestructura en el sector de Piedra Larga, se puede deducir que:

1. El target determinado en función del lugar de las encuestas y las características del proyecto apuntan a grupos de familias con miembros de 4 o mas personas que van en busca de un lugar tranquilo y en donde puedan encontrar todas las facilidades turísticas.
2. La ciudadanía apoya la ejecución de este tipo de propuesta, esto se lo demuestra en el estudio de mercado.
3. Desde el punto de vista social esta propuesta es positiva porque dará empleo al sector, mejorará el aspecto de la playa y atraerá al turismo.
4. Las instituciones públicas se muestran positivas ante la ejecución de esta propuesta.
5. La manera en se plantea esta propuesta, proyecta la autogestión de tal forma que no sea una carga para la Municipalidad de Manta y sea un modelo a seguir para otras playas de Manabí y el resto de la costa ecuatoriana.

RECOMENDACIONES

1. Que se tome en cuenta esta propuesta, ya que es un significativo aporte para la ciudad de Manta.
2. El Municipio de Manta debe trabajar en realzar la imagen turística de Piedra Larga.
3. Los ingresos que genere el alquiler de los servicios propuestos sean usados para el mantenimiento de los mismos de forma que el proyecto sea sustentable a través de los años.
4. No exceder la capacidad de carga turística de piedra Larga que es de 1446 personas para evitar una sobrecarga de la playa que puede traer deterioros de la misma con el paso del tiempo.
5. Se recomienda la construcción de un “Emisario submarino” (conducto para realizar vertidos de origen urbano o industrial en el mar a cierta distancia de la costa) para de esta forma evitar que el viento acarree malos olores que pueda producir la empacadora de mariscos que se encuentra cerca al destino.

6. De ejecutarse este proyecto se recomienda prestarle más atención a la deriva litoral (movimiento de partículas de agua, a lo largo de la costa, que transporta sedimentos).
7. Realizar un análisis de los impactos que tienen las corrientes litorales en el destino Piedra Larga.
8. Para prevenir daños en la estructura del centro de equipamiento debido a casos fortuitos como fuerte oleaje e inundación, se recomienda se construya sobre pilotes de un metro o metro $\frac{1}{2}$ sobre el nivel del terreno.
9. Crear un plan de contingencia en caso de desastres naturales para el destino Piedra Larga así como también implementar un servicio de asistencia médica para los visitantes y usuarios del centro de equipamiento.
10. Realizar un estudio de los beneficios y perjuicios de la construcción de espigones como método para la regeneración artificial ante la pérdida importante de arenales en el destino.
11. Realizar un convenio con la DIGMER (Dirección de la Marina Mercante) y la capitanía del Puerto, para frenar definitivamente el actual robo de arena en la

playa. Gestionar la construcción de un letrero que diga PROHIBIDO LA EXTRACCIÓN DE ARENA. Con el aval de la Capitanía del Puerto.

12. Crear un ambiente de palmeras en la playa, sembrando cocotales, los mismos que sugerimos deben regarse con el agua utilizada en las duchas (semi-tratada) del centro de equipamiento para de esta forma darle un uso sustentable a la misma.
13. Que se designe un local del centro de equipamiento para ser arrendado como ludoteca (Centro de recreo para niños donde se guardan juegos y juguetes para su uso y préstamo).
14. Se designe un mayor presupuesto al rubro de mantenimiento del centro de equipamiento ya que este posee un estilo vernáculo (caña y madera) que se deteriora con facilidad.
15. Se designe un rubro para capacitar en restauración y hostelería a los trabajadores de bares, restaurantes y centro de equipamiento de Piedra Larga.

ANEXO #1
ENCUESTA

Grupo Piedra Larga Abril de 2007	Seminario de Graduación	República del Ecuador ESPOL
---	------------------------------------	--

El presente cuestionario tiene por objeto conocer la percepción que tienen los visitantes acerca de la oferta turística de Piedra Larga.

1) Sexo:

Masculino

Femenino

2) ¿Cuál es su lugar de procedencia? _____

3) ¿Por qué medio de transporte llegó al destino?

Carro particular

Bus / camioneta

Tour

4) Edad:

Menor de 18 años

De 25 a 45 años

Más 45 años

5) ¿Cuál es su nivel de estudios?

Primaria

Secundaria

Superior

6) ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

Menos de \$250

Entre \$251 y \$350

Más de \$350

7) ¿Con quién viaje usted?

Solo

Con familiares

Con amigos

8) Si viaja acompañado, ¿con cuántas personas viaja?

1-2

3-4

Más de 5

9) ¿Es la primera vez que visita Piedra Larga?

Sí

No

10) Si ya ha visitado Piedra Larga, ¿en qué época lo hace?

Carnaval

Semana Santa

Fiestas de cantonización

Fines de semana

Otras épocas, ¿cuáles? _____

11) ¿Qué lo motivó a visitar Piedra Larga?

Probar algo nuevo

Moda

Por diversión

12) ¿Cómo se informó del lugar?

Folletos

Radio y T.V.

Internet

Sugerencia de amigos

13) ¿En qué momento del día prefiere visitar Piedra Larga?

Mañana (06h00-12h00)

Tarde (13h00-18h00)

Noche (de 19h00 en adelante)

14) ¿Cuánto gasta en el destino?

Menos de \$10

De \$10 a \$15

De \$16 a \$20

De \$21 a \$30

Mas de \$30

15) De lo que hasta el momento ha visto, ¿qué piensa que le falta a Piedra Larga para ser más atractivo turísticamente?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Duchas | <input type="checkbox"/> Torre salvavidas |
| <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos | <input type="checkbox"/> Botes de basura |
| <input type="checkbox"/> Seguridad y parqueo | <input type="checkbox"/> Alquiler de carpas y sillas |
| <input type="checkbox"/> Souvenir | <input type="checkbox"/> Accesorios de playa |
| <input type="checkbox"/> Todas las anteriores | |

16) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar si se implementaran los servicios mencionados en la pregunta anterior?

- a) Por duchas: \$0.25 \$0.50
 \$0.75 \$1
- b) SSHH: \$0.25 \$0.50
- c) Parqueo con seguridad privada: \$0.50
 \$0.75
 \$1
- d) Carpas y sillas: \$2 \$3 Más de \$4
- e) Souvenir: Entre \$1 y \$3 Entre \$3.50 y \$6 Más de \$7
- f) Accesorios de playa: Entre \$3 y \$5 Entre \$6 y \$9 Más de \$10

17) ¿Está usted dispuesto a regresar a Piedra Larga?

Sí

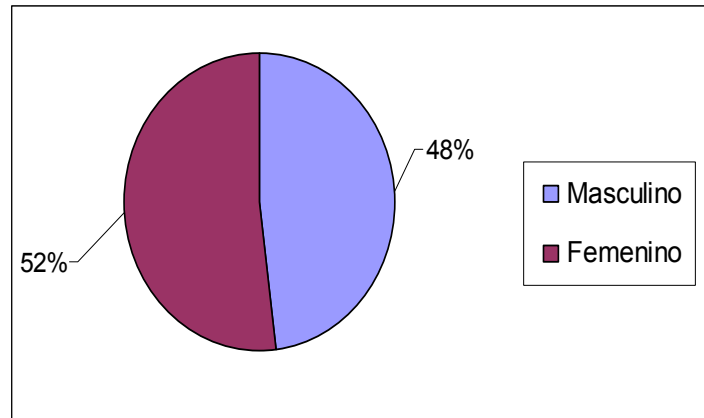
No

¿Porqué? _____

ANEXO # 1a

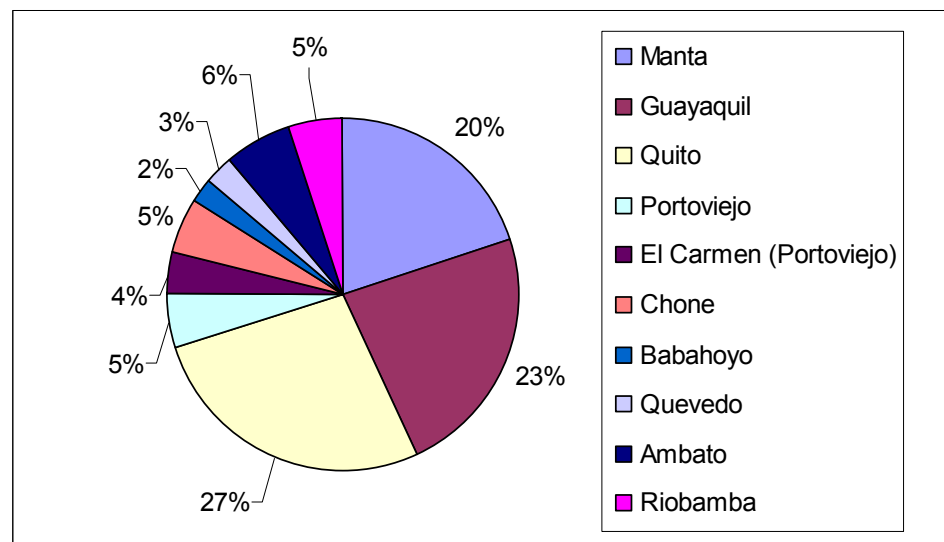
RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Gráfico 4: Porcentaje de visitantes por sexo

