



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR  
LICENCIATURA EN TURISMO**

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
FACILITACIÓN TURÍSTICA EN EL KM. 50 VÍA A LA COSTA,  
RECINTO CERECITA”**

**TESIS DE GRADO**

**Previo a la obtención del Título:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**Presentado por:**

**Ana María Almeida Zambrano**

**Leidy Fernanda Apolo Cajamarca**

**Gissella Jovanka Zambrano Noboa**

**Guayaquil – Ecuador**

**2008**

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento primeramente a Dios, a nuestros padres por su apoyo incondicional, así como también a todas las personas, familiares, amigos y profesores, que de una u otra manera aportaron para la realización del presente documento, el cual permite la culminación de nuestros estudios universitarios.

## **DEDICATORIA**

Por su tiempo, cariño y apoyo incondicional, dedico esta tesis a mis padres, Adda y Walter, a mi esposo Alberto por su amor y comprensión. Además a todos los miembros de mi familia, en especial a mi tía Sandra por su predisposición para apoyarme en todo momento y a mis amigos por el ánimo que me brindan.

***Gissella J. Zambrano Noboa***

## **DEDICATORIA**

A mi familia por su apoyo incondicional, especialmente a mi mami Zoila y mi hermana Yhira, por ser mi fortaleza y compañía a pesar de su ausencia y a lo más bello que la vida me pudo regalar, mi hija Aleida , por ser mi motivación para alcanzar mis objetivos, y sobretodo a aquellos soñadores que persiguen sus metas hasta alcanzarlas.

***Leidy F. Apolo Cajamarca***

## **DEDICATORIA**

A todas las personas que con su apoyo formaron parte importante en el desarrollo de esta meta culminada, en especial a mi madre por su apoyo incondicional, a mi gran familia, amigos y sobretodo a Dios por ser mi guía cada día.

***Ana María Almeida Zambrano***

## **TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

---

**M.Sc. Jerry Landívar**  
**Presidente del Tribunal**

---

**M.Sc. Víctor Osorio**  
**Director de Tesis**

---

**Ing. Ecuador Marcillo**  
**Miembro Principal**

---

**M.Sc. Wilmer Carvache**  
**Miembro Principal**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

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

---

Ana María Almeida Zambrano

---

Leidy Fernanda Apolo Cajamarca

---

Gissella Jovanka Zambrano Noboa

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo principal diseñar un Centro de Facilitación Turística en el Km. 50 vía a la costa, recinto Cerecita, para contribuir con la reactivación de la demanda turística del sector. En el Capítulo 1 se detallan los aspectos generales del destino, como los históricos y socioeconómicos, información que fue útil para determinar la situación actual del recinto Cerecita. En el Capítulo 2 se realiza un análisis de las características del mercado turístico, lo que incluye la oferta y demanda existentes, que permitieron determinar el producto que el destino requiere para incursionar en el desarrollo turístico, además el análisis estratégico del mismo. El Capítulo 3 contiene el estudio técnico del proyecto y una descripción de los productos y servicios a ofrecer, además se muestra el diseño arquitectónico con su distribución y detalles del funcionamiento. El Capítulo 4 explica la estructura organizacional, así como la estrategia sugerida y otros detalles de la gestión de comercialización. Finalmente, en el Capítulo 5 se identifican los diferentes rubros necesarios en la edificación y puesta en marcha del proyecto, se describe la fuente de financiamiento y se analiza de los flujos generados con el fin de determinar el nivel de rentabilidad.



## ÍNDICE GENERAL

	<b>Página</b>
Resumen	viii
Índice General	ix
Índice de Cuadros	xiii
Índice de Figuras	xiv
Índice de Gráficos	xv
Índice de Tablas	xvi
Índice de Anexos	xvii
Introducción	18
<b>CAPITULO 1. ASPECTOS GENERALES</b>	<b>19</b>
<b>1.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS</b>	<b>20</b>
1.1.1 Ubicación y localización geográfica	20
1.1.2 Aspectos biofísicos	22
1.1.3 Flora y fauna	25
1.1.4 Población	28
<b>1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS</b>	<b>30</b>
1.2.1 Descendencia cultural	30
1.2.2 Historia del nombre	31
1.2.3 Creación del recinto	31
1.2.4 Creencias y leyendas	32
1.2.5 Hallazgos arqueológicos	33
1.2.6 Rasgos socioculturales	34
<b>1.3 ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS</b>	<b>35</b>
1.3.1 Actividades productivas actuales	36
	38

## **CAPITULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURISTICO**

<b>2.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA</b>	<b>38</b>
2.1.1 Análisis de atractivos turísticos	40
2.1.1.1 Recursos naturales	42
2.1.1.2 Recursos culturales	46
2.1.2 Análisis de la infraestructura	49
2.1.2.1 Servicios básicos	49
2.1.2.2 Vivienda	53
2.1.2.3 Educación	55
2.1.2.4 Salud	56
2.1.2.5 Vías de acceso y transporte	56
2.1.2.6 Seguridad	58
2.1.3 Análisis de la planta turística	59
2.1.3.1 Hospedaje	60
2.1.3.2 Alimentación	61
2.1.3.3 Recreación y esparcimiento	62
<b>2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA</b>	<b>63</b>
2.2.1 Metodología aplicada	65
2.2.2 Análisis de los resultados	67
2.2.3 Perfil de la demanda potencial	81
<b>2.3 ANÁLISIS FODA DEL RECINTO CERECITA</b>	<b>82</b>
<b>2.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO PROPUESTO</b>	<b>84</b>
2.4.1 Análisis del entorno competitivo	86
2.4.2 FODA del proyecto	87
	89

<b>CAPITULO 3. ESTUDIO TÉCNICO</b>	
<b>3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN</b>	89
<b>3.2 DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES Y SERVICIOS A DESARROLLAR</b>	90
3.2.1 Área A: Servicios de alimentación	91
3.2.2 Área B: Servicios auxiliares	92
<b>3.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS</b>	94
3.3.1 Materiales para la edificación	95
3.3.2 Señalización	96
3.3.3 Decoración	97
<b>3.4 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPAMIENTO A REQUERIR</b>	97
<b>3.5 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES</b>	99
3.5.1 Identificación y evaluación de impactos ambientales	99
3.5.2 Etapa de construcción	101
3.5.3 Etapa de operación	102
3.5.4 Medidas de mitigación	102
<b>CAPITULO 4.GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO</b>	104
<b>4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	104
4.1.1 Funciones de los integrantes del CFT	105
<b>4.2 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	109
4.2.1 Estrategias de venta	112
<b>4.3 PLAN DE PROMOCIÓN</b>	112
4.3.1 Publicidad	114
<b>CAPÍTULO 5. ASPECTOS FINANCIEROS</b>	117
<b>5.1. COSTOS</b>	118
<b>5.2. INVERSIONES</b>	122

<b>5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO</b>	123
<b>5.4. PROYECCIÓN DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	126
5.4.1 Indicadores financieros	128
<b>CONCLUSIONES</b>	130
<b>RECOMENDACIONES</b>	131
<b>ANEXOS</b>	132
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	156

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Página</b>
2.1 Oferta turística de Cerecita	39
2.2 Diseño del destino	85
4.1 Organigrama CFT	105
4.2 Proceso de comercialización	109

## ÍNDICE DE FIGURAS

		<b>Página</b>
1.1	Localización del recinto cercita	20
1.2	Poblaciones circundantes	21
1.3	Vendedora ambulante	36
2.1	Albarrada Grande	42
2.2	Caminos vecinales	43
2.3	Poza de la Bachalaca	44
2.4	Aguas Verdes	45
2.5	Platos típicos del sector	47
2.6	Elaboración de carbón	48
2.7	Cabañas Finca La Gloria	60
2.8	Comedor Finca La Gloria	61
2.9	Cabalgatas Finca La Gloria	62
2.10	Entrada Forestal El Castillo	63
3.1	Ubicación del CFT	90
3.2	Módulos de área A y B	91
4.1	Logotipo del CFT	115

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

		<b>Página</b>
2.1	Género	67
2.2	Edad	68
2.3	Residencia	69
2.4	Nivel de instrucción	70
2.5	Nivel de ingreso	71
2.6	Modo de viaje	72
2.7	Acompañantes	72
2.8	Conoce Cerecita	73
2.9	Época en que viaja	74
2.10	Frecuencia de parada	75
2.11	Actividad	76
2.12	Tiempo de permanencia	77
2.13	Lugar de compra	77
2.14	Gasto	78
2.15	Servicios deseados	79
2.16	Presupuesto	80
2.17	Actividades deseadas	81

## ÍNDICE DE TABLAS

		<b>Página</b>
1.1	Distancias con sitios de interés	22
1.2	Fuentes hidrográficas de Cerecita	24
1.3	Población por sexo	28
1.4	Población económicamente activa	28
1.5	Analfabetismo	29
1.6	Migración	29
2.1	Medios de abastecimiento de agua	50
2.2	Sistema de abastecimiento de agua	51
2.3	Servicio de energía eléctrica	51
2.4	Servicio de telefonía convencional	52
2.5	Medios de eliminación de basura	52
2.6	Medios de eliminación de de aguas negras	53
2.7	Paredes de exteriores de vivienda	54
2.8	Piso de vivienda	54
2.9	Techo de vivienda	54
2.10	Servicio de transporte	57
2.11	Planta turística de Cerecita	59
2.12	Datos para determinar la muestra	65
3.1	Lista de verificación	100
4.1	Distribución de material publicitario	116
5.1	Costo de obra civil	118
5.2	Gastos preoperacionales	119
5.3	Capital de trabajo en dólares	122
5.4	Inversión del proyecto en dólares	123



5,5	Financiamiento	124
5,6	Amortización del préstamo	124
5.7	Cientes promoción	125
5,8	Ingreso por ventas	126
5.9	Utilidad liquida	127
5,10	Van Tir y Prc	128

## INDICE DE ANEXOS

	<b>Página</b>
1.1 Anuario metereológico Progreso - Guayas (temperatura)	133
1.2 Anuario metereológico Progreso - Guayas (viento)	134
1.3 Población por grupos etéreos	135
1.4 Educación. Nivel de instrucción	135
1.5 Motivo de migración	135
2.1 Cuestionario	136
2.2 Estrategias FODA del proyecto	138
3.1 Diseño general del CFT	139
3.2 Matriz de Leopold modificada. Etapa de de Construcción	140
3.3 Matriz de Leopold modificada. Etapa de de Operación	141
5.1 Obra civil	142
5.2 Equipos y materiales	145
5.3 Costo de publicidad general	146
5.4 Costo de publicidad	146
5.5 Cálculo de remuneración de personal	147
5.6 Costos administrativos de personal	148
5.7 Costos de servicios básicos	149
5.8 Gastos administrativos generales	150
5.9 Costos de producción	150
5.10 Costos de insumos de limpieza	150
5.11 Costos de suministros de operación	151
5.12 Proyección de costos de suministros de operación	151
5.13 Depreciación de activos fijos	152
5.14 Proyección de precio de ventas	153
5.15 Margen de utilidad	153
5.16 Proyección de ventas	154

5.17 Proyección de estado de pérdidas y ganancias	154
5.18 Fujo de caja anual	155

## INTRODUCCIÓN

El recinto Cerecita de la provincia del Guayas, ha sido reconocido a nivel nacional, por su variada gastronomía y por su tierra fértil para el cultivo de diferentes frutas, lo que ha atraído a miles de personas a lo largo del tiempo, generando beneficios tanto para la comunidad receptora, desde el punto de vista económico y social, como para los visitantes, en su necesidad de adquirir dichos servicios. Sin embargo, a partir de la construcción de la autovía Guayaquil – Santa Elena, su actividad económica se vio afectada negativamente, provocando una disminución en la venta de sus productos y obligando a la población a buscar nuevas plazas para la comercialización de los mismos.

La información obtenida en el estudio, permitió realizar un análisis de la oferta y demanda, a partir del cual se determinó el interés por parte de los actores internos y externos, de contar con sitios que además de brindar servicios de manera organizada, ofrezcan diversas facilidades turísticas, lo que permite alcanzar la validación de la hipótesis planteada: “Si se creara un Centro de Facilitación Turística en el recinto Cerecita, vía a la costa, se podría fortalecer la demanda en el sector”.

## **CAPÍTULO 1**

### **ASPECTOS GENERALES**

Cerecita, es un recinto que pertenece al cantón de Guayaquil, provincia del Guayas. Por su ubicación, es punto de concentración de aproximadamente 15 poblaciones aledañas pertenecientes a las comunas: Bajada de Chanduy del cantón Santa Elena y Bajada de Progreso del cantón Guayaquil.

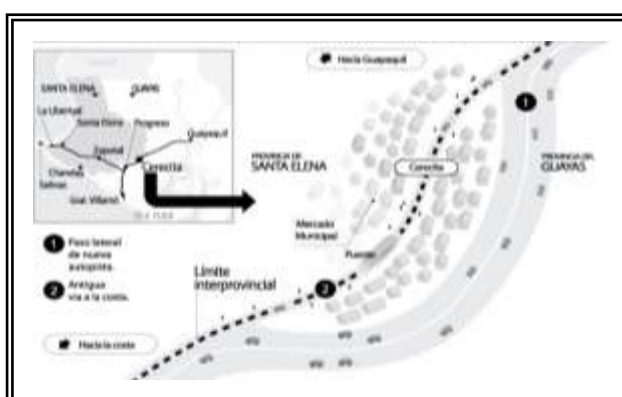
## 1.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

### 1.1.1 Ubicación y localización geográfica

La ciudad de Guayaquil está conformada por cinco parroquias rurales, entre ellas Juan Gómez Rendón, ubicada al oeste de la ciudad, en donde se encuentra el recinto Cerecita el cual forma parte de la comuna Bajada de Chanduy, tiene una superficie total de 2.455,562 km<sup>2</sup> y se divide en los recintos de: San Andrés, San Jerónimo, San José, Bajada de Chanduy, Santa Rosa, Palo Santo, Aguas Verdes, Palo Blanco, Las Juntas, Sube y Baja, Sacachún, Ciénega, Don Lucas, Pocitos, Bajada de Pobres, San Cristóbal, Mamey y Cerecita como principal punto de estudio del proyecto. El recinto Cerecita, posee una superficie aproximada de 511,9 km<sup>2</sup> y se ubica en el kilómetro 51 de la autovía Guayaquil – Santa Elena.