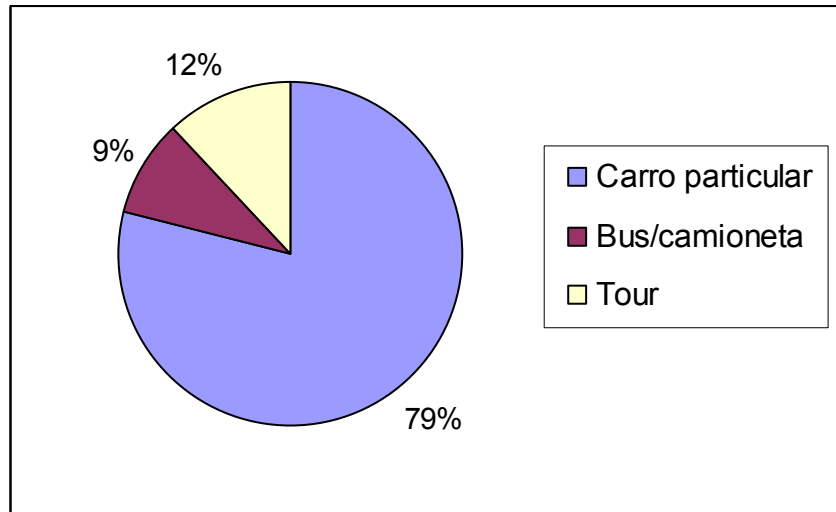


Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

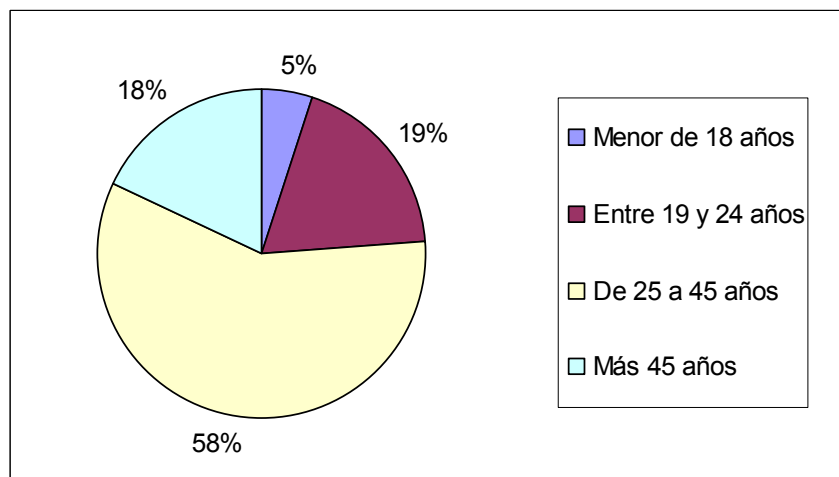
Gráfico 5: Lugar de procedencia



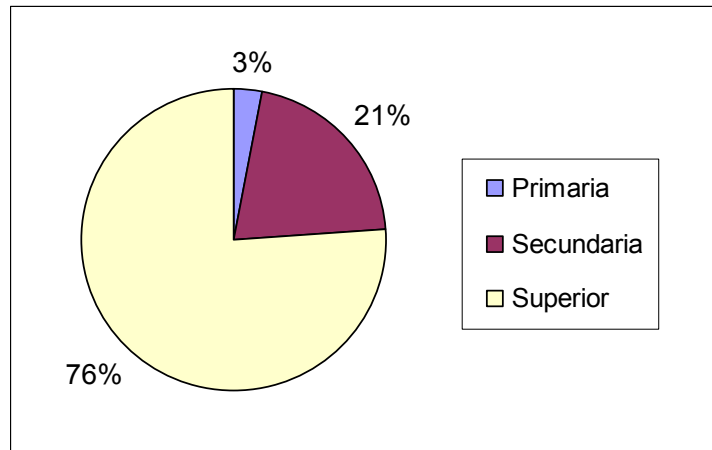
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 6: Medio de llegada al destino

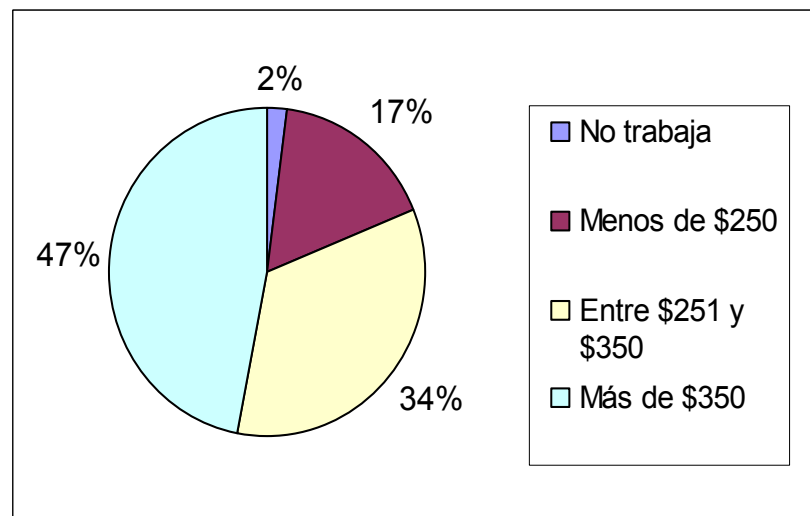
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 7: Rango de edad

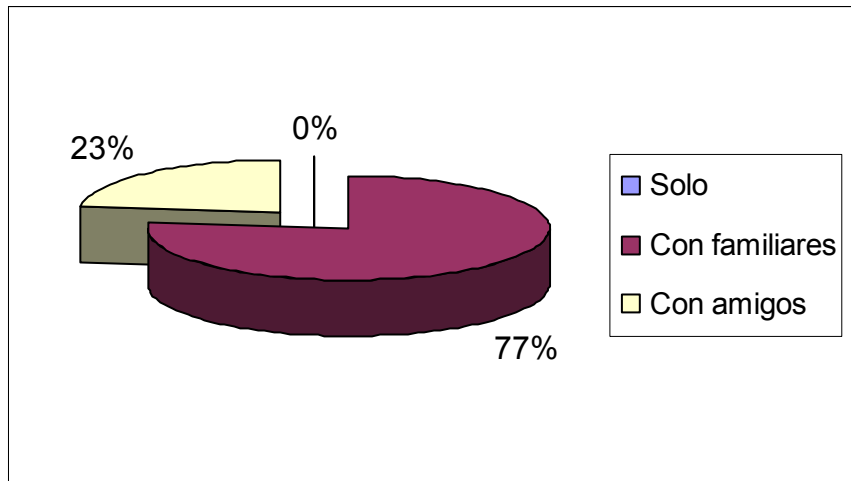
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 8: Nivel de estudios de los visitantes