**Figura 1.1**

### LOCALIZACIÓN DEL RECINTO CERECITA



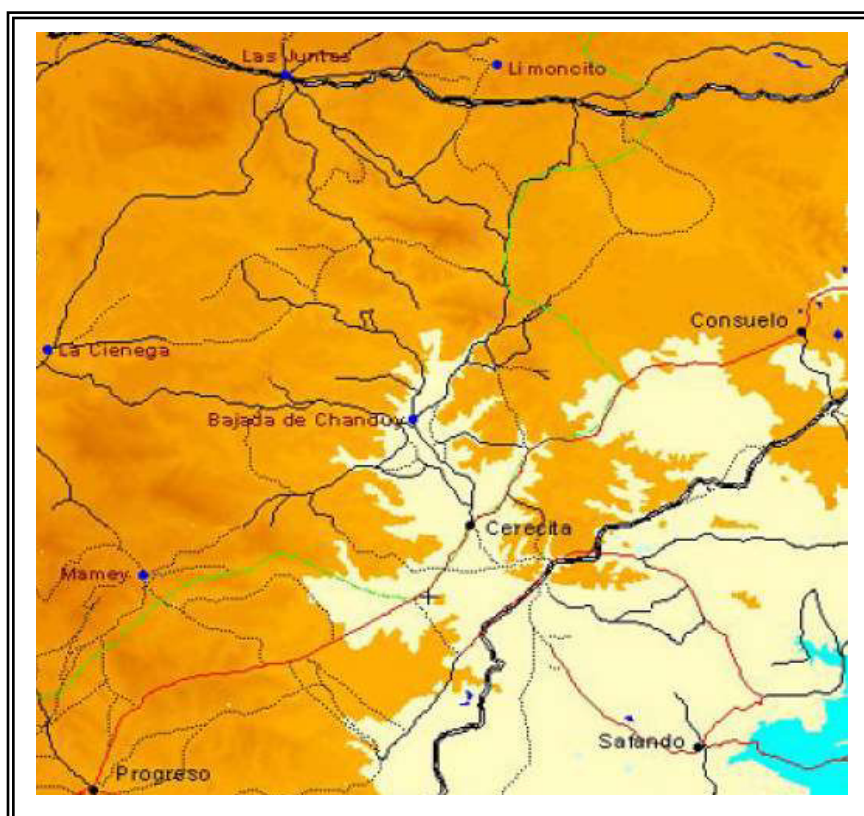
Fuente: Diario El Universo

Los límites del recinto Cerecita son: al norte, Las Juntas, al sur, San Isidro, al este, Bajada de Progreso, al oeste, Bajada de Chanduy (1). Las coordenadas geográficas del Recinto Cerecita son: Latitud: S 2° 20' / S 2° 10' y Longitud: W 80° 30' / W 80° 15' (2).

Las poblaciones que circundan el recinto Cerecita son principalmente: Las Juntas, Bajada de Chanduy, Consuelo, Safando, San Lorenzo, Progreso y Mamey.

**Figura 1.2**

**POBLACIONES CIRCUNDANTES**



Fuente: Mapas Temáticos de la Península de Santa Elena

La distancia del recinto Cerecita con las ciudades principales y otros sitios de interés se demuestra a continuación:

**Tabla 1.1**  
**DISTANCIAS CON SITIOS DE INTERÉS**

<b>SITIOS DE INTERÉS</b>	<b>DISTANCIAS</b>
Guayaquil	48 km
Chongón	26 km
Puerto Hondo	33 km
Bosque Protector Cerro Blanco	36 km
Consuelo	11 km
Finca La Gloria	1 km
San Isidro	2 km
Progreso	14 km
Baños de San Vicente	77 km
Playas	28 km
Salinas	92 km

Fuente: Elaboración tesisistas

### 1.1.2 Aspectos biofísicos

- **Clima**

Con el objetivo de establecer el clima de Cerecita, se tomó en cuenta la clasificación climática según Köppen<sup>1</sup> a partir de lo cual se define que el clima del recinto en mención corresponde al tipo estepario (BS) o semiárido, es decir, pertenece a una región donde las lluvias anuales fluctúan entre los 200 y los 400 mm. Para el análisis de los datos meteorológicos de Cerecita, se ha considerado la información del INOCAR con respecto a Progreso (2000 y

---

<sup>1</sup> Consiste en una clasificación climática mundial basada en temperaturas y precipitaciones. Creada en 1900 por el científico alemán Wladimir Peter Köppen y modificada en 1918 y 1936.



2003), debido a que su cercanía con el recinto (3). Por consiguiente; la temperatura mínima del aire a la sombra en el sector, se presenta en el mes de agosto con 23.3 °C y la máxima se da en los meses de enero y febrero con 26.6 °C; el mes con mayor precipitación, tomando datos de la temporada de invierno (diciembre a mayo), es febrero y el mes con menor precipitación, en la misma temporada, es junio. En verano (junio a noviembre), no se registró precipitación alguna. (Ver anexo 1.1).

En cuanto a la velocidad del viento, se concluye que los meses de febrero y marzo son los de menor incidencia, mientras que en septiembre aumenta considerablemente (Ver anexo 1.2).

La duración del brillo solar, conocido también como heliofanía, en el recinto Cerecita, se presentó desde las 06h26 hasta las 18h45, en el mes de enero del 2007.

- **Hidrografía**

Esta pequeña zona se considera rica en afluentes ya que en el sector convergen una gran cantidad de ríos y esteros, de los cuales sobresale el río Grande con 631 km<sup>2</sup>, desemboca en el Estero Salado, hacia el Golfo de Guayaquil. Su régimen es intermitente, por lo tanto, no existe un caudal permanente en ningún mes del año (4). Forma numerosos y amplios meandros y está moderadamente encajado, por lo que existe cierto riesgo de que se produzcan inundaciones esporádicas. Además del río Grande, el más importante dentro de Cerecita, existen otras fuentes que conforman el conjunto hidrográfico del recinto:

**Tabla 1.2**

**FUENTES HIDROGRÁFICAS DE CERECITA**

<b>RÍOS</b>	Grande, Hondo, Bachalaca, Las Juntas, de Miel, Cucharas, Jurca, Las Cañas, Carrizal, Cerecita.
<b>ESTEROS</b>	Aguas Verdes, Facundo, de Las Cañitas, Estrecho, Las Cucharas, Las Chacras, de Los Pocitos, Largo, Cordoncito, de Los Capuey, de Los Manantiales, Juan Ramírez, de Cobo, de La Línea, Bejuco, Curiquingue, La Campana, Leoncito, Hondo, La Camarona, de La Madera, Sacachún, San Juanito, Poza Seca, La Campana, Cienaguita, Albarrada Grande.

Fuente: Elaboración tesis

Otra información relevante con respecto a la hidrografía de Cerecita consta en los Mapas Temáticos de la Península de Santa Elena, donde se hace referencia a las cuencas y subcuencas que rodean al recinto. Entre ellas están: la cuenca del río Grande, subcuenca del estero Bajen (sur) y las subcuencas de los ríos Safando, Las Juntas, Culebra y Daular.

- **Orografía**

Existen varios cerros y lomas que conforman el conjunto orográfico del recinto Cerecita, tales como: cerro Tamarindo, Don Lucas, Las Negras, Chiquito, Alguacil, Barbón, Botija, de Los Barcos, Largo, entre otros. El relieve del recinto en general es irregular y recortado con ondulaciones, esto es, grandes longitudes de onda, que van desde los 10 m.s.n.m hasta 30 m.s.n.m en altitud.

Con respecto al uso potencial del suelo, Cerecita cuenta con zonas regables que son indispensables, necesarias y complementarias, es decir son las más favorables para la agricultura y también cuenta con zonas aptas para el cultivo manual y de ciclo corto durante el invierno.

### **1.1.3 Flora y fauna**

El recinto Cerecita en conjunto con las poblaciones que le rodean están influenciadas por los siguientes tipos de vegetación: Arbórea seca en Cerecita y Bajada de Chanduy; cultivos diversos en arbórea húmeda

cubriendo la superficie de Las Juntas y un pequeño sector de Cerecita; y por último se puede apreciar el tipo arbórea muy seca en los sectores de Sacachún, La Ciénega, Mamey y Safando (5).

Cerecita se encuentra dentro de la formación bosque muy seco tropical, misma que equivale a bosque Deciduo de tierras bajas. Por otra parte, es necesario considerar que el recinto y sus alrededores tienen un elevado grado de intervención antrópica, de tal manera que sus especies vegetales han sido reemplazadas por cultivos, pastos o especies pioneras (6).

Como característica general del cambio del paisaje en el recinto, la disminución de la humedad ha constituido un factor relevante para: la reducción de la tala de los árboles, el número de especies vegetales y su incremento en la caducidad de las especies de plantas, cambios en el tamaño de las hojas, paulatina desaparición de las especies arbóreas por predominio de las herbáceas, y aparición e incremento de las especies espinosas, incluyendo cactáceas. Durante la estación seca el paisaje es gris y de apariencia desolada, se observan áreas de color verde en los lugares donde crecen los cactus (4). Sin embargo, después de las primeras lluvias hay una completa transformación, y el paisaje se transforma rápidamente por el crecimiento de las hojas y la floración, esto estimula el inicio del periodo de nidificación de las aves.

Cerecita goza de una tierra fértil, por lo que su flora es muy variada y predominan especies vegetales como: cascol (*Libidibia corimbosa*), laurel (*Laurus nobilis*), guachapelí (*Albizzia guachapele*) de los que antiguamente existía una gran población. Hoy en día más que de estas especies sobresalen otras como: ceibo (*Trychistantra*), bototillo (*Borriera laevin*), guayacán (*Tabebuia crysantha*), pechiche (*Vitex gigantea*) y arbustos como el moyuyo (*Tecota atana*). Entre las especies pioneras se encontró el nigüito (*Muntingia calabura*) y la stevia (edulcorante natural).

En el recinto se cultivan diferentes frutas como: sandía, melón, papaya, guanábana, mango, piña, limón, aguacate, ciruela, badea, uva, banano, plátano y además verduras como: camote, zapallo y otras especies de ciclo corto como: maíz, tomate, pimiento, cebolla, arveja, fréjol, café, entre otras.

Específicamente del recinto Cerecita, no se ha realizado un estudio que determine, a manera de inventario, información de la fauna existente en el lugar, sin embargo se conoce que en las cercanías del principal río del recinto, existen reptiles como lagartijas y algunas serpientes, los anfibios están representados por una sola especie que es el sapo de caña (*Bufo marinus*). En lo referente a las aves que cohabitan este sector constan: zopilote de cabeza negra (*Coragyps atratus*), urraca de cola blanca (*Cyanocorax mystacalis*), pinzón carmesí (*Rhodospingus cruentus*), semillero (*Pheucticus tibialis*), caracara crestado (*Caracara plancus*) y perico cachetiguis (*Brotogeris pyrrhopterus*). Además se conoce que entre los

mamíferos se puede encontrar mono aullador (*Alouatta palliata*), venados (*Odocoileus virginianus*), tigrillos (*Leopardos pardalis*) y tejones (*Meles meles*) (7).

#### 1.1.4 Población

Cerecita tiene aproximadamente 3.400 habitantes, pero debido a no existir datos estadísticos actuales se han considerado los existentes de acuerdo a datos proporcionados por el INEC, donde Cerecita cuenta con una población total de 740 habitantes (8), distribuidos en las siguientes tablas:

**Tabla 1.3**  
**POBLACIÓN POR SEXO**

Hombre	Mujer	Total
371	369	740

Fuente: INEC, 2001

**Tabla 1.4**  
**POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

**15 a 64 años de edad**

Hombre	Mujer	Total
211	215	426

Fuente: INEC, 2001

**Tabla 1.5**  
**ANALFABETISMO**  
**(a partir de 10 años)**

Sabe leer y escribir	No sabe leer y escribir	Total pobl. a partir de 10 años
529	44	573

Fuente: INEC, 2001

**Tabla 1.6**  
**MIGRACIÓN**  
**MIGRANTES POR SEXO**

Hombre	Mujer	Total
3	5	8

Fuente: INEC, 2001

Además se obtuvo información referente a los diferentes grupos de la población, donde se encontró que los tres principales grupos están conformados por adultos, jóvenes y niños. Se puede apreciar el nivel de instrucción que consideran las edades a partir de los 5 años y demás el motivo de migración, en el que se destaca que el mayor número, lo hizo por razones de trabajo. (Ver anexos 1.3, 1.4 y 1.5).

Como dato adicional, se puede citar que en la década de los 70' y 80', debido a una fuerte sequía, se presentó un fenómeno migratorio en algunos sectores de la parroquia Juan Gómez Rendón, las personas comenzaron a emigrar a otros poblados y ciudades cercanas en busca de una mejor vida, ejemplo palpable es el sector de Pocito, ubicado aproximadamente a 10 minutos del recinto Aguas Verdes.

Pocito es llamado “pueblo fantasma”, por los habitantes de los alrededores, el apelativo se debe a que en la actualidad se muestra prácticamente deshabitado y luce descuidado. Otro caso no tan marcado, fue el de la comuna Bajada de Chanduy, en donde también se produjo un éxodo de menor magnitud ya que actualmente se puede apreciar que la población no ha disminuido a gran escala (7).

## **1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

### **1.2.1 Descendencia cultural**

El recinto Cerecita y sus alrededores fueron habitados por la cultura Huancavilca. El territorio Huancavilca principiaba en Colonche, comprendía la sección seca de la Provincia de Guayas y las orillas del golfo (9).

La presencia de los Huancavilcas fue notable en esta zona pues fue una cultura trabajadora y organizada, particularmente comerciantes y navegantes. También conocida como Manteños del Sur, fue una de las más



importantes de la provincia del Guayas, abarcando la mayor parte de su territorio e incluso sectores de la provincia de Manabí.

### **1.2.2 Historia del nombre**

La población de Cerecita, debe su nombre a que en tiempos pasados, existió una gran cantidad de árboles de cerezas, por lo cual, la gente atraída por este fruto acudía con frecuencia desde otras comunidades transportándose en asnos, los que amarraban en cerezos y después de la recolección de este fruto siempre había alguien que preguntaba donde se encontraba su asno y la respuesta siempre era: en el árbol de cerecita; poco a poco la gente se fue familiarizando con dicha respuesta y es desde entonces que el lugar es conocido con el atractivo nombre (7).

### **1.2.3 Creación del recinto**

Cerecita se creó luego del nacimiento de la comuna Bajada de Chanduy, fundada el 10 de julio de 1937, alrededor de los años 40, el recinto se fue poblando con la llegada de los habitantes de Bajada del Morro y Bajada de Chanduy, ya que en la antigüedad el ferrocarril de la costa pasaba cerca del sector. Las personas salían a la carretera para esperarlo y así, poco a poco, empezando con ramas improvisadas para cubrirse del atenuante sol y más tarde la construcción de viviendas, el sector se fue

formando hasta convertirse en un recinto con importante auge agrícola, razón por la cual, un importante número de personas, especialmente de la provincia de Manabí, comenzó a establecerse en el lugar.