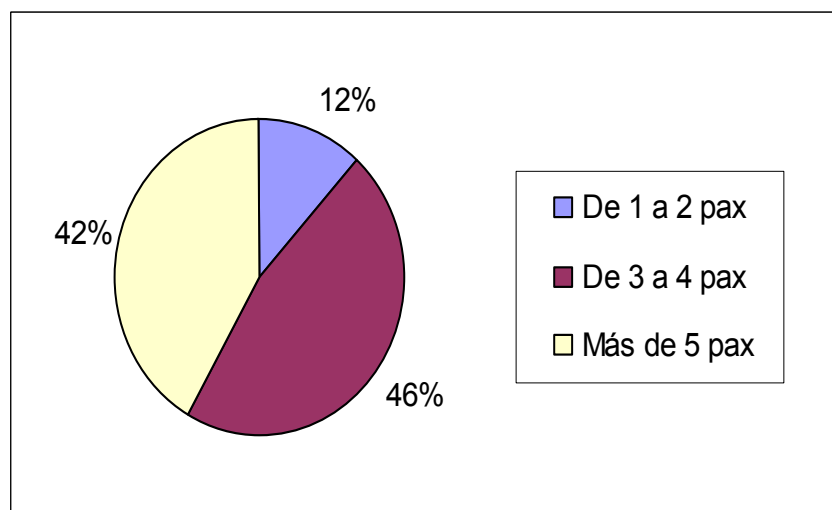
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 9: Nivel de ingresos mensuales

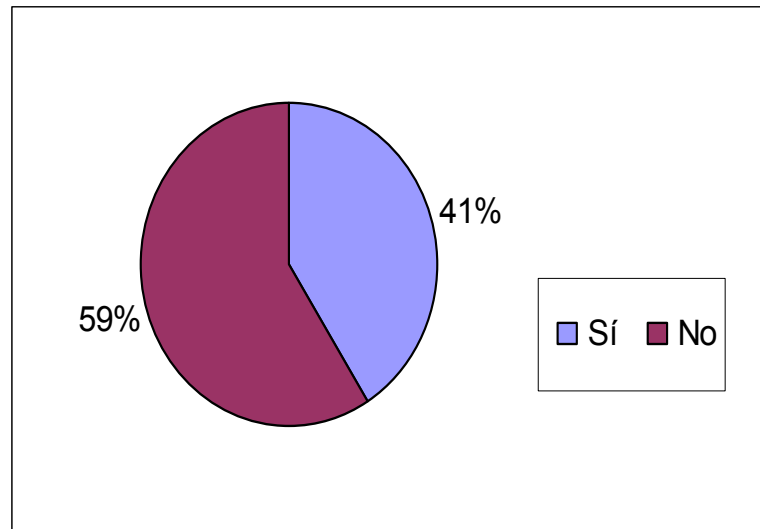
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 10: Acompañantes de los visitantes

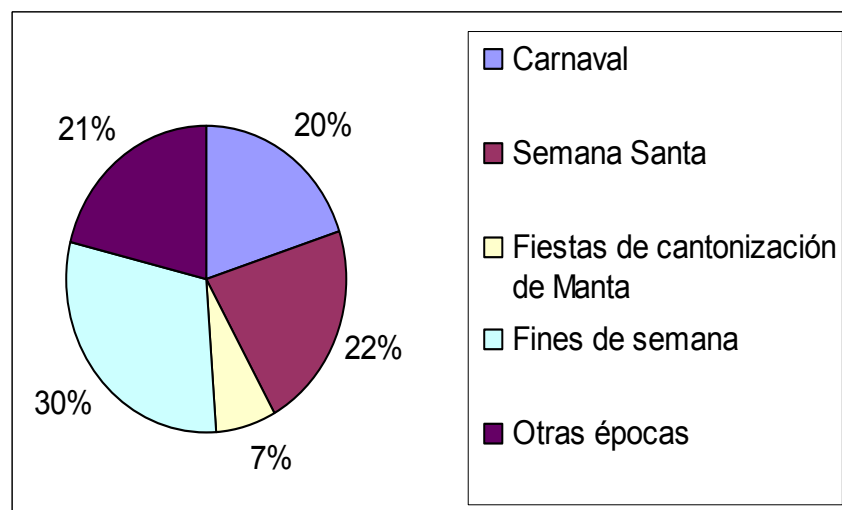
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 11: Número de acompañantes

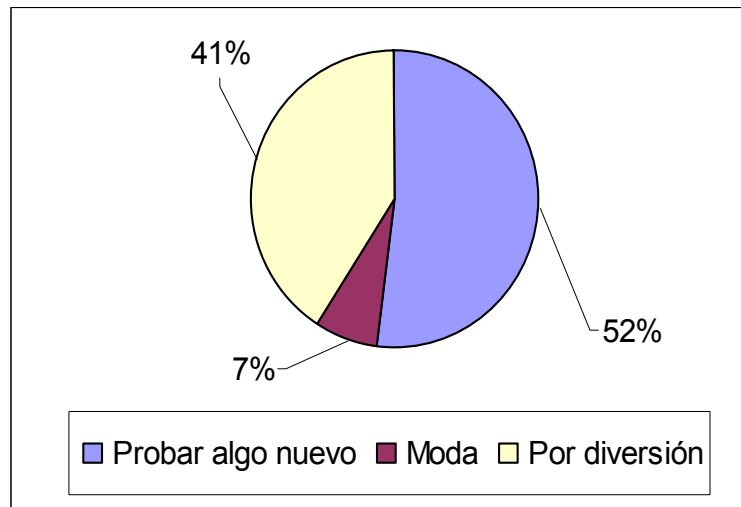
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 12: Primera visita al destino

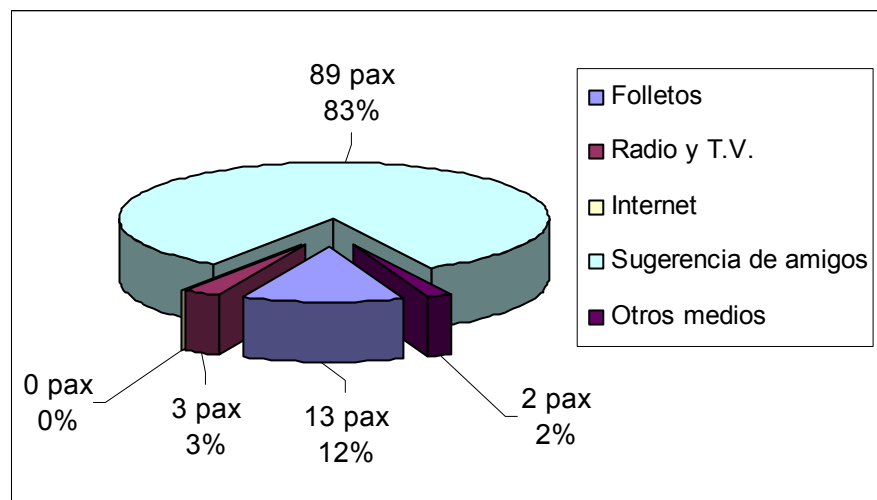
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 13: Época en la que visita el destino

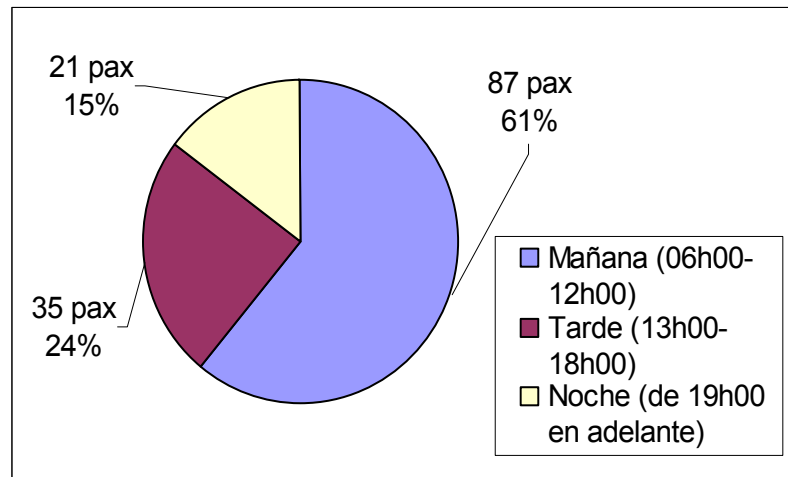
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 14: Motivo de visita

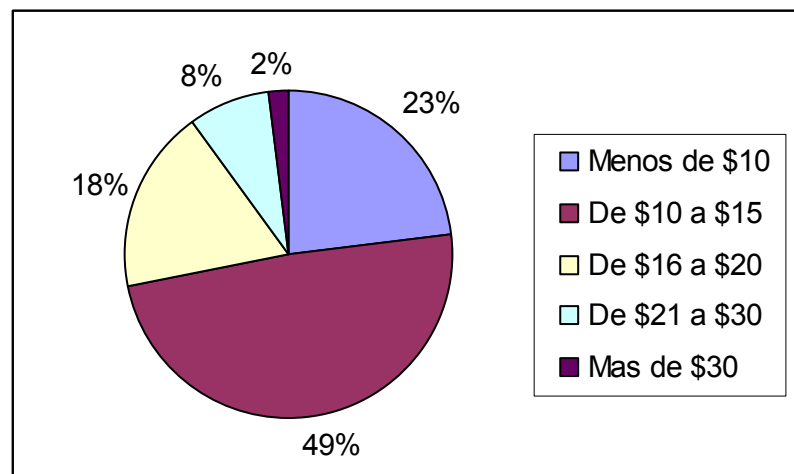
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 15: Medios informativos