#### **1.2.4 Creencias y leyendas**

Según Zevallos Menéndez, "...el habitante prehispánico de la costa del Ecuador estaba convencido de la posibilidad de otra existencia mas allá de la vida presente...". Esta creencia se registra desde los tiempos más remotos y permaneció inmutable a través de los siglos manteniéndose cada vez mas definida y complementada durante las ultimas culturas de la cuenca del Guayas y en la llamada Huancavilca. Tanto así que,

*...éste tránsito llegó a tal convencimiento que los allegados, a mas del ajuar funerario y de las mujeres predilectas del fallecido, depositaban los objetos que en vida les habían sido de mayor utilidad y por último, colocaban valores monetarios que consideraban necesarios para cubrir el costo del pasaje en su viaje a la eternidad.(10).*

Se conoce además, por parte de los moradores, que aproximadamente por el año 68 era común escuchar a lo lejos un eco del sonido de tambores, cornetas y trompetas, similares a los de una banda de pueblo. A esta leyenda se suma la aparición de presuntos fantasmas y perros, que aparecían sorpresivamente en la noche, el hecho asustaba sobre todo a los niños, cuyos padres decían que se trataba del diablo. Un dato curioso surge en la

Ciénega, donde existe una albarrada, la cual tiempo atrás servía como reservorio natural de agua pura, aquí los moradores acudían para abastecerse del vital líquido, sin embargo siempre eran vigilados por una ancianita, quien se enojaba y regañaba a las personas ingresaban, permitiéndoles que el agua solo les llegue por encima de las rodillas.

### **1.2.5 Hallazgos Arqueológicos**

Específicamente en el recinto Cerecita, no existen descubrimientos arqueológicos, sin embargo de acuerdo a referencias bibliográficas, existen hallazgos de postes totémicos<sup>2</sup> de gran valor científico y artístico en el cerro de Las Negritas, ubicado en el recinto Las Juntas, así como pequeños falos de piedra en Sacachún, donde se demuestra la influencia de la cultura Huancavilca. Se presume que los postes no eran otra cosa que falos levantados por los habitantes del lugar para realizar ceremonias con la finalidad de propiciar la fecundación de la naturaleza. Según la obra, los falos de piedra tienen esculpida al extremo una cabeza humana, y parecen haber sido usados como colgantes de collares en ciertas ceremonias.

---

<sup>2</sup> Postes de madera con figuras de hombres y mujeres desnudas, con lagartos tallados en alto relieve, ordenadas en sentido vertical y la misma disposición cubriendo los cuatro lados.

*...Es que de manera general los pueblos primitivos rinden culto al falo porque para ellos la procreación constituye una de las mayores preocupaciones. La tierra hay que hacerla mas fértil para que los cultivos rindan abundantes cosechas; que mejor cosa, pues, que enterrar falos en estos lugares.*

En conclusión, el falo representa la fertilidad, la fuerza reproductiva de la naturaleza en todos sus aspectos es por otra parte indiscutible que todas estas esculturas tienen un significado totémico<sup>3</sup>, en cuyo caso puede interpretarse que los habitantes del lugar se creyeron descendientes del lagarto, tomando en cuenta que existen 2 lagartos en la parte superior del poste los que podrían ser en la cosmogonía indígena los progenitores de los jefes de los clanes que son los que se encuentran representados en el mástil.(10).

### **1.2.6 Rasgos socioculturales**

Cerecita es un recinto lleno de gente amigable, carismática, servicial y siempre dispuesta a ayudar a los visitantes, se identifican porque luchan por sus ideales. Esta población practica la religión católica, teniendo como patrono a San Jacinto, aunque también veneran a otros santos como Santa Martha y la Virgen de la Dolorosa y cuenta con varias tradiciones que se hacen presentes en sus fiestas populares entre las cuales se pueden

---

<sup>3</sup> Totemismo es un concepto antropológico que designa una relación metafísica entre un hombre o un grupo de hombres con un animal, un vegetal o incluso un objeto.

mencionar la feria de la ciruela el 1 y 2 de noviembre, con el propósito de rendir tributo al fruto que por su abundancia sustenta en gran parte la economía de los habitantes del sector. Así también el 2 de noviembre, en memoria de los difuntos, los habitantes visitan las tumbas de sus deudos y cierran el año reunidos en familia para la cena en la temporada navideña (7).

### **1.3 ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS**

El recinto Cerecita se ha caracterizado por su capacidad productiva, en especial por la agricultura y el comercio que desde su creación han perdurado con gran ahínco hasta la actualidad. Pero además de estas importantes actividades existen ciertos grupos orientados a la prestación de servicios relacionados con la alimentación y otros.

Este recinto, al que las humitas convirtieron en parada obligatoria para sus visitantes, cambió su panorama tras la inauguración de la autovía que lleva a la Península de Santa Elena, debido a que los vehículos dejaron de transitar por la vía principal del poblado, hecho que repercutió en sus ventas. Desde entonces los moradores han comenzado a buscar nuevas alternativas para obtener los suficientes ingresos económicos que les permita cubrir sus necesidades.

---

Figura 1.3

**VENDEDORA AMBULANTE**

Fuente: Jorge Guzmán, Diario El Universo

Tal es así, que en la actualidad los vendedores se transportan en camioneta a los cantones Gral. José de Villamil y Guayaquil, así como fincas cercanas e incluso improvisan puntos de venta en los bordes de la autovía para ofrecer sus productos y evitar que se echen a perder. Además de estas actividades, un importante número de la población busca fuentes de empleo en la ciudad de Guayaquil, en oficios como: lavandería, preparación de alimentos carpintería y albañilería.

**1.3.1 Actividades productivas actuales****▪ Comercio**

La principal actividad comercial está relacionada con la venta permanente de frutas tanto al por mayor y menor. Existen otras actividades vinculadas a la

alimentación, como es el caso de los restaurantes y bares, además de tiendas, farmacias y venta ambulante en los medios de transporte.

- **Agricultura**

Gracias a la calidad de la tierra, la existencia del canal de riego de la CEDEGE y la experiencia de sus pobladores en lo referente a cultivos, las actividades agrícolas constituyen el principal rubro económico productivo del recinto Cerecita, así como también de los sectores que conforman el área de influencia. La producción de frutas, hortalizas y café, la generan algunos pobladores oriundos de la zona que han llegado a tener sus propias fincas en base a su dedicación y arduo trabajo, las mismas que hoy les proveen de gran variedad de productos que son expendidos tanto internamente como en los sectores aledaños (Guayaquil, km. 26, entre otros).

- **Servicios**

En el recinto en mención se han desarrollado varios tipos de servicios, algunos de ellos, técnicos, vinculados al transporte como: mecánica automotriz, electromecánica, vulcanizadotas y otros significativos también, son los de salud, los que aportan con el bienestar de la población a través de varios profesionales, un policlínico, consultorios de medicina general y odontología algunos de ellos oriundos del sector (11).

## CAPÍTULO 2

### CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

#### 2.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

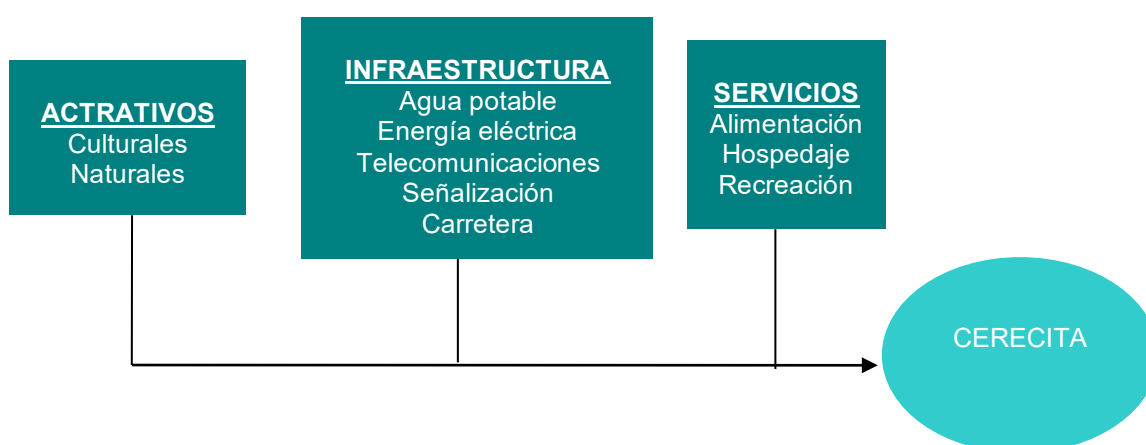
*...La oferta turística es una asociación de operadores comerciales a través de los cuales se ofrecen bienes o servicios en el mercado a un determinado precio, para ser adquirido por los turistas. Comprenden los bienes inmateriales (atractivos turísticos) como el clima, paisaje, folklore, atracciones, religiosas etc. Y los bienes materiales que abarca todo el conjunto arquitectónico tanto de infraestructura como de estructura turística que puede brindar un núcleo receptor (hotelería transporte mercados, etc.) Estando fijos en un lugar determinado. (11).*



Por lo tanto, se define, que la oferta turística está conformada por un conjunto de aspectos que permiten brindar a la demanda un producto que pueda satisfacer sus necesidades y expectativas. La oferta turística del recinto Cerecita está dividida en: recursos, servicios e infraestructura como se muestra a continuación.

**Cuadro 2.1**

**OFERTA TURÍSTICA DE CERECITA**



Fuente: Elaboración tesisistas

Luego del desvío de la carretera Guayaquil – Santa Elena, la oferta turística de Cerecita se vio afectada, pues los turistas no cuentan con la misma facilidad para acceder a los productos como antes, cuando la actual vía principal de Cerecita, constituía paso obligatorio para dirigirse hacia la costa. Además de la venta de humitas y frutas, principales productos que han atraído a los visitantes desde hace más de veinte años, se conoce que en el recinto y sus alrededores existen diversos recursos que bien podrían

convertirse en atractivos turísticos, lo que influiría en el aumento de la oferta, convirtiéndose en nuevas razones para visitar dicho sector.

Gracias al apoyo de diferentes organismos, en Cerecita se han llevado a cabo importantes cursos artesanales y culinarios, donde la comunidad ha aprendido a elaborar una variedad de platos y dulces, además de confeccionar trajes y sombreros, lo cual hoy en día constituye parte los productos que la comunidad pone a disposición de los visitantes.

### **2.1.1 Análisis de atractivos turísticos**

El recinto Cerecita está rodeado de recursos naturales, adornado con su encanto cultural, típico de los conglomerados pequeños. A pesar de no existir atractivos turísticos<sup>4</sup> propiamente dichos, el sector es rico en su potencial, debido a su suelo fértil, las manos hábiles de sus moradores y su localización geográfica.

Dichos recursos no han sido modificados por la expansión urbana, entre ellos: ríos, albarradas y un particular paisaje conformado por bosque seco tropical, típico de la zona, adecuados para la práctica de turismo alternativo que incluye ecológico, de aventura, agroturismo y rural.

---

<sup>4</sup> Recursos desarrollados adecuadamente con aras a la prestación de servicios.

*...En el turismo alternativo el visitante aprovecha para tener contacto directo con la naturaleza, preocupándose en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística. (12).*

Por ello, debido a las características que posee el recinto, se cree factible realizar actividades enfocadas a este tipo de turismo, para lo cual la población podría empezar adecuando el área y organizando caminatas, deportes u otra actividad que implique una interrelación con los recursos, fomentando a través del eco turismo, el cuidado de las especies animales y vegetales del sector. Así también existen varios sitios que se prestan para llevar a cabo ciclismo, senderismo, y otras actividades orientadas a la integración y participación de grupos de diversas edades. El turismo rural podría permitirle a las comunidades como Aguas Verdes, dar a conocer la vida y costumbre de sus habitantes. También se podría desarrollar agroturismo en varios sectores como San Jorge, a través de las haciendas, donde el turista podría participar en las actividades agrícolas involucrándose en la forma de vida y trabajo de sus habitantes.

Para el presente documento se ha considerado una sencilla clasificación de los recursos, conformada por los elementos naturales y culturales del sector.

---

### 2.1.1.1 Recursos naturales

#### ➤ Albarrada Grande

Figura 2.1



La Albarrada<sup>5</sup> Grande está ubicada en la comuna Bajada de Chanduy, es un lugar tranquilo, localizado a 10 minutos de Cerecita. Se conoce que este reservorio de agua natural era utilizado por los Huancavilcas.

---

<sup>5</sup> Marcos, J. Sistema hidráulico que facilitó el desarrollo local de las comunidades en gran parte de la Costa del Ecuador, pueden ser vistas como parte de un patrimonio arqueológico, tecnológico, ecológico y social imprescindible para el sostenimiento global de la región.

Los habitantes de esta población contaban con la idea de desarrollar turísticamente ese sector y usar la albarrada para el cultivo de tilapia, actividades al aire libre, e instalar canchas deportivas para atraer visitantes.

➤ **Bajada de Chanduy**

**Figura 2.2**

**CAMINOS VECINALES**



Fuente: [www.visitaguayaquil.com](http://www.visitaguayaquil.com)

En la entrada de Cerecita existen caminos vecinales que son utilizados como punto de partida por aficionados al ciclismo, quienes se reúnen en grupos para recorrer diversos pueblos como comenta Luis Sánchez, director del club de Eco ciclismo Ecuador Aventura, *“Con mi hermano Ecuador hemos recorrido muchos lugares, pero nuestros sitios favoritos son Puerto Hondo, parque El Lago, Cerecita y otras poblaciones cercanas a Guayaquil”*.

➤ **Poza de la Bachalaca**

**Figura 2.3**

**POZA DE LA BACHALACA**



Fuente: Elaboración tesistas

Después de Bajada de Chanduy, en el camino al sector Pocito, se encuentra un reservorio de agua llamado La Bachalaca,<sup>6</sup> el cual permanece lleno durante los meses de enero hasta abril, y el agua se mantiene estancada hasta mediados de octubre. Aquí se puede apreciar diversas especies de flora y fauna, para llegar al lugar se requiere realizar una caminata de alrededor 11 minutos.

---

<sup>6</sup> Pájaro de color azul y verde del cual antiguamente existía grandes cantidades, en la actualidad su población ha disminuido considerablemente.

Más adelante existe un riachuelo donde se aprecia un conjunto de cuevas las que al parecer se trataba de un centro de adoración.

➤ **Aguas Verdes**

**Figura 2.4**

**AGUAS VERDES**



Fuente: Elaboración tesistas

Ubicada aproximadamente a 15 minutos de Cerecita, cuenta con un ambiente acogedor, agradable paisaje rodeado por árboles de ciruela y algodón. Así también existe un río y tres pozos de agua que en la actualidad son utilizados para actividades cotidianas como el lavado de ropa de manera artesanal. A esto se suman los caminos diseñados por los habitantes, que hacen de éste un sitio pintoresco.

### ➤ **Haciendas**

El recinto Cerecita se caracteriza por poseer tierras fértiles para la agricultura y diversidad de flora y fauna. Existen aproximadamente 23 haciendas, algunas de ellas con propietarios nativos del recinto y en otras ocasiones se trata de gente de afuera, oriundos de Guayaquil o ciudades cercanas e incluso de extranjeros. Entre ellas se puede mencionar Don Dionisio, Marisol, Santa Cecilia, Manguitos, entre otras, las cuales podrían ser utilizadas en la práctica de actividades turísticas.

#### **2.1.1.2 Recursos culturales**

### ➤ **Gastronomía**

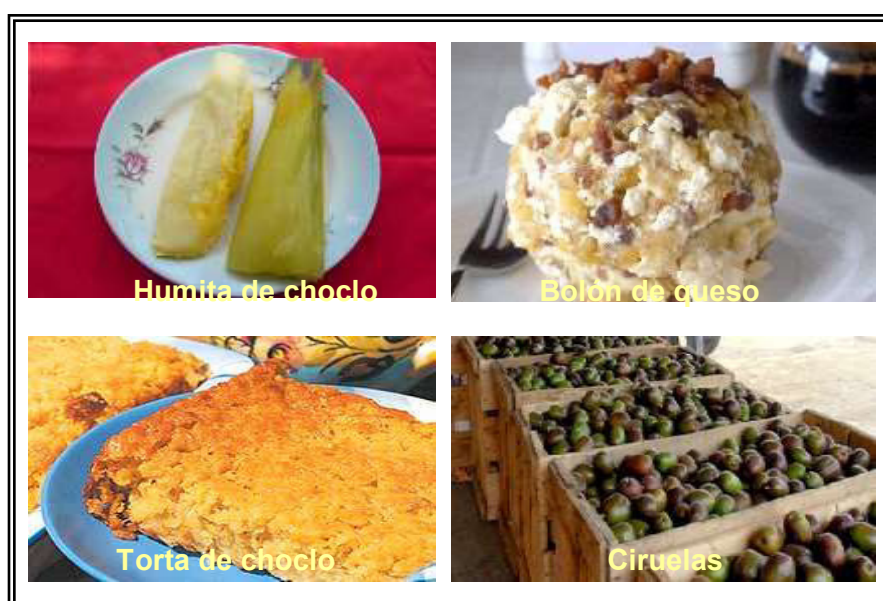
Los habitantes del recinto Cerecita, así como de sus alrededores han heredado a través de los años, ciertas costumbres con respecto a la elaboración de alimentos. Su gastronomía recoge un conjunto de platos que provienen de las provincias Guayas y Manabí, y entre ellos se puede mencionar: humitas, tortillas a la leña de choclo, verde, yuca y papa, maduro con queso y lampreado, empanadas de verde, natilla, dulces de maíz, de harina de plátano, de camote y más delicias que están a disposición de los turistas. Además, aprovechando la variedad de frutas, los moradores han desarrollado su habilidad en la preparación de conservas de varias frutas como el reconocido dulce de ciruela, cuya preparación requiere de



aproximadamente seis cajas de la fruta, las cuales se cuecen al carbón en una olla grande hasta que el contenido espese, este proceso toma un día.

**Figura 2.5**

### **PLATOS TÍPICOS DEL SECTOR**



Fuente: Elaboración tesistas

#### ➤ **Elaboración de carbón**

En el sector Don Lucas se puede apreciar el proceso de producción del carbón de manera ancestral, el cual es vendido en el camino del sector y en ocasiones en la vía principal. Esta actividad constituye para los moradores una fuente de ingreso, por lo que se espera que la costumbre permanezca, pues actualmente son pocas las familias que lo realizan.

Figura 2.6

**ELABORACIÓN DE CARBÓN**

Fuente: Elaboración tesistas

➤ **Acontecimientos programados**

**Feria de la ciruela:** El 1 y 2 de noviembre de cada año se celebra en la comuna Las Juntas la fiesta de la ciruela, para rendir tributo al fruto que por su abundancia sustenta en gran parte la economía de los junteños. El primer día se realiza la exhibición de ciruelas y sus derivados como mermelada, jugo, licor y ensaladas a base de la fruta. El segundo día se elige el mejor fruto, (la reina de la ciruela), se puede apreciar bailes populares y degustar comida típica. Esta feria incluye la elaboración de grandes cantidades de este delicioso dulce preparado para brindar durante la celebración que concluye con la elección de la reina del festival y un baile.

**Día de los difuntos:** Cada 2 de noviembre por las mañanas, los pobladores de Cerecita vistan a sus deudos en homenaje a su memoria, permanecen en el cementerio hasta aproximadamente las 14h00, más tarde a partir de las 16H00 el ambiente se transforma en una amena fiesta, cada familia se reúne en su casa y disfrutan de una amplia gama de platillos típicos del sector tales como chicha de maíz, arroz, dulce de camote, nata, todo esto acompañado por una orquesta.

**Navidad:** El 25 de diciembre las familias se reúnen en sus casas para compartir la cena. Esta celebración se complementa con una actividad novedosa donde varias familias se organizan para decorar un árbol navideño y un nacimiento que serán colocados en un lugar estratégico del pueblo.

### ➤ **Fiestas religiosas**

**15 de Agosto.-** Fiesta de San Jacinto. Los moradores son devotos de San Jacinto, Santa Isabel y San Santiago.

## **2.1.2 Análisis de la infraestructura**

### **2.1.2.1 Servicios básicos**

El presente tema está realizado a partir los datos correspondientes al año 2001, tomados de una base de 180 viviendas. (13).

## a) AGUA

### Medios y sistemas de abastecimiento de agua

Se conoce que el recurso hídrico con el que cuenta el recinto Cerecita es potable, servicio al cual tiene acceso el 98% de la población a través de Interagua, la empresa operadora de los servicios de agua potable y alcantarillado de Guayaquil. El recinto cuenta con una Junta de agua potable creada por la comunidad, la cual se ha encargado de gestionar las instalaciones necesarias para que el recurso llegue a su destino. Este trabajo ha incluido el autofinanciamiento de los materiales requeridos para el fin. El consumo mensual promedio, según los pobladores, oscila entre tres a ocho dólares.

La instalación de las tuberías se encuentra en un 92%, dentro de la edificación de la vivienda y fuera de ella en un 5%. Los habitantes que no poseen este servicio corresponden al 3% de la muestra.

**Tabla 2.1**

#### MEDIOS DE ABASTECIMIENTO DE AGUA

Red Pública	Pozo	Carro repartidor	Total viviendas
176	2	2	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

**Tabla 2.2****SISTEMA DE ABASTECIMIENTO DE AGUA**

<b>Tubería dentro de la vivienda</b>	<b>T. fuera de la vivienda pero dentro del edificio</b>	<b>Tubería fuera del edificio</b>	<b>No recibe por Tubería</b>	<b>Total viviendas</b>
84	82	9	5	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

**b) ENERGÍA ELÉCTRICA**

Este servicio está a cargo de la Empresa Eléctrica Península de Santa Elena C.A., tiene una cobertura en el 89% de la población y maneja tarifas diferenciadas para el uso domiciliario (de 1,80 a 25,00 dólares) y comercial (de 35,00 a 80,00 dólares). Se conoce que cada vivienda tiene un medidor instalado por la empresa eléctrica encargada.

**Tabla 2.3****SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

<b>Si tiene el servicio</b>	<b>No tiene el servicio</b>	<b>Total viviendas</b>
160	20	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

**c) TELEFONÍA CONVENCIONAL**

Como se puede apreciar en la tabla, el 13% de la población del recinto Cerecita cuenta con el servicio de telefonía convencional, mientras que el

86% carece del mismo. Este último grupo ha cubierto su necesidad de comunicarse a través de la telefonía móvil.

**Tabla 2.4**  
**SERVICIO DE TELEFONÍA CONVENCIONAL**

Si tiene el servicio	No tiene el servicio	Total viviendas
24	156	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

#### **e) ELIMINACIÓN DE BASURA**

En lo referente a este tema, se tiene que la mayor parte de la población, 78%, hace uso del servicio público de recolección por parte de la empresa Bachagnón, el 17% es incinerado o enterrado y el resto de los desechos son trasladados a terrenos baldíos o quebradas.

**Tabla 2.5**  
**MEDIOS DE ELIMINACIÓN DE BASURA**

Carro recolector	Terreno baldío/quebrada	Incineración/entierro	Total viviendas
146	4	30	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

#### d) ELIMINACIÓN DE AGUAS NEGRAS

La mayor parte de las aguas negras generadas en el recinto son eliminadas a través de pozo séptico en un 31%, otra parte es conducida a diversos pozos ciegos, 23%, y un 14% de estos residuos son evacuados por medio de la red pública del sector.

**Tabla 2.6**

#### MEDIOS DE ELIMINACIÓN DE AGUAS NEGRAS

Red pública de alcantarillado	Pozo ciego	Pozo séptico	Otro	Total viviendas
26	41	56	57	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

#### 2.1.2.2 Vivienda

##### a) PAREDES EXTERIORES, PISO Y TECHO

La construcción de las viviendas de Cerecita en general es sencilla, la mayoría de ellas, 85%, ha sido edificada a base de hormigón, sin embargo también se puede encontrar construcciones de caña revestida, madera y abobe en menores cantidades. El piso de las viviendas es cubierto por ladrillo o cemento en un 63%; el 29% está distribuido en entablado y baldosa; el porcentaje restante no esta cubierto por ningún tipo de material a más de tierra.

En cuanto al techo, se determina que los habitantes han utilizado mayoritariamente (61%) láminas de zinc; también emplean asbesto (32%) y aquellos que cuentan con mayores posibilidades hacen uso de losa.

**Tabla 2.7**

**PAREDES EXTERIORES DE LA VIVIENDA**

Hormigón	Adobe	Madera	Caña revestida	Total viviendas
153	2	10	15	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

**Tabla 2.8**

**PISO DE LA VIVIENDA**

Entablado o parquet	Baldosa o vinyl	Ladrillo o cemento	Tierra	Otros	Total viviendas
29	23	114	11	3	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001

**Tabla 2.9**

**TECHO DE LA VIVIENDA**

Losa	Asbesto	Zinc	Otros	Total viviendas
13	57	109	1	180

Fuente: M. I. Municipalidad de Guayaquil (DASE), 2001



### **2.1.2.3 Educación**

Según mapa digital obtenido en el Municipio de Guayaquil e información facilitada por la abogada Germania Apolinario, miembro del Comité Pro Mejoras, el recinto cuenta con los siguientes establecimientos educativos:

#### **JARDÍN DE INFANTES**

- Jardín Particular de Infantes “Elsa Bucaram”, donde reciben niños de tres a cinco años de edad.
- Jardín “Campanitas de Belén”, establecimiento del Instituto Nacional de la Niñez y la Familia (INNFA), donde reciben niños de seis meses a cinco años.
- Dos CAMI (Centro de atención municipal integral), para niños de tres a cinco años.

#### **ESCUELAS**

- Esc. Fiscal “Carlos Camacho Navarro”
- Esc. Fiscal “María Piedad Castillo de Levi”
- Esc. Particular “San Gabriel de La Dolorosa”

#### **COLEGIOS**

- Colg. Fiscal “Carlos Camacho Navarro” (ciclo básico)
- Colg. Particular “San Gabriel de La Dolorosa”

## **ACADEMIAS**

- Academia Artesanal “Paquisha”, donde imparten cursos de: mecánica automotriz, belleza, pastillaje, corte y confección.

Como se aprecia en la lista antes descrita, los establecimientos de educación secundaria son limitados, por lo que los habitantes, en aras de proporcionar una mejor educación a sus hijos, buscan la manera de enviarlos a la ciudad de Guayaquil.

### **2.1.2.4 Salud**

Los habitantes de Cerecita, en caso de necesitar atención médica, pueden acudir al Subcentro del Ministerio de Salud o al Policlínico que ofrece servicios de: medicina general, odontología, obstetricia y laboratorios para exámenes. También se encontró la existencia de dos farmacias.

### **2.1.2.5 Vías de acceso y transporte**

La mayor parte de la red vial en este sector está conformada por caminos de tierra transitables en tiempo seco en su mayoría, por lo que en invierno se ven afectados y los moradores tienen la necesidad de fabricar puentes temporales para poder dirigirse y comunicarse así con las poblaciones aledañas. También existen caminos de herradura y senderos.

Actualmente Cerecita es atravesada por una carretera alterna, misma que hasta diciembre de 2006 funcionaba como principal vía de acceso. Hoy en día, para llegar al recinto Cerecita desde la ciudad de Guayaquil se debe tomar la carretera principal (autovía), de 120 km. que pasa por las afueras de Cerecita o se puede tomar desde la terminal terrestre de la ciudad las cooperativas que se detallan a continuación:

**Tabla 2.10**

**SERVICIO DE TRANSPORTE**

<b>COOPERATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>SALIDA</b>	<b>RUTAS O DESTINOS</b>
<b>POSORJA</b>	Cada 10 min.	4:40 - 20:00	Cerecita - Progreso - Playas - Posorja
<b>TRANSP. VILLAMIL</b>	Cada 15 min.	4:30 - 20:10	Guayaquil - Playas
<b>COSTA AZUL</b>	Cada 15 min.	4:00 - 21:00	Gye – Sta. Elena - Libertad - Salinas
<b>LIBERPESA</b>	Cada 15 min.	3.30 - 21:40	Gye – Sta. Elena - Salinas - Libertad
<b>CLP</b>	Cada 15 min.	3:30 - 22:30	Gye – Sta. Elena - Salinas- Libertad - Montañita - Olón

Fuente: Elaboración tesisistas

Por otro lado, como una problemática suscitada a partir de la construcción de la autovía, está el hecho de que las unidades de transporte que pasan por el sector, lo hacen de manera desorganizada, es decir, no existe un horario fijo con el que pueda contar la población. La comunidad ha tenido inconvenientes con los transportistas al no estar de acuerdo con las tarifas que estos imponen, en comparación a los valores que se manejan en la terminal terrestre de acuerdo a las distancias entre las diferentes poblaciones.

A finales de 2007 se estudió la posibilidad de que la cooperativa Chongón Colonche llegue hasta Cerecita, considerando la demanda existente sobre todo en horas pico, sin embargo dicho estudio no ha generado solución alguna hasta el cierre del presente documento. Por consiguiente, la población requiere de un servicio de transportación que incluya al recinto como parte de su recorrido, puesto que este sector se ha visto afectado principalmente por su ubicación geográfica.

#### **2.1.2.6 Seguridad**

Los pobladores cuentan con la atención del destacamento de policía “Cerecita” donde laboran alrededor de cinco uniformados. Según la población, el trabajo de dicho personal es eficiente en un 70%, ya que siempre están pendientes de las necesidades de los habitantes. Sin embargo, se han detectado pequeñas células de pandillas juveniles y brotes de delincuencia, cuyos responsables provienen de las zonas marginales de Guayaquil y parte de la provincia de Manabí.

Por otro lado, en temporada de invierno, a los pobladores del sector les resulta casi imposible llegar al cementerio con el que cuentan y al que tienen acceso únicamente a través del río Grande, mismo que en tiempos lluviosos presenta un intenso caudal, lo que ha provocado lamentables accidentes. Por lo tanto, se ve la necesidad de construir un puente con una longitud de

60 metros que facilite el acceso al cementerio, ofreciendo así más seguridad a sus moradores.