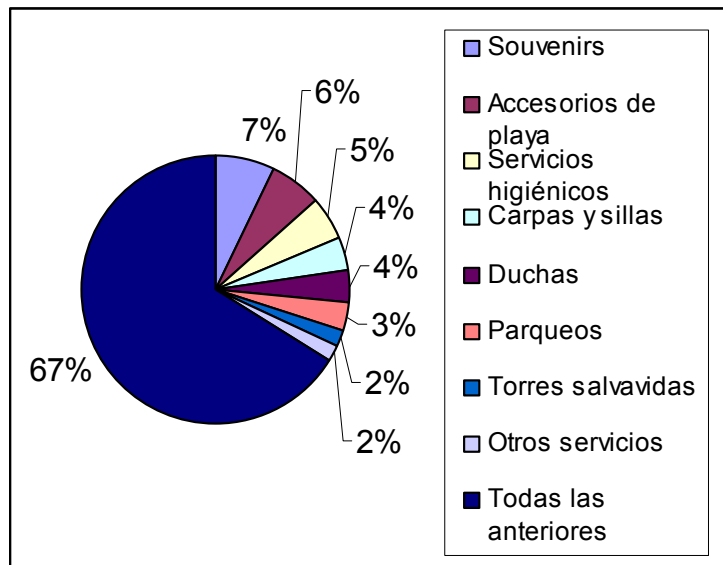
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 16: Horario de visita

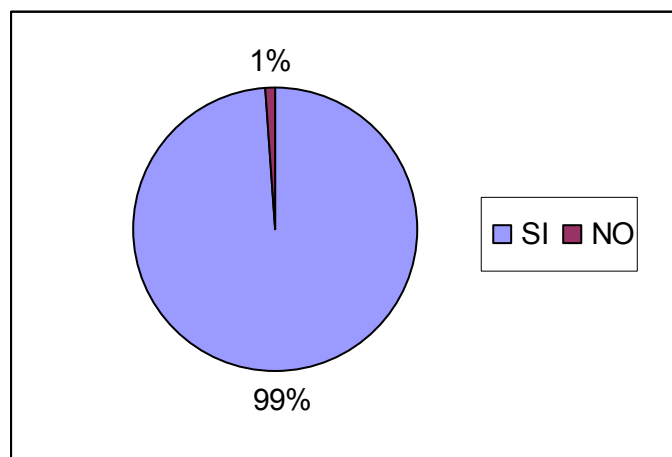
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 17: Promedio de gasto en el destino

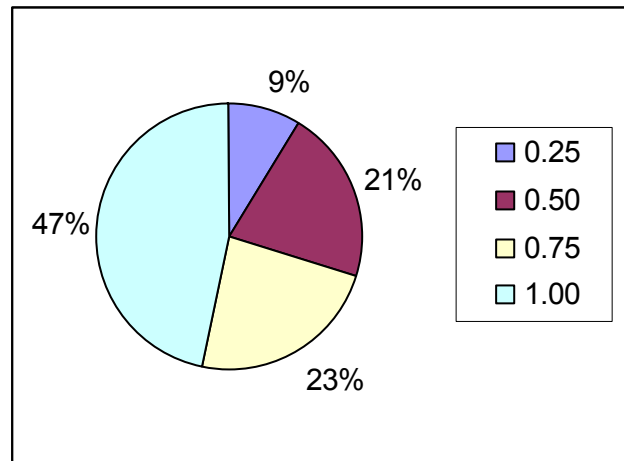
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 18: Equipamiento turístico

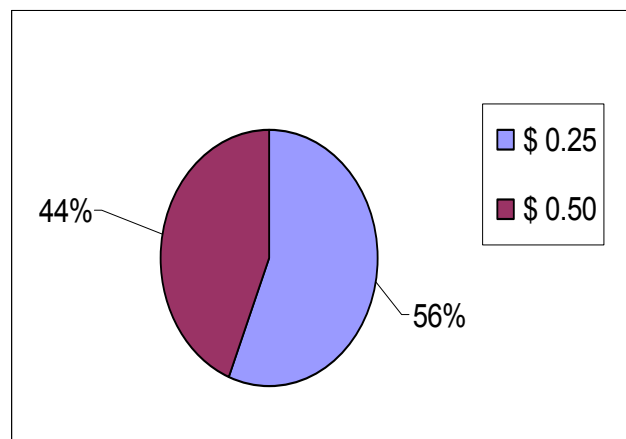
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 19: Pago por el equipamiento

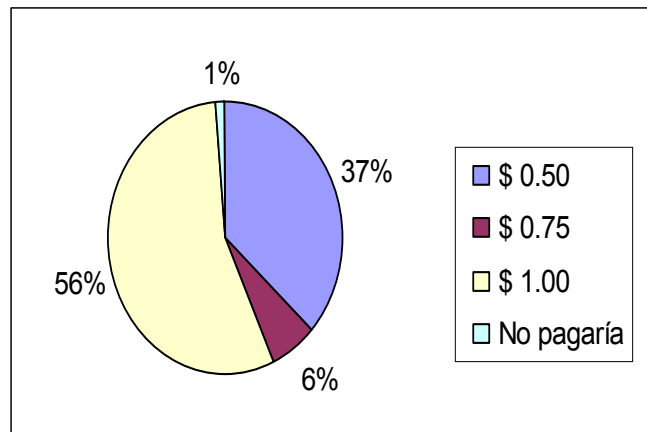
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 20: Valor a pagar por servicio de duchas

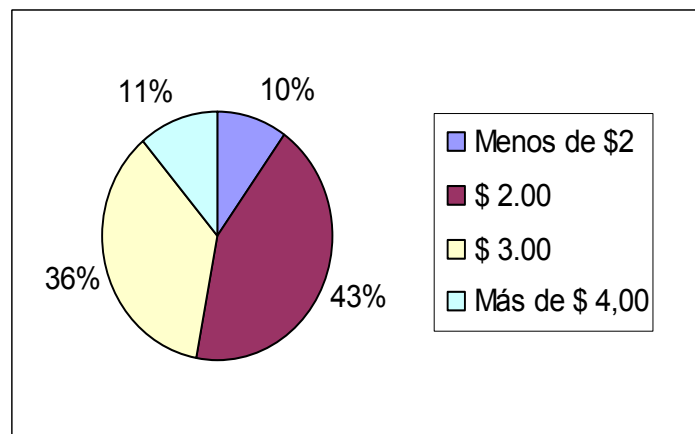
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 21: Valor a pagar por uso de servicios higiénicos

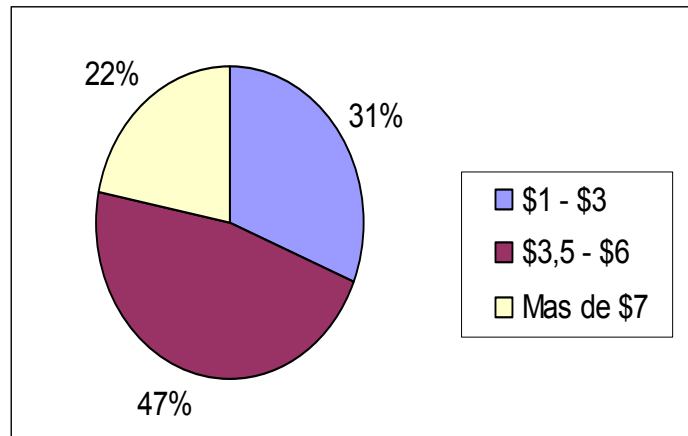
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 22: Valor a pagar por parqueos con seguridad