### 2.1.3 Análisis de la planta turística

El presente punto está conformado por la estructura de producción que incluye los servicios de hotelería, restauración y recreación, además de las instalaciones y equipos esenciales para su funcionamiento.

Cerecita es un recinto que posee una planta turística limitada, los establecimientos brindan los servicios en base a la experiencia de sus habitantes, quienes no cuentan con una adecuada asesoría que les proporcione las herramientas necesarias para la prestación de servicios. La planta turística del recinto esta conformada por:

**Tabla 2.11**  
**PLANTA TURÍSTICA DE CERECITA**

Planta	Nº de locales	Capacidad aprox.
<b>HOSPEDAJE</b>		
Cabaña	7	28
<b>ALIMENTACIÓN</b>		
Restaurante	2	82
Comedor	8	80
Chucería	3	6
Soda bar	6	42
<b>RECREACIÓN</b>		
Discoteca	1	40
Bar	9	90
Karaoke	1	10
Salón para eventos	3	500
Canchas deportivas	3	250
Piscina	2	100
Laguna artificial	1	15

Fuente: Elaboración tesistas

### 2.1.3.1 Hospedaje

**Figura 2.7**  
**CABAÑAS FINCA LA GLORIA**



Fuente: [www.fincalagloria.com](http://www.fincalagloria.com), enero 2008

Actualmente en el recinto Cerecita no existen establecimientos donde los visitantes puedan pernoctar. Sin embargo, lo más cercano a este punto (5 min.), donde se puede recibir dicho servicio es la Finca “La Gloria” que cuenta con confortables cabañas de madera equipadas con aire acondicionado, televisión, baño privado, agua fría y caliente, dos camas de dos plazas y parqueo privado. Se estima una capacidad total de 28 huéspedes.

### 2.1.3.2 Alimentación

**Figura 2.8**  
**COMEDOR FINCA LA GLORIA**



Fuente: [www.fincalagloria.com](http://www.fincalagloria.com), enero 2008

Los negocios de comida, significan para los habitantes de este recinto, su principal fuente de ingresos económicos. Existen diversos locales que ofrecen variados alimentos, sobre todo aquellos tradicionales de la costa en general.

En la Finca “La Gloria” también se puede recibir este servicio en un amplio restaurante, especializado en comida manabita y con capacidad aproximada para 50 personas.

### 2.1.3.2 Recreación y esparcimiento

**Figura 2.9**  
**CABALGATAS FINCA LA GLORIA**



Fuente: [www.fincalagloria.com](http://www.fincalagloria.com), enero 2008

Existen pocas opciones de esparcimiento dentro del recinto. Las alternativas con las que cuenta la población se encuentran diseminadas a lo largo de Cerecita y en el sector de San Jorge. En este último punto están ubicados dos complejos deportivos uno de ellos cuenta con una cancha de fútbol, césped, espacios abiertos, área de hamacas y mesas de billar y la segunda es una cancha de fútbol de tierra, con su respectiva gradería.

Como elemento de esparcimiento, el sector cuenta con el Complejo Turístico “Finca La Gloria”, cuyo principal target son los grupos familiares. Es un lugar agradable donde se puede encontrar, piscina temperada para niños y adultos, sala de eventos para 300 personas, sala VIP con capacidad para



100 personas, karaoke, bar, lago artificial, cancha de fútbol y volley, además se puede realizar actividades deportivas como paseos en bote y a caballo.

Como último establecimiento en este punto está “Forestal El Castillo”, especializado en recepciones para bodas tanto civiles como eclesiásticas, en donde una mezcla entre lo clásico y lo moderno en conjunto con las flores naturales, conforman el punto especial en la decoración.

**Figura 2.10**  
**ENTRADA FORESTAL EL CASTILLO**



Fuente: [www.revistahogar.com](http://www.revistahogar.com), enero 2008

## 2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Para el desarrollo del presente tema se ha considerado, que debido a su ubicación geográfica, Cerecita constituye un destino de tránsito<sup>7</sup> para quienes acostumbran visitar la costa ecuatoriana, razón por la cual se estima que la demanda turística del recinto se muestra dependiente, es decir que

---

<sup>7</sup> Entiéndase por aquellas regiones por donde las personas pasan antes de llegar a su destino final.

varía de acuerdo a la afluencia turística de esta región. A medida que ésta aumenta, las posibilidades de recibir visitantes en este recinto son mayores.

Para la determinación de la muestra, se tomó como referencia el número de personas que visitaron la costa, durante el feriado de semana Santa de 2007, cuyo total fue 360.000 turistas.

Para efectos de obtener el número del universo, se multiplicó este valor por los tres feriados nacionales con mayor afluencia turística (carnaval, semana Santa y año nuevo). Así mismo se realiza una proyección para los 12 meses, tomando el total de visitantes de un año (El Universo), con el propósito de obtener la población.

$$\text{Universo: } 360.000 \times 3 = 1'080.000$$

$$\text{Población: } 1'080.000 / 12 = 90.000$$

El número de encuestas que se deberá realizar para determinar las características de la demanda que tendrá el CFT (muestra) será determinada a través de la fórmula extraída de la información de los seminarios de graduación, aquí detallada:

$$n = \frac{z^2 \times N \times p \times (1 - p)}{e^2 \times (N - 1) + z^2 \times p \times q}$$


---

De donde se interpreta que:

**Tabla 2.12**  
**DATOS PARA DETERMINAR LA MUESTRA**

DESCRIPCIÓN	INICIALES	VALOR
Tamaño de la población	N	90.000,00
Nivel de confianza asociada	z	1.96
Proporción conservadora	p	0.50
Proporción del complemento (1-p)	q	0.50
Error máximo permitido	e	0.05

Fuente: Elaboración tesis

Aplicando la fórmula antes detallada, se tiene que:

$$n = \frac{1,96^2 \times 9.000,00 \times 0,50 \times (1 - 0,50)}{0,05^2 \times (9.000,00 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

Concluyendo así con el tamaño de la muestra:

$$n = 382,53$$

### 2.2.1 Metodología aplicada

La metodología para la elaboración de éste análisis, ha sido mediante la investigación de tipo cuantitativo, tomando como herramienta principal el cuestionario. Las encuestas fueron realizadas en la ciudad de Guayaquil, a hombres y mujeres mayores de 18 años, de manera aleatoria (universidades centros comerciales, y otros lugares públicos), considerando que el universo

de interés está conformado por todos aquellos quienes, dentro de su ruta, incluyen el recinto Cerecita.

### **Objetivo del cuestionario**

La demanda actual de Cerecita, dada por aquellas personas que han realizado paradas y consumido productos en el recinto, ha disminuido considerablemente por las razones antes expuestas en el presente documento, por lo que, a través de ésta herramienta se logró determinar las diversas características, preferencias y necesidades de la demanda potencial del destino que en un momento dado, estará conformada principalmente por aquellos que no han consumido productos y servicios en el recinto, así como también, por la demanda actual, la cual se considera que será parte de la potencial, por tratarse de un producto nuevo.

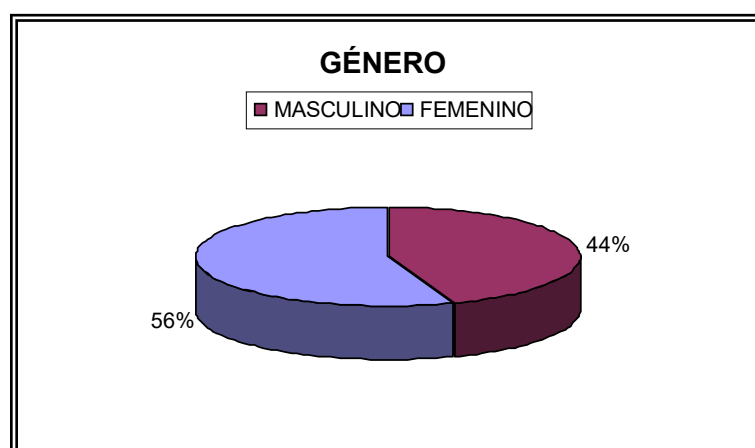
Por medio de las encuestas realizadas se determinó el perfil de las personas que actualmente realizan o podrían realizar una parada en la población de Cerecita, para conocer su nivel de educación, ingreso mensual, el número de personas con las que viaja, la época del año en que se dirige a la costa, la frecuencia en la que realizan una parada en ésta población y el tiempo que se detienen en la misma. Así también, se conoció las actividades que realizan durante dicha parada, el lugar en que acostumbran consumir sus alimentos y el nivel de aceptación que consideran tiene el establecimiento en todos sus aspectos. Del mismo modo, se determinó los servicios que les

gustaría encontrar y cuánto dinero estarían dispuestos a emplear en el consumo de los mismos. (Ver anexo 2.1).

### 2.2.2 Análisis de los resultados

Durante el desarrollo de las encuestas se detectó cierta similitud en las respuestas. Dicha particularidad se presentó a partir del 50% de la tabulación, por la cual, los resultados abajo expuestos son reflejo de un total de 216 encuestados.<sup>8</sup> El grupo de los participantes, según su género, está dividido en 44% hombres y 56% mujeres. Estos porcentajes representan parte positiva para el presente análisis, ya que, al existir una mínima diferencia entre ambos sexos, permite un mayor acierto sobre las expectativas de los mismos.

**Gráfico 2.1**

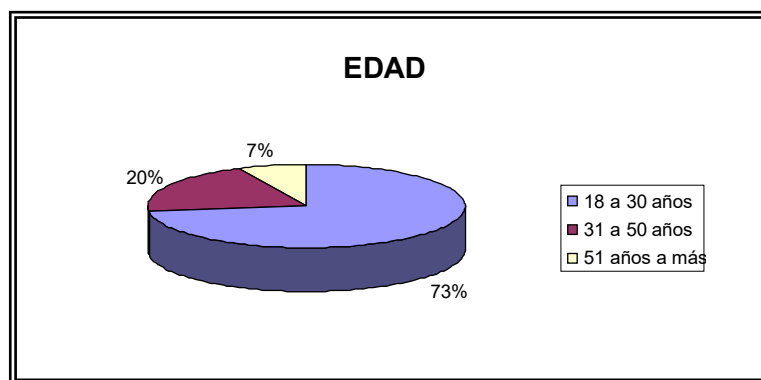


Fuente: Elaboración tesis

<sup>8</sup> Encuesta realizada durante el mes de octubre de 2007.

El gráfico muestra que la edad de los encuestados, consta entre 18 y 30 años (73%), 31 y 50 años (20%), y un 7% de personas con edad de 51 años en adelante. Lo cual nos permite conocer gustos, necesidades y opiniones de las personas según su edad, lo cual contribuye a establecer servicios que satisfagan sus expectativas.

**Gráfico 2.2**



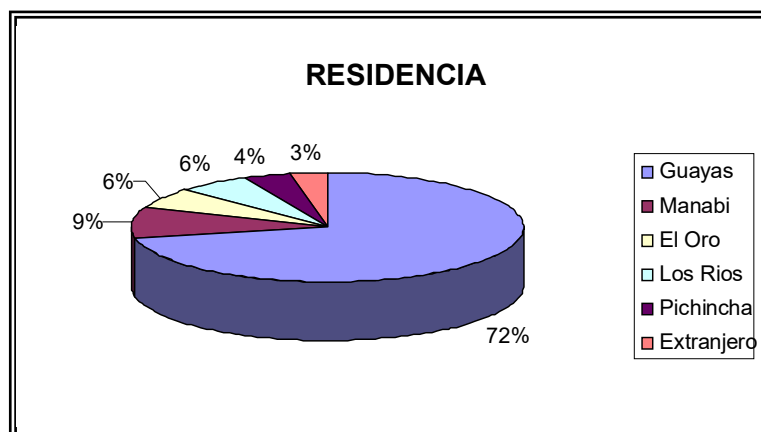
Fuente: Elaboración tesis

La residencia de los colaboradores corresponde en su mayoría a habitantes de la provincia del Guayas (72%), le sigue un grupo de la provincia de Manabí (9%), la provincia de El Oro y Los Ríos en igual proporción (6%), y finalmente Pichincha y un grupo de extranjeros con 4 y 3 por ciento respectivamente.

Por medio de los resultados se pudo obtener mayor información, ya que según se aprecia en el gráfico, la mayor parte de las personas encuestadas residen en la provincia del Guayas los que a su vez constituyen el primer

mercado que acude a los balnearios de las provincias del Guayas y Santa Elena.

**Gráfico 2.3**

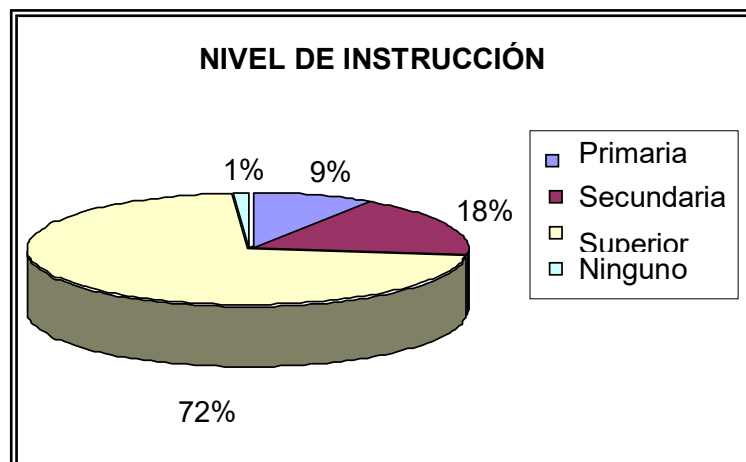


Fuente: Elaboración tesis

El gráfico del nivel de instrucción muestra que la mayoría de los encuestados tienen un nivel de educación que corresponde al 72% superior, 18% secundaria, un menor porcentaje está dado por aquellos que solo han recibido instrucción primaria (9%) y solo el 1% carece de este derecho.

Estos resultados permiten determinar que sería factible llegar a un importante número de visitantes, ya que al ser profesionales, poseen un nivel cultural que les permitiría interesarse en este tipo de destinos con potencial turístico.

Gráfico 2.4

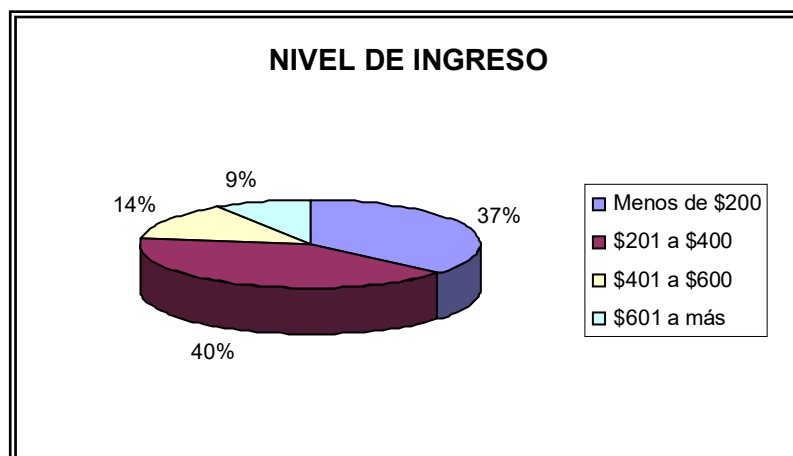


Fuente: Elaboración tesis

Con la información obtenida se puede determinar que el 40% de los encuestados perciben un ingreso mensual promedio entre 201 a 400 dólares, mientras el 37% tiene un ingreso menor a 200 dólares, por lo que su capacidad de gasto es menor. El ingreso promedio del 14% oscila entre 401 a 600 dólares y el menor porcentaje (9%) percibe una remuneración mayor a 600 dólares. Con lo cual se debería ofrecer a los turistas productos con precios asequibles, tomando en cuenta el ingreso promedio de las personas.



Gráfico 2.5

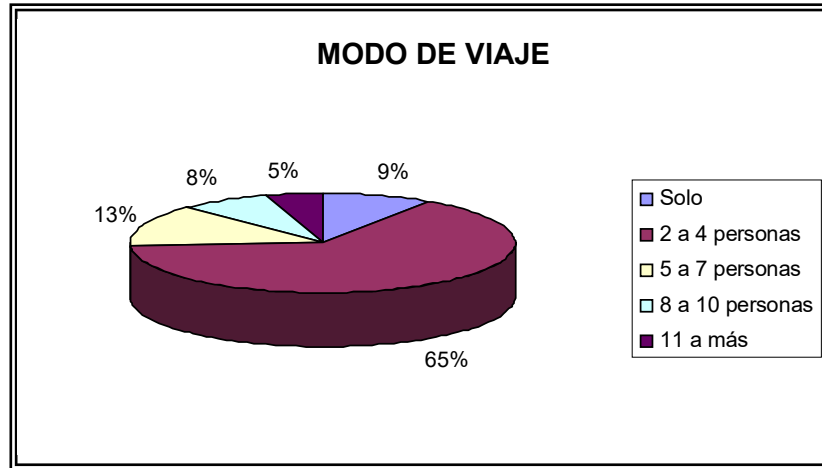


Fuente: Elaboración tesistas

En cuanto al modo del viaje, se puede demostrar que el 65% de las personas prefieren viajar con 2 a 4 acompañantes, mientras el 13% se traslada en compañía de 5 a 7 viajeros, perteneciendo al 9 % las personas que viajan solas. Al grupo de 8 a 10 personas corresponde el 8% y apenas un 5% viaja acompañado por más de 10 individuos.

En donde se puede observar que en la actualidad la mayoría de las personas prefieren trasladarse hacia la costa con un máximo de 4 personas, ya sea por comodidad o disponibilidad de tiempo, por lo cual se debería crear establecimientos donde se brinden facilidades al turista.

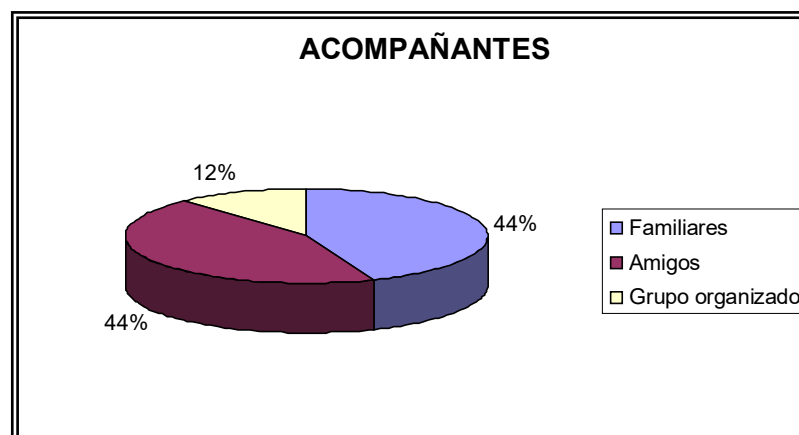
Gráfico 2.6



Fuente: Elaboración tesistas

En este gráfico se observa que dentro de los acompañantes de los encuestados, predominan los familiares y amigos, en un mismo porcentaje (44%), el restante (12%) manifestó viajar en grupo organizado.

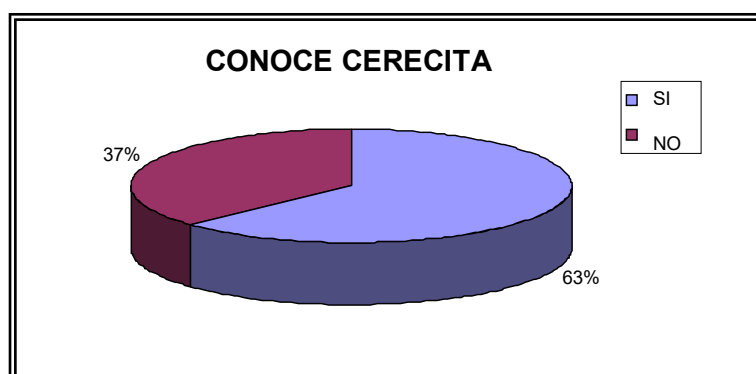
Gráfico 2.7



Fuente: Elaboración tesistas

Como se aprecia, el gráfico refleja que el 63% la muestra conoce Cerecita, quedando un sobrante de 37% cuyas personas desconocen la existencia de dicho lugar, por falta de información turística, difusión y otros motivos. Por esto, se ve necesario establecer estrategias adecuadas para dar a conocer el recinto y sus atributos.

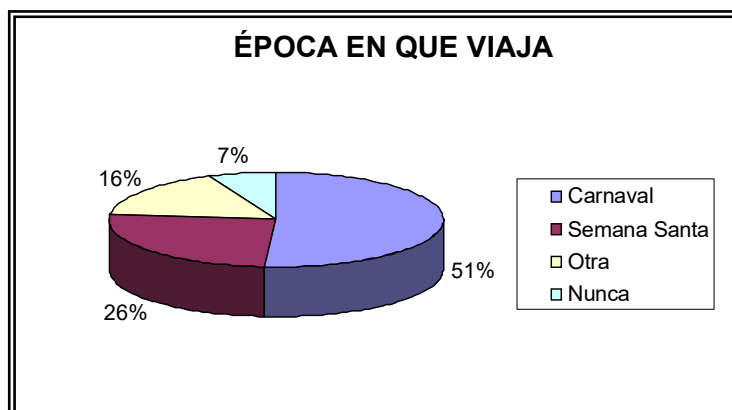
**Gráfico 2.8**



Fuente: Elaboración tesis

Según el resultado obtenido se concluye que la época en que viaja la mayoría de las personas a la costa es en el feriado de Carnaval (51%) y en Semana Santa (26%), dirigiéndose en menor cantidad en otra época del año (16%) y tan solo un 7% indicó no viajar a esta región. Por lo cual, los ofertantes deberían abastecerse con los suficientes productos (acorde a la época) para satisfacer la demanda durante todo el año.

Gráfico 2.9

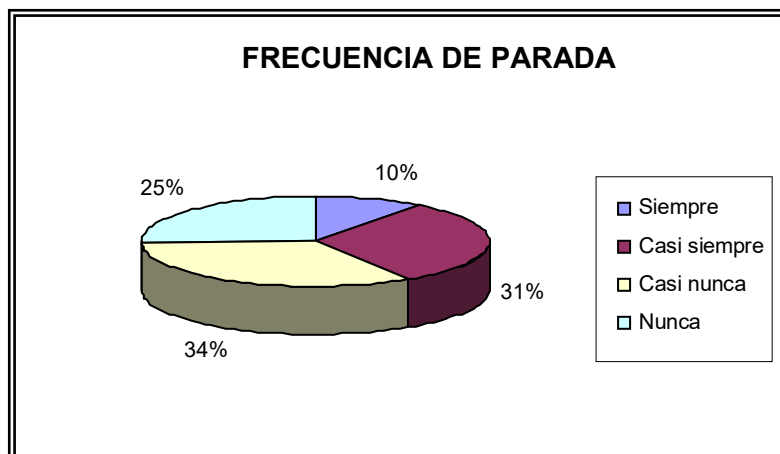


Fuente: Elaboración tesis

La frecuencia con la que los encuestados paran en Cerecita es variada, se tiene entonces, que un 34% de éstos lo hace pocas veces durante sus viajes, el 31% pertenece a quienes han realizado paradas en casi todos sus viajes, mientras que el 25% ha continuado con su trayecto de viaje sin detenerse, a diferencia del 10% de aquellos quienes, en todos sus viajes a la costa hacen un descanso en este lugar.

En lo referente al menor porcentaje, es importante anotar que debido a diferentes factores, relacionados con la creación de la nueva autovía, las personas ya no realizan paradas en Cerecita con la frecuencia de hace más de 1 año.

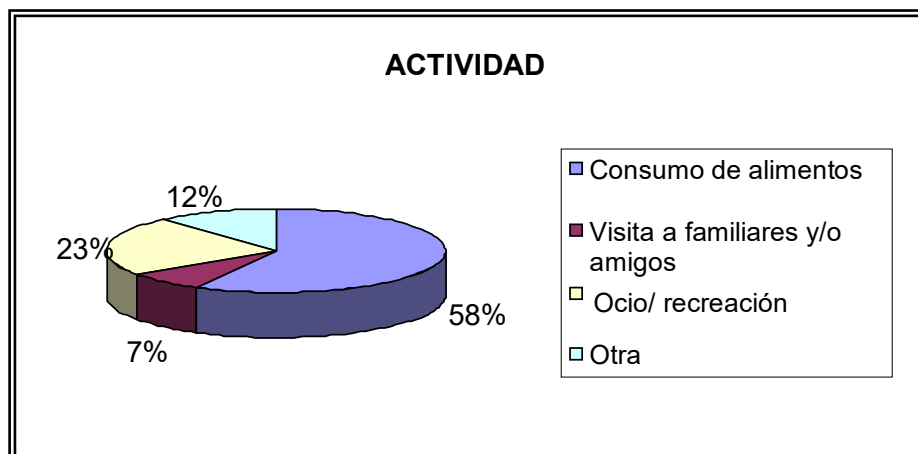
Gráfico 2.10



Fuente: Elaboración tesis

El 58% de las personas se dirigen a Cerecita para consumir alimentos preparados y frutas, por lo cual se puede deducir que los productos que la población ofrece tienen un alto reconocimiento y aceptación por las personas que frecuentan la vía; el 23% se inclina por actividades recreativas en Cerecita y sus alrededores; el 12% realiza otras actividades que nacen a partir de hechos fortuitos e inesperados como el obtener productos o servicios de farmacias, vulcanizadoras y en ocasiones por la necesidad de adquirir insumos agrícolas en la zona, mientras que el 7% de los colaboradores visita a sus allegados.

Gráfico 2.11

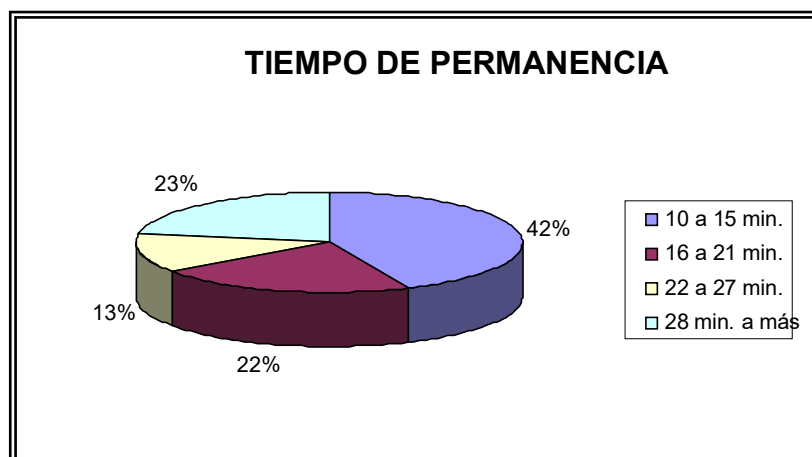


Fuente: Elaboración tesisistas

El mayor porcentaje referente al tiempo de permanencia, indica que el 55% de los encuestados perduran en Cerecita un promedio de 10 a 15 minutos, en comparación con el 26% de aquellos que permanecen aproximadamente 16 a 21 minutos, mientras que el 19% está entre 22 a 27 min.

Los resultados demuestran que el recinto requiere servicios que demanden poco tiempo, sobre todo con respecto a la alimentación, ya que como se demuestra en el gráfico 2.11, la mayor parte de la muestra hace su parada con el objetivo de adquirir alimentos. Al mismo tiempo se deberá llevar a cabo un apropiado proceso de difusión con el fin de incrementar paulatinamente el tiempo de estadía de los visitantes.

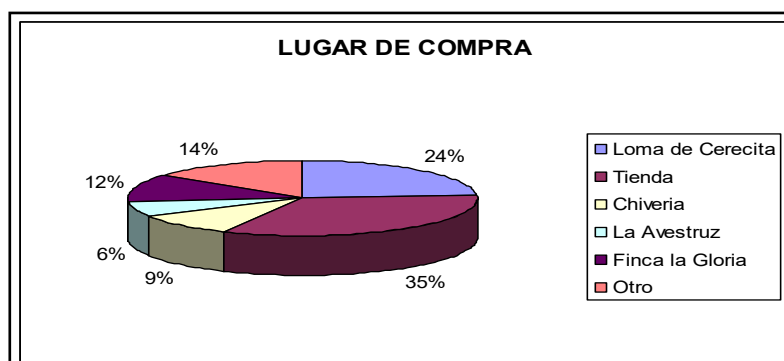
Gráfico 2.12



Fuente: Elaboración tesis

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede demostrar que el 35% de los encuestados adquieren sus productos en una tienda, siendo el 24% las personas que consumen en la Loma de Cerecita, en diferencia al 14% que lo realizan en otro lugar, el 12 % en la finca la Gloria, el 9% que compran en el local de Chivería y el 6% en La Avestruz. Por lo que se deduce que la demanda está dispuesta a detenerse en la vía siempre y cuando dicho lugar y sus productos cubran sus expectativas.