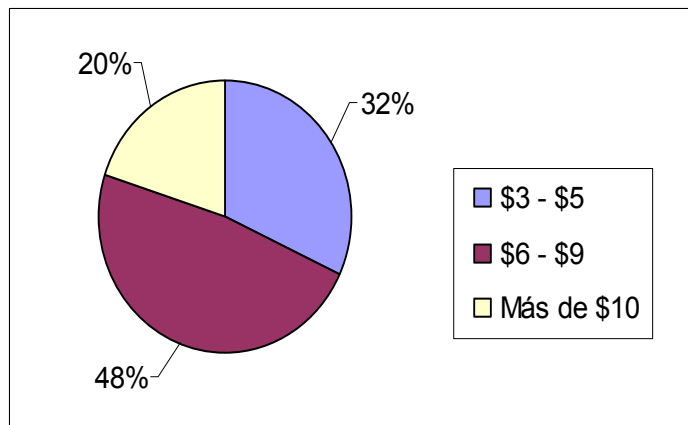
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 23: Valor a pagar por alquiler de carpas y sillas

Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

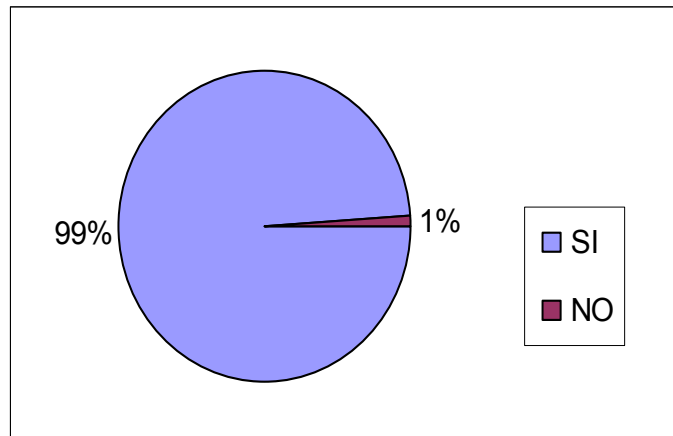
Gráfico 24: Valor a pagar por souvenir

Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 25: Valor a pagar por accesorios de playa

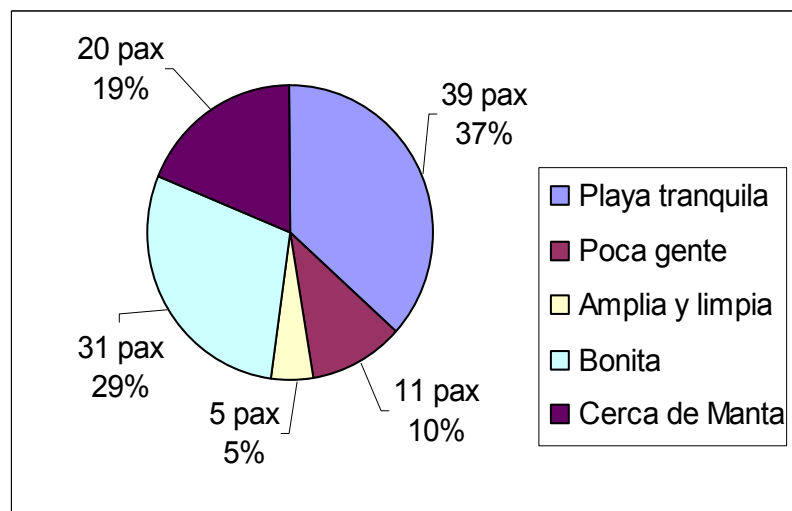
Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 26: Porcentaje de visitantes dispuestos a regresar a Piedra Larga



Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

Gráfico 27: Motivo de regreso



Fuente: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

ANEXO #2

CATASTRO DE ALOJAMIENTO DE MANTA

N°	REG.	RAZON SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCION	TIPO	CATEGORIA	HAB.	PLAZ.
56	9	AMERICANA	ESTUARDO SANTANA	AV. 106 Y CALLE 105	HOTEL	CUARTA	27	96
57	14	MIAMI	PLUTARCO BOWEN	MALECON DE TARQUI Y CALLE 108	HOTEL	CUARTA	24	71
79	31	MANTAMAR	LUIS GARCIA REYES	MALECON Y CALLE 103	HOTEL RESIDENCIA	CUARTA	18	94
80	15	PACIFICO	PEDRO VALLEJO	AV. 106 Y CALLE 101	HOTEL RESIDENCIA	CUARTA	30	139
58	1	ORO VERDE	CRISTOPHER MOREAU	MALECON Y CIRCUNVALACION	HOTEL	LUJO	60	116
13	280	VISTALMAR	HERNAN AYORA ARCOS	AVE 24 Y CALLE M-1	CABAÑA	PRIMERA	6	14
14	388	FRANCISCO	NELLY CASTRO DELGADO	AV. 24 DE MAYO Y CALLE SEGUNDA	HOSTAL	PRIMERA	13	37
15	17	MARIA JOSE	MARCOS ESPINOZA	FLAVIO REYES Y CALLE 29	HOSTAL	PRIMERA	12	23
16	352	MARINA REAL	DIEGO PALOMEQUE	AVDA FLAVIO REYES Y CALLE 33	HOSTAL	PRIMERA	9	18
59	24	BALANDRA	MARIA EUGENIA HERERA	AV. 8 Y CALLE 20	HOTEL	PRIMERA	32	105
60	230	COSTA DEL SOL	COSTA DEL SOL C.A	MALECON Y CALLE 25	HOTEL	PRIMERA	31	70
61	332	HOWARD JOHNSON	JORGE VENEGAS	VIA BARBASQUILLO	HOTEL	PRIMERA	100	350
62	2	LAS GAVIOTAS	LAS GAVIOTAS CIA LTDA.	MALECON DE TARQUI 109	HOTEL	PRIMERA	40	85
63	4	LUN FUN	SIMON WAR GUIM	AV. 11 Y CALLE 2	HOTEL	PRIMERA	44	120
64	5	MANTA IMPERIAL	ENA LOOR RIGAIL	MALECON	HOTEL	PRIMERA	50	131
76	411	TORRE SOL MANTA	OSORIO VACA EDGAR	KL. 1 1/2 VIA BARBASQUILLO	HOTEL APARTAMENTO	PRIMERA	6	12
17	210	DELFINES LOS	FERNANDO ZAMBRANO	AV. 16 CALLES 12 Y 13	HOSTAL	SEGUNDA	12	14
18	347	GOLETA	COSTAMURCIELAGO S. A.	CALLE 9 ENTRE AV. 8 Y 9	HOSTAL	SEGUNDA	27	69
19	240	HOSTAL MARIA CELESTE	RONALD BADUY CEDEÑO	AV. 113 CALLE 117	HOSTAL	SEGUNDA	8	16
20	407	MANAKIN	VERA BARCIA EDDIE	CALLE 20 AV. 12	HOSTAL	SEGUNDA	12	0