Gráfico 2.13

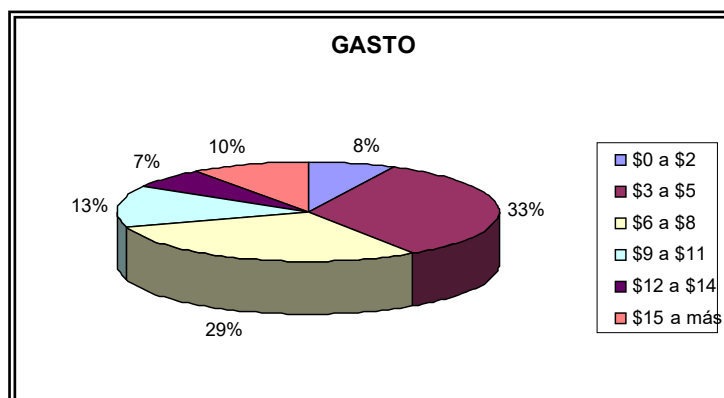


Fuente: Elaboración tesis

El 33% de la personas indicaron que el gasto que realizan en Cerecita es de 3 a 5 USD, en diferencia al 29% que emplean de 6 a 8 USD en la población. El 13% utiliza de 9 a 11 USD, el 10% de 15 USD en adelante, el 8% de 0 a 2 USD siendo el menor porcentaje el 7% de aquellos que invierten de 12 a 14usd.

De acuerdo a los resultados se puede definir que las personas que se trasladan por la vía están dispuestas a adquirir productos de valores asequibles, por lo cual, los lugares que se establezcan en Cerecita deberán mantener precios de hasta 8 dólares aproximadamente para que sean visitados constantemente.

**Gráfico 2.14**



Fuente: Elaboración tesis

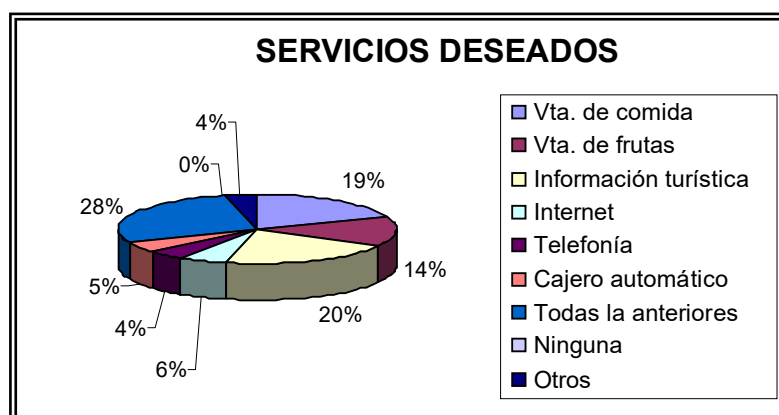
Los resultados con respecto a servicios deseados demuestran que el 28% se muestra interesado en todas las alternativas expuestas en el cuestionario, el 20% se inclina por encontrar información turística del recinto y sus



alrededores; un porcentaje cercano (19%) espera encontrar venta de comida. Seguido a esto un 14% eligió venta de frutas dentro de las opciones, mientras que un último grupo seleccionó Internet, cajero automático, telefonía y otros servicios con porcentajes de 6, 5 y 4 por ciento respectivamente.

Lo antes reflejado destaca la tendencia por conocer sobre los recursos, atractivos y actividades a realizar en el destino. Lo que de cierta forma explicaría el hecho de que un importante número de personas, a pesar de que utilizan la autovía para llegar a su destino, no han realizado paradas en el recinto y mucho menos llevado a cabo una actividad, sin embargo ellos también manifiestan interés por servicios nuevos. Éste análisis constituye una pauta para determinar con mayor certeza el tipo de producto y servicio a ofrecer en el destino sin dejar de lado las facilidades que logren mayor satisfacción en la estadía de los turistas.

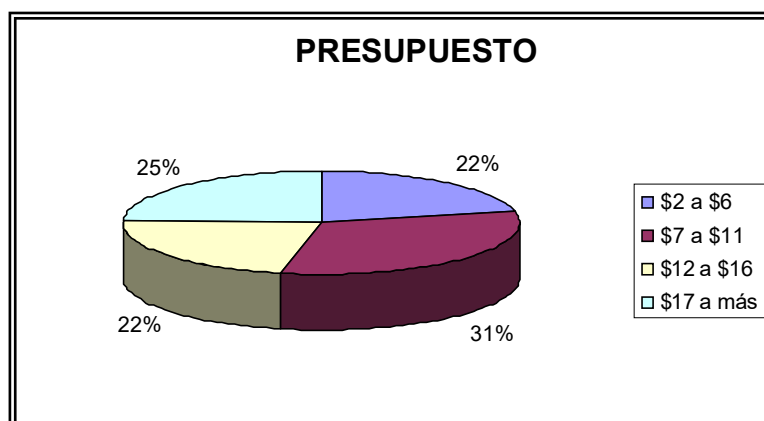
**Gráfico 2.15**



Fuente: Elaboración tesistas

Los resultados expuestos a continuación hacen referencia al presupuesto que los encuestados destinarían en el recinto, al momento de existir un lugar que cumpla con sus ideales, teniendo así que, el 31% estaría dispuesto a gastar de 7 a 11dls, el 25% invertiría 17 dlrs. en adelante y dos grupos con igual porcentaje (22%) ocuparían de 2 a 6dlrs y de 12 a 16 dlrs. durante su visita.

**Gráfico 2.16**

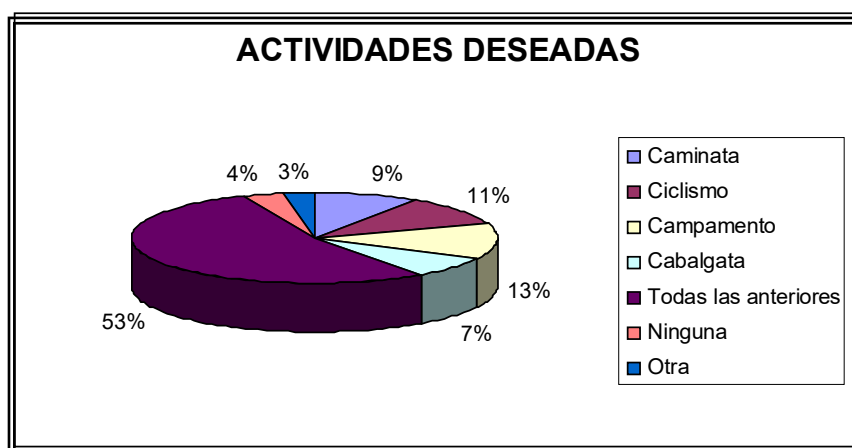


Fuente: Elaboración tesisistas

Por medio de los resultados se deduce que el 53% de la demanda están dispuestos a realizar cualquiera de las actividades propuestas, el 13% muestra su interés en realizar campamentos, 11% se inclina por deportes como el ciclismo, al 9% le gustaría realizar actividades de menor impacto como caminatas, mientras el 7% gustaría disfrutar de cabalgatas. Por último se menciona los valores con menor énfasis 4% y 3%, que se refieren a aquellos que denotaron nulo interés hacia las actividades enlistadas y

aquellos que sugirieron otras como actividades de esparcimiento, recorridos en la población con el apoyo de guías, deportes extremos, entre otras.

**Gráfico 2.17**



Fuente: Elaboración tesis

### 2.2.2 Perfil de la demanda potencial

La demanda potencial identificada posee las siguientes características:

- Personas de edades comprendidas entre 18 a 30 años.
- Posee un nivel de educación superior
- Con ingreso mensual entre USD 201 a 400.
- Acostumbran realizar su viaje entre 2 a 4 personas
- Viajan generalmente con amigos y familiares
- Los feriados en que se dirigen a la costa con mayor frecuencia son carnaval y semana santa

- Actualmente realizan una parada en Cerecita en busca de alimentos, ocio y recreación y permanecen aproximadamente de 10 hasta 26 min.
- Por lo general consumen los alimentos en tiendas y en la loma de Cerecita, gastando de 3 a 8 USD en su parada.
- Entre los servicios que la demanda desea encontrar están: información turística, venta organizada de comidas - frutas, alquiler de Internet – telefonía y un cajero automático.
- Presupuesto de lo que gastaría de USD 7 a 8
- Las actividades que le gustaría realizar a la demanda están los campamentos, ciclismo, caminatas y cabalgatas.

## **2.3 ANÁLISIS FODA DEL RECINTO CERECITA**

### **Fortalezas**

- Ubicación geográfica estratégica.
- Cercano a la ciudad de Guayaquil (Km. 51 vía a la costa).
- Reducción del ruido a partir de la disminución del tránsito vehicular por la vía principal.

### **Oportunidades**

- Atractivos naturales sin intervención del hombre.
- Grandes extensiones de espacios abiertos.

- A raíz de la provincialización de Santa Elena, el territorio de Cerecita quedó dentro de la jurisdicción de Guayaquil.

### **Debilidades**

- Atractivos naturales no adecuados para la actividad turística.
- Falta de promoción turística.
- Falta de transporte público para Cerecita.
- Carencia de control de tránsito.
- Infraestructura deficiente.
- Falta de alcantarillado.
- Deficientes caminos vecinales.
- Imagen deteriorada.
- No ha logrado consolidarse como parroquia.
- Contaminación por fumigación de plantaciones.
- Ruido de establecimientos nocturnos.

### **Amenazas**

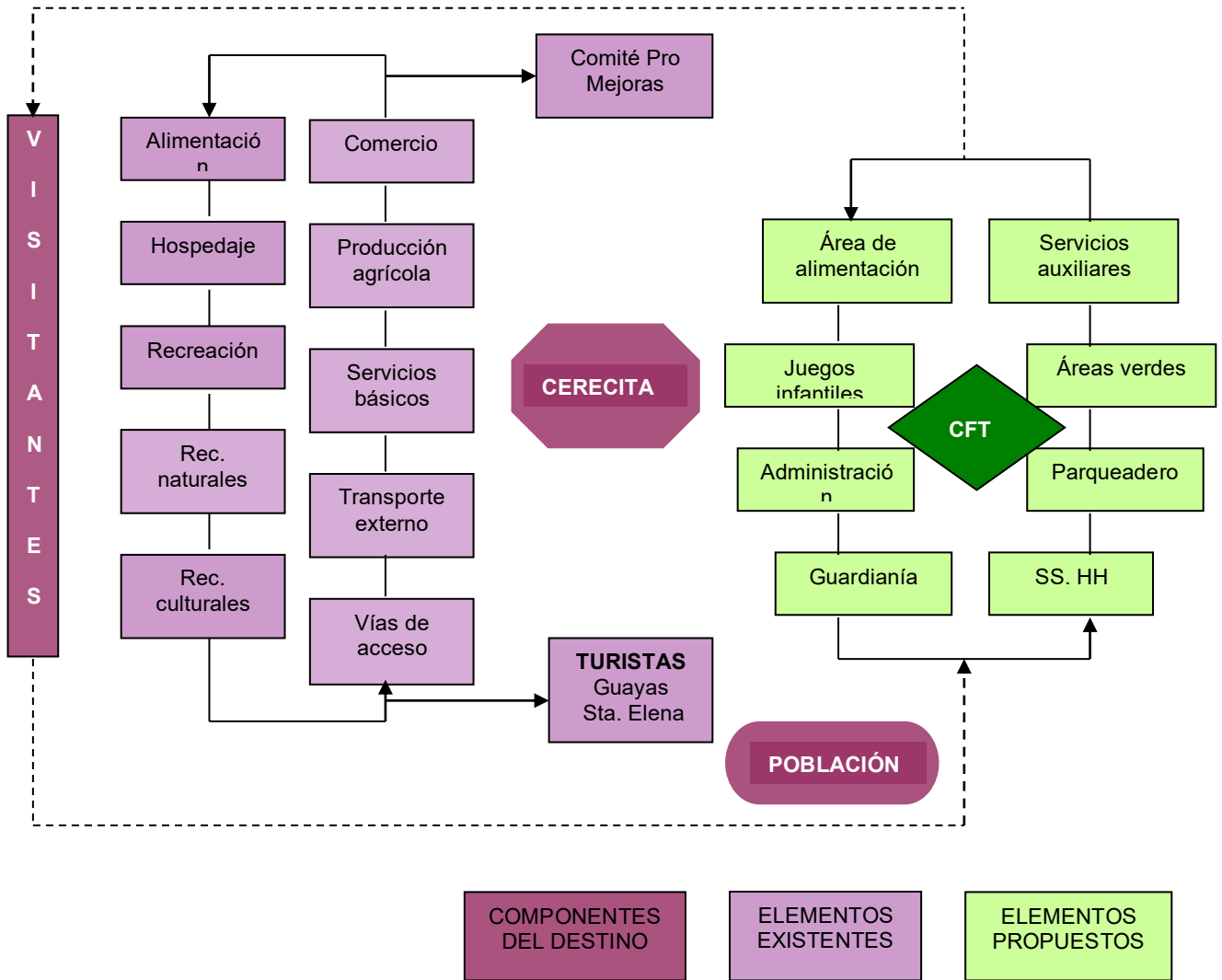
- Brotes de delincuencia.
- Existencia de prostíbulos.
- Existencia de pequeñas pandillas juveniles.

## **2.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO PROPUESTO**

En este tema se determina la propuesta para el presente documento, que estará basado en el análisis de la demanda potencial que conlleva a buscar alternativas que logren cubrir total o parcialmente las expectativas de dicha demanda.

Es por ello, que de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, el destino Cerecita requiere productos orientados principalmente a un target de familias y jóvenes adultos, que ofrezca servicios alternativos, los cuales permitan satisfacer necesidades de tipo básico, de esparcimiento, actividades al aire libre y descanso. Este producto deberá contar con fácil acceso para los visitantes y puede funcionar como anclaje para el desarrollo de diversas actividades que permitan a los visitantes conocer más sobre el recinto y sus alrededores.

**Cuadro 2.2**  
**DISEÑO DEL DESTINO**



Fuente: Elaboración tesis

Es por esto que la propuesta de un “Centro de Facilitación Turística” dotado de las características antes mencionadas, constituye una puerta para el desarrollo turístico del recinto Cerecita, logrando un cambio en la perspectiva de los turistas con respecto al destino.

#### **2.4.1 Análisis del entorno competitivo**

El recinto Cerecita, como un destino turístico, está rodeado de establecimientos que ofrecen productos y servicios, los que en un momento dado, de acuerdo al precio, ubicación, seguridad, servicio y diseño del lugar, representan parte de la gama de ofertas que la demanda tiene a su disposición.

Para este análisis se tomó en cuenta las cinco fuerzas de la competitividad de Porter, a partir de las cuales se concluye que Cerecita cuenta con dos tipos de oferta: complementaria y sustitutiva. Donde la complementaria es aquella que, lejos de ser una competencia, resulta un soporte, ya que estando en la misma ruta o cerca del destino, brinda actividades que complementan a las del producto propuesto, como es el caso de “Finca La Gloria” y Agro comercio “Río Daular” (La Avestruz), donde la primera, ofrece hospedaje e instalaciones adecuadas para realizar varias actividades recreativas relacionadas al ocio y esparcimiento. La segunda, posee una hacienda que les provee la materia prima para elaborar sus productos,



además cuentan con actividades programadas relacionadas al deporte, principalmente ciclismo.