CONTINUACIÓN ANEXO #2

21	273	MANTA AEROPUERTO	MONICA CARBACA	BARRIO EL MURCIELAGO AV.M3 Y CALLE 24	HOSTAL	SEGUNDA	12	39
22	270	MAR DE ENSUEÑO	NELSON EDIS MENDOZA	VIA SAN MATEO	HOSTAL	SEGUNDA	12	22
23	254	PIAZZOLA	ALEXANDRA CHICA	VIA AEROPUERTO - LAS COLINAS	HOSTAL	SEGUNDA	9	18
24	351	PLAYA MURCIELAGO	ALAVA AVILA MERCY	BARRIO UMIÑA	HOSTAL	SEGUNDA	8	28
40	179	CHE EL	CRISTINA PINCAY MERO	BARRIO SAN AGUSTIN	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	20	40
41	435	EL FARO ESCANDINAVO	COMPAÑÍA NILSEN	SAN LORENZO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	8	16
42	20	MERCEDES LAS	MARIA FLOR CEDEÑO	AV. 109 Y CALLE 104	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	18	39
43	22	UMIÑA	PONTILLO PAOLO	AV. 12 Y CALLE 1	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	23	38
54	30	BARBASQUILLO	JORGE CISNEROS REYES	PLAYA DE BARBASQUILLO	HOSTERIA	SEGUNDA	38	32
55	300	SAN ANTONIO	ANTONIO DELGADO	VIA SAN LORENZO	HOSTERIA	SEGUNDA	16	47
65	406	CHAVEZ HOTEL	BORBOR NORMA	CALLE 106 Y AVE. 106	HOTEL	SEGUNDA	30	60
66	271	LEO	GUANOLUISA LEONIDAS	AVDA 24 DE MAYO Y AVDA 9 ESQ	HOTEL	SEGUNDA	27	103
67	8	ROCAS LAS	RAMON CEDEÑO	TARQUI	HOTEL	SEGUNDA	40	112
77	385	ALMENDROS LOS	PAULA SANTOS	AV. 22 Y CALLE 17 ESQUINA	HOTEL APARTAMENTO	SEGUNDA	11	30
78	298	ESTRELLA DE MAR	ZAMBRANO LOOR LUIS	CALLE 13 Y AVDA 7 y 8	HOTEL APARTAMENTO	SEGUNDA	6	18
82	28	OLA LA	JOSE CERVANTES	AV. 105 Y CALLE 106	PENSION	SEGUNDO	8	8
25	419	ALBATROS	PAZMIÑO SEGUNDO	CALLE 24 B E/M3 Y M4 JUNTO A LA I.P.SOCO	HOSTAL	TERCERA	15	40
26	12	ASTORIA	TACITO SABANDO	AV. 105 Y CALLE 106	HOSTAL	TERCERA	35	78
27	13	DEL MAR	GONZEMBACH GRACE	AV. 105 Y CALLE 104	HOSTAL	TERCERA	25	68
28	258	ERIKA	HAVISER CIA LTDA	AV 114 CALLE J-6	HOSTAL	TERCERA	13	0
29	344	HERMANO ZAVALA	MARIA CEDEÑO	JOCAY J-10 Y J-3	HOSTAL	TERCERA	12	16
30	439	HOSTAL SOFIA	MARIA AVILA TOMALA	CALLE UMIÑA AV. AEROPUERTO	HOSTAL	TERCERA	12	44
31	402	HOSTAL YARA MARIA	MIÑO MEJIA CARMEN	JUNTO AL COLISEO	HOSTAL	TERCERA	11	24
32	255	JIM PAR	JAIME PAREDES	AV. 107 CALLE 103	HOSTAL	TERCERA	17	35
33	266	MANTA BEACH INN	ALEGRIA CEDEÑO	VIA AL PALMAR Y CALLE	HOSTAL	TERCERA	12	40

CONTINUACIÓN ANEXO #2								
34	18	MANTAS LOS	SEGUNDO VERDESOTO	AV. 8 Y CALLE 12	HOSTAL	TERCERA	16	24
35	354	MAYITA	ORAMA QUIIJE JENNY	CALLE 102 ENTRE AVDAS 107-108	HOSTAL	TERCERA	15	0
36	371	PLAYITA MIA	PLUTARCO BOWEN	CALLE 107 AV.2	HOSTAL	TERCERA	12	55
37	265	PUERTO AZUL	ORLY LOPEZ VASQUEZ	AVDA 24 DE MAYO #942 FRENTE AL TERMINAL	HOSTAL	TERCERA	12	18
38	308	SAN LUIS	GUILLERMO ARBOLEDA	CALLE 17 Y AVDA 38	HOSTAL	TERCERA	12	36
39	299	VELAS LAS	LAURA CEDEÑO	AVDA 106 Y CALLES 101-102	HOSTAL	TERCERA	12	28
44	23	BOULEVARD #2	DIVINIA INTRIAGO	AV. 105 Y CALLE 110	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	18	39
45	198	CLARKE	DIVINA MONTEHERNOSO	AV. 108 Y CALLE 101 Y 102	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	29	43
46	425	HOSTAL DANILO	NELLY ARACELY QUIMIS	AVE. 101 Y CALLE 102	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	10	20
47	25	IDEAL	PATRICIO DELGADO	AV. 108 Y CALLE 105	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	23	49
48	26	JOCAY	MARIETA ANDINO QUEL	AV. 4 DE NOVIEMBRE Y CALLE J-8 Y	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	28	63
49	16	LOS SHYRIS	LIBIDA MEDRANDA	CALLE 115 AVENIDA 116	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	12	30
50	27	MIAMI #2	OSCAR MERA	AV. 102 Y CALLE 107	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	6	
51	88	MONTE CARLO	HRDOS. DE JOSE QU IJIJE	AV. 105 Y CALLE 105	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	5	15
52	309	ORO Y MAR	BLANCA GUANOLUISA	AVDA 24 Y CALLE 17	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	20	0
53	29	QUITO	ROSA CHAVEZ RODRIGUEZ	AV. 109 Y CALLE 104	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	20	29
68	390	AGUA BLANCA	ECN. MIGUEL OSEJOS	CALLE 105 ENTRE AVS. 106	HOTEL	TERCERA	25	84
69	257	BOULEVARD 3	DIVINA INTRIAGO	AV. 105 CALLE 103 y 104	HOTEL	TERCERA	24	0
70	379	FELIPE NAVARRETE	LUIS FELIPE NAVARRETE	AV. 109 ENTRE 102 Y 103	HOTEL	TERCERA	30	45
71	6	INCA EL	VICTOR MOLINA VARGAS	MALECON DE TARQUI Y CALLE 105 # 204	HOTEL	TERCERA	36	95
72	398	OLD NAVY	MENDOZA MACIAS MACARIO	CALLE 104 AV. 105	HOTEL	TERCERA	36	110
73	7	PANORAMA	PAQUITA ORLANDO MOREIRA	AV. 105 Y CALLE 103	HOTEL	TERCERA	38	119
74	353	SOL NACIENTE	PARRALES ALVARADO SONIA	CIUDADELA EL PALMAR	HOTEL	TERCERA	15	30
75	444	VISTA AL MAR	DE LA CRUZ CARMEN	AVENIDA 102 CALLES 107 Y 108	HOTEL	TERCERA	45	93

CONTINUACIÓN ANEXO #2								
81	11	BOULEVARD #1	DIVINA INTRIAGO SANCHEZ	AV. 105 Y CALLE 103	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	40	69
83	222	RESIDENCIAL CAPRI	EDUARDO PARRALES MERA	AV. 9 Y CALLE 8	PENSION	TERCERA	14	14
84	21	SIESTA LA	ALBERTINA CANTOS	AV. 108 Y CALLE 108	PENSION	TERCERA	10	18

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Grupo Piedra Larga, Abril 2007

ANEXO #3

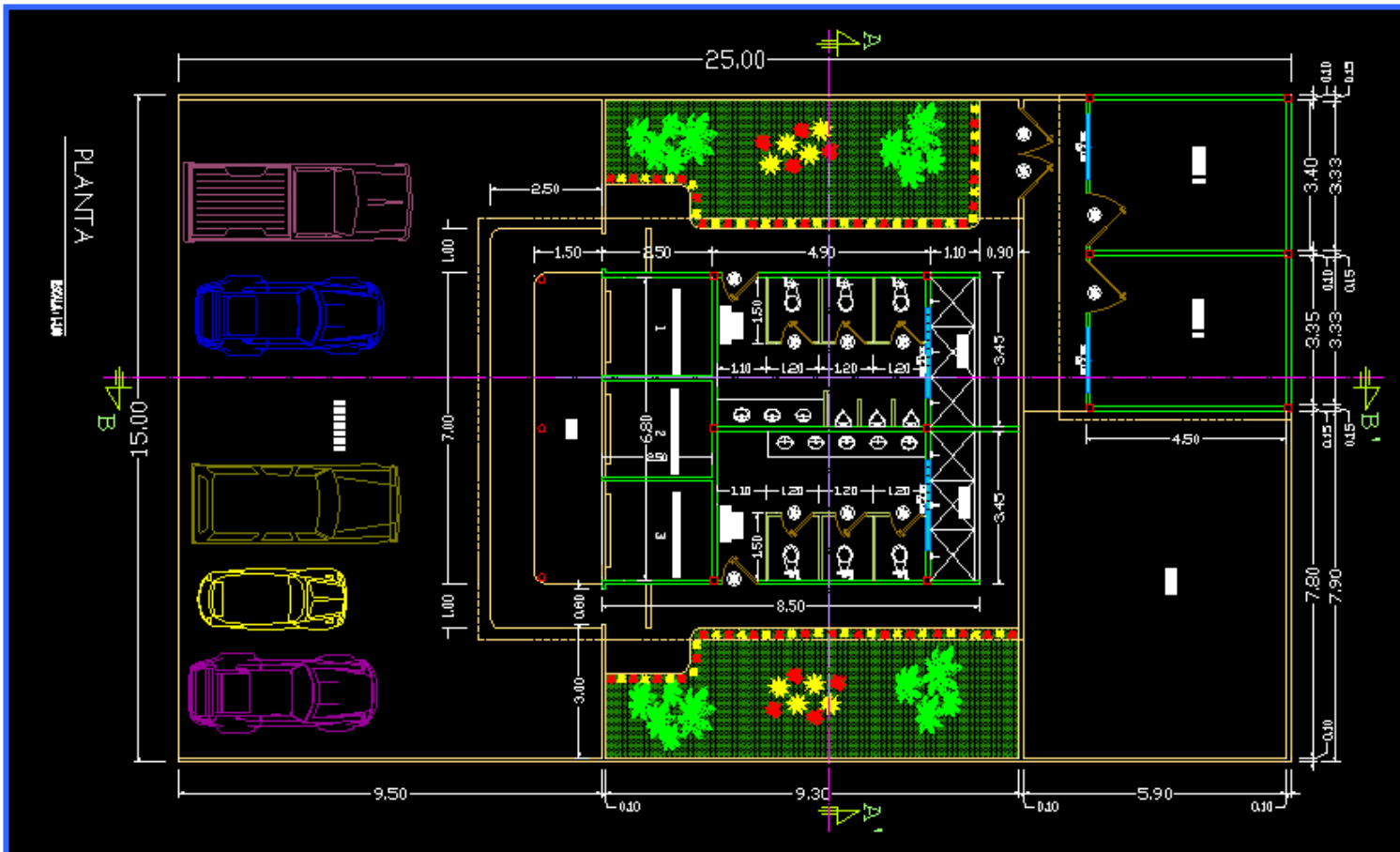
LOGO DEL CENTRO DE EQUIPAMIENTO



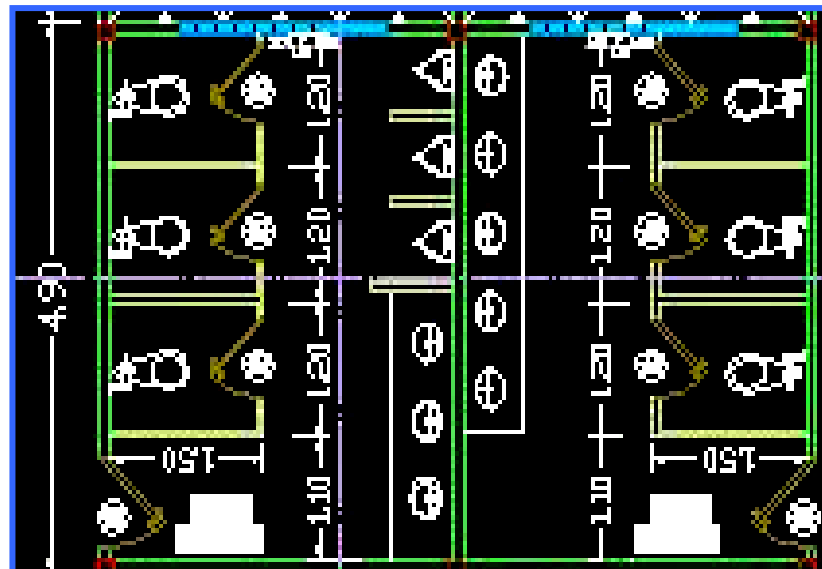
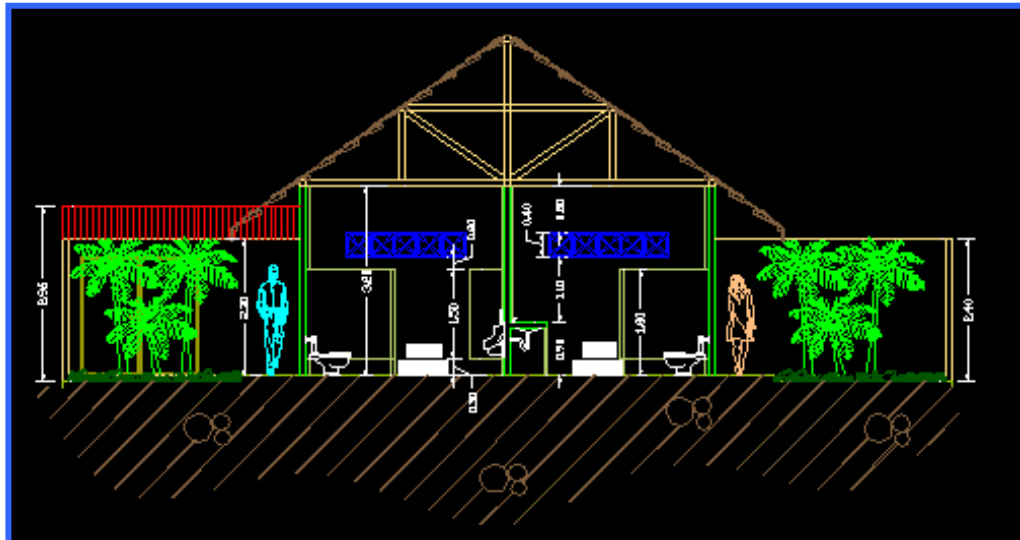
ANEXO #4

TERRENO Y DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO DE EQUIPAMIENTO





ANEXO #4a

VISTA FRONTAL Y DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS
HIGIÉNICOS

ANEXO #4b

FACHADA DE LOCALES DE ARTESANÍA



ANEXO #4c

MODELO DE TORRE SALVAVIDAS Y TACHO DE BASURA



ANEXO #4d

MODELO DE CASETA DE CONTROL DE PARQUEADERO



ANEXO #4e

MODELOS DE SEÑALÉTICAS



ANEXO #5
INVERSIÓN INICIAL

Edificación	\$58.351,57
Gastos Preoperacionales	\$ 1.700,00
Capital de Trabajo	\$1.100,00
INVERSION INICIAL	\$61.151,57

ANEXO # 5a
COSTOS DE EDIFICACIÓN

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Material y mano de obra	1	\$ 48.171,57	\$ 48.171,57
Parqueos y señaléticas	1	\$ 1.764,00	\$ 1.764,00
Juego de carpas y sillas	63	\$ 72,00	\$ 4.536,00
Caseta de control	1	\$ 2.116,00	\$ 2.116,00
Torres salvavidas	3	\$ 588,00	\$ 1.764,00
		TOTAL	\$ 58.351,57

ANEXO # 5b**GASTOS PREOPERACIONALES**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Permisos de funcionamiento	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Varios	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Legalización de contratos	1	\$ 400,00	\$ 400,00
		TOTAL	\$ 1.700,00

ANEXO # 5c**DETALLE DE INSUMOS**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Tachos de basura	7	\$100,00	\$700,00
Adecuación pluma	1	\$200,00	\$200,00
Varios	1	\$200,00	\$200,00
		TOTAL	\$1.100,00

ANEXO # 6
FINANCIAMIENTO

Financiamiento	Valor en USD	%
Préstamo Bancario	-	0%
Aporte de Municipio	<u>\$61.151,57</u>	100%
Total	\$61.151,57	100%

ANEXO # 7**VALOR ACTUAL NETO**

VALOR PRESENTE NETO	
AÑOS	VALORES
AÑO 0	-61151,57
AÑO 1	6.539,09
AÑO 2	10.934,28
AÑO 3	16.253,63
AÑO 4	22.765,62
AÑO 5	30.721,48
VAN	\$26.062,52
TIR	10,34%

ANEXO # 8**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

AÑOS	FLUJO NETO GENERADO	FLUJO ACUMULADO
0	-61151,57	-61151,57
1	6539,09	(54.612)
2	10934,28	- 43.678,20
3	16253,63	- 27.424,58
4	22765,62	- 4.658,96
5	30721,48	26.062,52

ANEXO #9

COSTOS VARIABLES

(Valores Expresados en Dólares)

SERVICIO	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de baños	314	314	314	314	1.254	379	459	555	672
Alquiler de duchas	242	242	242	242	966	1.169	1.414	1.711	2.071
Parqueadero	275	275	275	275	1.101	1.066	1.290	1.561	1.889
Juego de carpas y sillas	779	779	779	779	3.117	3.428	3.771	4.148	4.563
Total Gastos Variables	1.610	1.610	1.610	1.610	6.438	6.043	6.935	7.976	9.195

ANEXO #10

GASTOS ADMINISTRATIVOS

(Valores Expresados en Dólares)

DESGLOSE	ENE- MAR	ABR- JUN	JUL- SEP	OCT- DIC	SUB- TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	750	750	750	750	3.000	3.090	3.183	3.278	3.377
cuidador baño1	540	540	540	540	2.160	2.225	2.292	2.360	2.431
cuidador baño2	540	540	540	540	2.160	2.225	2.292	2.360	2.431
SALVAVIDAS (3)	600	600	600	600	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701
vigilante parqueo	600	600	600	600	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701
Total Gastos Administrativos	3.030	3.030	3.030	3.030	12.120	12.484	12.858	13.244	13.641

ANEXO #11

GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS

(Valores Expresados en Dólares)

DESGLOSE	ENE- MAR	ABR- JUN	JUL- SEP	OCT- DIC	SUB- TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos (Agua, Luz, etc.)	600	600	600	600	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701
Gastos varios	300	300	300	300	1.200	1.236	1.273	1.311	1.351
Suministro de limpieza	300	300	300	300	1.200	1.236	1.273	1.311	1.351
<i>Total Gastos Generales</i>	1.200	1.200	1.200	1.200	4.800	4.944	5.092	5.245	5.402

ANEXO #12
PAGO DE IMPUESTOS

(Valores Expresados en Dólares)

DESGLOSE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reg. Ministerio de Turismo	150	155	159	164	169
Afiliación Cámara de Turismo de Manta	150	155	159	164	169
Permiso Funcionamiento	150	155	159	164	169
Permiso Ministerio de Salud	50	52	53	55	56
Intendencia de Policía	50	52		55	56
<i>Total Gastos de impuestos</i>	550	567	583	601	619

ANEXO #13**GASTOS PROMOCIONALES, FERIAS Y CONGRESOS**

(Valores Expresados en Dólares)

DESGLOSE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos promocionales, ferias y congresos	500	550	605	666	732
<i>Total Gastos Promocionales, Ferias</i>	500	550	605	666	732

ANEXO #14

INGRESOS OPERACIONALES

(CANTIDAD * PRECIO)

(Valores Expresados en Dólares)

VENTAS	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de baños	338	338	338	338	1.350	1.634	1.977	2.392	2.894
Alquiler de duchas	1.350	1.350	1.350	1.350	5.400	6.534	7.906	9.566	11.575
Parqueadero	1.350	1.350	1.350	1.350	4.320	5.227	6.325	7.653	9.260
Juego de carpas y sillas	3.375	3.375	3.375	3.375	13.500	16.335	19.765	23.916	28.938
Total Ingresos Operacionales	6.413	6.413	6.413	6.413	24.570	29.730	35.973	43.527	52.668

ANEXO # 15
OTROS INGRESOS

(Valores Expresados en Dólares)

ALQUILIER DE LOCALES	ENE- MAR	ABR- JUN	JUL- SEP	OCT- DIC	SUB- TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LOCAL1	450	450	450	450	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
LOCAL2	450	450	450	450	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
LOCAL3	450	450	450	450	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
<i>Total Ingresos Operacionales</i>	<i>1.350</i>	<i>1.350</i>	<i>1.350</i>	<i>1.350</i>	<i>5.400</i>	<i>5.940</i>	<i>6.534</i>	<i>7.187</i>	<i>7.906</i>

ANEXO # 16 FLUJO DE CAJA
(Valores Expresados en Dólares)

RUBROS	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>INGRESOS OPERACIONALES</u>					
Alquiler de baños	1.350	1.634	1.977	2.392	2.894
Alquiler de duchas	5.400	6.534	7.906	9.566	11.575
Parqueadero	4.320	5.227	6.325	7.653	9.260
Set de carpas y sillas	13.500	16.335	19.765	23.916	28.938
<u>OTROS INGRESOS</u>					
LOCAL1 (alquiler)	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
LOCAL2	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
LOCAL3	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
A. TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	29.970	35.670	42.507	50.715	60.574
<u>EGRESOS OPERACIONALES</u>					
COSTOS VARIABLES TOTALES	6.438	6.043	6.935	7.976	9.195
GASTOS ADMINISTRATIVOS (personal)	12.120	12.484	12.858	13.244	13.641
GASTOS GENERALES (administrativos)	4.800	4.944	5.092	5.245	5.402
PAGO DE IMPUESTOS	550	567	583	601	619
Total Gastos Promocionales, Ferias	500	550	605	666	732
IMPREVISTOS (.005%)	123	149	180	218	263
B. TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	24.531	24.735	26.253	27.949	29.853
C. FLUJO NETO OPERACIONAL (A - B)	5.439	10.934	16.254	22.766	30.721
<u>INGRESOS NO OPERACIONALES</u>					
APORTES DE MUNICIPIO	61151,57				
PRESTAMO BANCARIO	-				
D. TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	61151,57	-	-	-	-
<u>EGRESOS NO OPERACIONALES</u>					
EDIFICACIONES	58351,57				
GASTOS PREOPERACIONALES	1.700				
E. TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	60051,57	-	-	-	-
F FLUJO NO OPERACIONAL NETO (D - E)	1.100	-	-	-	-
G FLUJO GENERADO NETO (C + F)	6.539	10.934	16.254	22.766	30.721

ANEXO # 17

ESTADO DE RESULTADOS
(Valores Expresado en Dólares)

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>INGRESOS</i>					
Ventas	24.570,00	29.729,70	35.972,94	43.527,25	52.667,98
Costos de Ventas	6.438,06	6.042,67	6.934,52	7.975,96	9.194,61
Utilidad Bruta	18.131,94	23.687,03	29.038,41	35.551,30	43.473,36
Gastos Administrativos	12.120,00	12.483,60	12.858,11	13.243,85	13.641,17
Gastos Generales	4.800,00	4.944,00	5.092,32	5.245,09	5.402,44
Impuestos de funcionamiento	550,00	566,50	583,50	601,00	619,03
Gastos promocionales, ferias,	500,00	550,00	605,00	665,50	732,05
Imprevistos	122,85	148,65	179,86	217,64	263,34
Utilidad Operativa	39,09	4.994,28	9.719,63	15.578,22	22.815,34
Gastos Financieros	-	-	-	-	-
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	39,09	4.994,28	9.719,63	15.578,22	22.815,34
25% Impuesto a la Renta	9,77	1.248,57	2.429,91	3.894,55	5.703,83
Utilidad Neta o Pérdida del Ejercicio	\$29,31	\$3.745,71	\$7.289,72	\$11.683,66	\$17.111,50

ANEXO # 18
MATRIZ DE IMPACTOS

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES (MATRIZ DE LEOPOLD)							
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROPUESTA DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO E INFRAESTRUCTURA EN PIEDRA LARGA							
Componentes Ambientales	Características del impacto						Valoración
	Carácter	Tipo	Extensión	Duración	Reversibilidad	Recuperabilidad	Magnitud
<u>Componente Físico</u>							
Agua	Negativo	Directo	Puntual	Permanente	Reversible	Recuperable	-2
Suelos	Positivo	Directo	Puntual	Temporal	Reversible	Recuperable	+3
Aire	NS	Indirecto	Localizado	Permanente	Reversible	Recuperable	0
Ruido	Negativo	Directo	Puntual	Temporal	Reversible	Recuperable	-2
<u>Componente Biótico</u>							
Flora	NS	Directo	Localizado	Temporal	ND	ND	0
Fauna	NS	Indirecto	Puntual	Temporal	Reversible	ND	0
Morfología y paisaje	Positivo	Directo	Puntual	Permanente	Reversible	Recuperable	+3
<u>Componente Socio-económico y cultural</u>							
Servicios básicos	Negativo	Directo	Puntual	Permanente	Reversible	Recuperable	-2
Salud poblacional	NS	Directo	Localizado	Temporal	Reversible	Recuperable	+2
Empleo	Positivo	Directo	Puntual	Permanente	Reversible	Recuperable	+2
Recreación	Positivo	Directo	Puntual	Permanente	Reversible	ND	+2
Expectativas de la población	Positivo	Directo	Puntual	Permanente	Reversible	ND	+3
Percepción medio ambiental	Positivo	Directo	Puntual	Permanente	ND	ND	+2
Simbología:			Total impactos negativos:	3			
ND = no definido			Total impactos positivos:	7			
NS = no significativo			Valoración impactos positivos:	17			
0:nulo 1:bajo 2:medio 3:alto			Valoración impactos negativos:	-6			