La oferta sustitutiva está conformada por aquellos destinos que poseen productos turísticos semejantes a la propuesta de esta tesis, donde el servicio de alimentos y bebidas constituya el elemento primordial de su actividad comercial, como es el caso de los paradores turísticos localizados aproximadamente a 25 minutos del recinto como Puerto Hondo, Chongón y el del km. 24 ½ vía a la costa y Chivería. A este grupo se suman los locales establecidos en los sectores de San isidro y Progreso debido a la semejanza de los productos que ofrecen.

#### **2.4.2 FODA del proyecto**

Es necesario determinar este estudio con el fin de identificar los aspectos positivos y negativos del proyecto como tal, a partir del cual se determinarán estrategias que permitan maximizar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, minimizar las debilidades y combatir las amenazas. (Ver anexo 2.2).

##### **Fortalezas**

- Ubicación estratégica
- Genera fuentes de empleo
- Servicio de calidad

- Venta organizada
- Limpieza
- Seguridad
- Experiencia por parte de los moradores en la preparación de alimentos
- Acceso estratégico para el ingreso de los turistas

### **Oportunidades**

- Atraer nuevos mercados
- Funciona como anclaje para el desarrollo turístico del recinto
- Expectativas por parte de la demanda
- Interés por parte de la comunidad por el desarrollo

### **Debilidades**

- Productos y servicios limitados
- Número de locales limitado
- Ubicado a un solo lado de la carretera

### **Amenazas**

- Competencia posicionada en el mercado
- Creación de nuevos establecimientos similares

## **CAPÍTULO 3**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

El Centro de Facilitación Turística (CFT) será edificado sobre una extensión de 800 m<sup>2</sup>, con un área total de construcción de 500 m<sup>2</sup>, contará con 11 locales con iguales dimensiones. Considerando que la localización es primordial al momento de realizar un proyecto y debido a las ventajas del entorno físico y los recursos que posee el recinto Cerecita, se recomienda que el proyecto se sitúe al margen derecho de autovía Guayaquil - Santa Elena, entre los km. 50 – 51.

**Figura 3.1****UBICACIÓN DEL CFT**

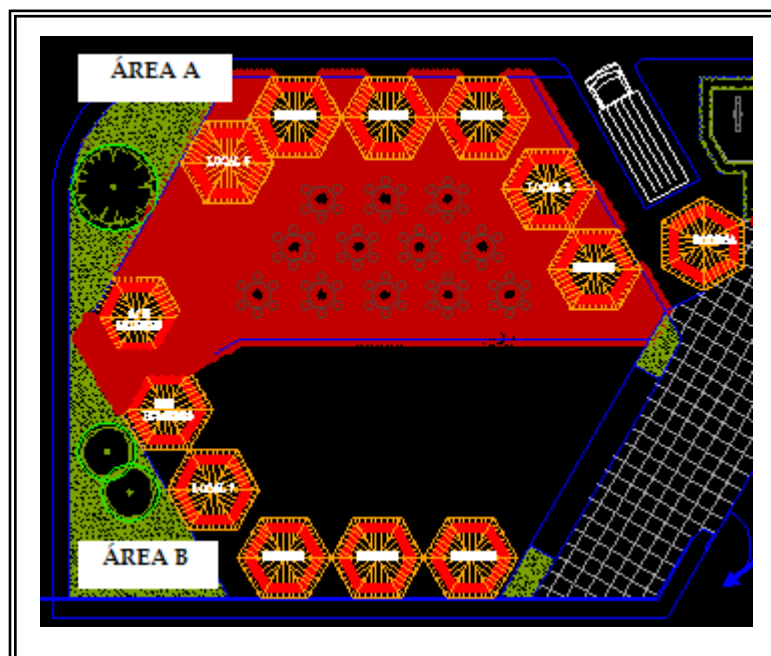
Fuente: Elaboración tesistas  
(Fotografía solo para la realización del estudio académico)

**3.2 DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES Y SERVICIOS A DESARROLLAR**

Las actividades y servicios a desarrollar en el CFT estarán cuidadosamente controladas por la administración, buscando siempre altos estándares de calidad e higiene en sus productos, a través del seguimiento de las normas sanitarias; además se proporcionará un servicio personalizado, con los instrumentos adecuados, a tiempo oportuno y a precios justos, aprovechando la producción de la temporada. Los servicios han sido segmentados en dos áreas de acuerdo a la función que desempeñarán, esto es:

- Servicios de alimentación (A) y
- Servicios auxiliares (B)

**Figura 3.2**  
**MÓDULOS DE ÁREA A Y B**



Fuente: Arq. Moreno y Pérez, diciembre 2007

### 3.2.1 Área A: Servicios de alimentación

Para esta actividad se destinarán 6 locales; 3 para la venta de comida preparada y 3 para frutas, los que deberán regirse a los lineamientos de la administración.

#### ➤ Alimentos preparados

Considerando que la autovía es frecuentada por turistas que se dirigen a la playa y que los moradores del recinto cuentan con experiencia en la preparación y venta de alimentos, esta actividad comercial es primordial para la comunidad. Por lo tanto, el menú que ofrezcan deberá ser variado, e incluir

comida típica de la costa ecuatoriana, además de una variedad de piqueos como: humitas, tortas de choclo, maduro lampreado, maduro con queso, papas rellenas y dulces artesanales, como rosquitas, chokolatines, entre otros.

➤ **Frutas y derivados**

Aprovechando la variada producción de frutas que ofrece el lugar, se estima oportuno establecer un espacio para el expendio de dichos frutos, tanto en su estado natural como procesado a manera de conservas, helados, frutas confitadas y secas, para aprovechar al máximo los recursos y ofrecer variedad al visitante.

### **3.2.2 Área B: Servicios auxiliares**

Para esta actividad se destinarán 5 locales, 1 para la administración e información turística, los demás locales deberán ofrecer alquiler y venta de implementos necesarios para actividades turísticas, como bicicletas y sus complementos, carpas, sleeping, linternas, entre otros. Otra actividad que pueden ofrecer estos locales es la exposición y venta de artesanías.

➤ **Alquiler de implementos deportivos**

Con el fin de promover el turismo alternativo en Cerecita, se considera oportuno poner a disposición de los visitantes del CFT el alquiler de bicicletas

con sus respectivos implementos de seguridad, para desarrollar ciclismo en la zona, ya que cuenta con una serie de caminos vecinales, que en la actualidad únicamente son visitados por grupos aficionados a este deporte. El recinto cuenta con espacios abiertos que pueden ser utilizados para campamentos, por esto se cree necesario facilitar al turista todos los elementos para realizar esta actividad, fomentando así el ecoturismo en la zona. Se sugiere también la colocación de casilleros en cada uno de estos locales, con el propósito de que los turistas puedan realizar las actividades sin temor a extraviar sus objetos personales.

➤ **Venta de artesanías**

Se ofrecerá al turista variedad de artesanías de la costa tales como: hamacas, lámparas, collares, tapetes bordados a mano, blusas, entre otros; elaboradas por moradores del recinto, quienes han recibido capacitación y cursos de manualidades o por comunidades cercanas.

➤ **Oficina de administración e información turística**

Además de prestar un servicio público, a través de la información turística se pretende generar mayor flujo de visitantes no solo en los balnearios de la costa, sino también en aquellas zonas rurales donde existen variedad de recursos y atractivos que no han sido aprovechados turísticamente. La información incluirá una orientación sobre la oferta turística dando a conocer

las actividades culturales, recreativas, deportivas, de ocio o esparcimiento que se puedan realizar. Así también, se promocionará a las haciendas del sector, atractivos cercanos y Municipios a través de material informativo, proporcionado por los mismos, como folletos, carteles, guías, mapas, planos, entre otros. Otro servicio que se brindará es el alquiler del área de recreación para todo tipo de fiestas infantiles.

➤ **Internet y cabinas telefónicas**

El CFT pondrá a disposición del turista el alquiler de 5 computadoras con conexión a Internet y 5 cabinas telefónicas, brindado así una facilidad al turista en caso de requerirlo en el transcurso de su viaje.

### **3.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS**

Por la actividad turística y comercial que se llevará a cabo en el lugar, se ve necesaria la creación de 13 módulos de forma hexagonal con un área de iguales dimensiones (6 m<sup>2</sup> cada uno), además de otras instalaciones (Ver anexo 3.1) detalladas a continuación:

- 6 locales para la venta de alimentos preparados y frutas.
- 4 locales para servicios auxiliares
- 1 administración con información turística
- 2 baños, para hombres y mujeres respectivamente.



- 1 bodega que se distribuirá en seis espacios, destinados para los locales de alimentos preparados y frutas, en la que podrán almacenar los productos e implementos.
- 1 área de recreación con 142 m<sup>2</sup> que contará con juegos infantiles para la distracción de los niños que visiten el lugar con sus familiares.
- 26 parqueaderos con 135 m<sup>2</sup>, donde se establecerán 2 espacios para las personas con capacidades limitadas.
- 2 rampas para sillas de ruedas, la primera, que conectará el parqueadero con la entrada principal y la segunda para acceder al área A.
- Áreas verdes con un total de 180 m<sup>2</sup>, las cuales irán acorde al entorno para proyectar una imagen agradable.
- 1 garita con 4 m<sup>2</sup> en la entrada del CFT para el control de ingreso y salida de vehículos.

### **3.3.1 Materiales para la edificación**

Con la idea proporcionar un lugar estable, seguro y atractivo para los turistas, se ha previsto que los materiales a usar para la construcción del proyecto causen el mínimo impacto visual posible para la comunidad.

El conjunto arquitectónico en general estará edificado a base de hormigón armado, y sus paredes cubiertas con bloque ornamental con acabado revocado en esmalte, el tumbado de los locales será de yeso y la cubierta de

tejado color ladrillo. El piso del área de comedores y circulación peatonal será de adoquín, mientras que el de parqueo público será de asfalto. Contará con rampas para personas con capacidad limitada y con jardineras construidas a base de hormigón. El piso de los baños y locales en general serán de cerámica rústica. Los locales de alimentación tendrán un mesón de hormigón armado con acabado de cerámica y las ventanas serán de aluminio con vidrio.

### **3.3.2 Señalización**

Con la finalidad de que el turista se ubique fácilmente dentro del CFT y se familiarice con los servicios que se brindarán, se ve necesario implementar una adecuada señalización en el área, para que logren identificar los servicios y facilidades con las que contará. Es por ello que a la entrada del CFT se situarán carteles indicando la dirección del ingreso de proveedores y visitantes, indicando en el parqueadero el estacionamiento reservado para personas con capacidades limitadas. Contará además con un letrero ubicado en la parte superior de la construcción de manera que sea visible para todos aquellos que circulen por la autovía. En las áreas de alimentación y servicios auxiliares (A y B) se colocarán dos carteles indicando la dirección en que se encuentran, siendo cada local diferenciado con un nombre para lograr identidad propia. Del mismo modo, en el sector de comedores se establecerá el área de fumadores y no fumadores para

respetar las preferencias que tengan los visitantes. Antes de la llegada a los baños se colocara la señalización respectiva para facilitar el acceso a estos.

### **3.3.3 Decoración**

La decoración será diferenciada para cada área (A y B) e irá relacionada a su actividad, sin embargo los usuarios deberán relacionar la decoración de cada uno de los locales al diseño del CFT y con cuadros que muestren paisajes turísticos.

## **3.4 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPAMIENTO A REQUERIR**

El equipamiento con el que contarán las diferentes áreas del proyecto, ha sido determinado en base a las funciones y utilidad de las mismas, buscando homogeneidad en los locales de acuerdo a su actividad. Así se tiene, que en el área A, los locales de venta de alimentos preparados, serán provistos de una cocina industrial a gas de dos hornillas y un lavaplatos de acero inoxidable y los de venta de frutas y derivados estarán dotados con lavaplatos y exhibidores adecuados a su necesidad. En el área B se asignarán 16 casilleros para cada uno de los locales. El área de comedor estará adecuada con 12 mesas y 6 sillas cada una, con capacidad para 72 personas, estos muebles serán de madera y llevarán su respectivo parasol. Los baños estarán distribuidos en 4 inodoros y 3 lavamanos tanto en el de hombres como el de mujeres.

El área de recreación estará equipada con juegos infantiles hechos a base de materiales reciclados y ecológicos: 4 columpios triples, 3 ruedas giratorias, 2 resbaladeras, 3 sube y baja, 1 rayuela, 1 laberinto grande y uno pequeño. Así mismo, la garita de seguridad contará con un escritorio, una silla y un teléfono.

La oficina de administración estará equipada con un escritorio, con su respectiva silla, además de una computadora con acceso a Internet y teléfono. Así también contará con un botiquín de primeros auxilios y un mueble donde se almacenar los suministros de oficinas, productos de limpieza e implementos de aseo personal destinados para los baños.

Para brindar seguridad y confort a cada local se ha previsto entregarlos con: puerta metálica enrollable y puerta inferior pequeña, para los locales de alimentos preparados, y para los locales de venta de frutas y servicios auxiliares se colocará una puerta metálica enrollable como acceso principal. Los locales del área A contarán con una puerta trasera de madera para uso de los arrendatarios. Los baños contarán con una puerta principal de madera y en el interior tendrán una puerta individual para cada inodoro. El área de recreación estará rodeada con malla metálica con su respectiva puerta para la protección de los usuarios, finalmente el CFT contará con 1 extintor contra incendio por área (A y B).

### **3.5 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES**

Según información extraída del “*Seminario Impactos Ambientales en Proyectos*”, las cuatro etapas principales para la realización de un estudio de Impacto Ambiental son: diseño, construcción, operación y abandono

Para el desarrollo del proyecto del CFT en el km. 50 del recinto Cerecita, se analizarán las etapas de construcción y operación, a partir de lo cual se buscará determinar los impactos y el nivel en el que podrían afectar tanto positiva como negativamente a los componentes: físico, biótico y socioeconómico.

#### **3.5.1 Identificación y evaluación de impactos ambientales**

La identificación de los impactos ambientales del proyecto del CFT, se realizó considerando la herramienta conocida como “*lluvia de ideas*”, además la información existente de la línea base descrita en el Capítulo I. Como resultado de ésta se presenta a continuación la lista de verificación de los impactos más relevantes en las etapas de construcción y operación, en donde se encontró que el componente biótico no amerita un análisis en el presente estudio debido a que en el área no se encontraron especies endémicas de flora y fauna.

**Tabla 3.1**  
**LISTA DE VERIFICACIÓN**

IMPACTOS GENERADOS	ETAPA DEL PROYECTO			
	DISEÑO	CONSTRUCCIÓN	OPERACIÓN	ABANDONO
<b>Sobre el Agua</b>				
Contaminación			X	
Cambio de uso		X	X	
<b>Sobre el aire</b>				
Contaminación		X	X	
Niveles de ruido		X	X	
Emisión de gases de equipos		X	X	
Presencia de malos olores		X	X	
<b>Sobre el suelo</b>				
Contaminación del suelo			X	
Erosión		X	X	
<b>Sobre el paisaje</b>				
Percepción visual		X	X	
<b>Sobre población</b>				
Riesgos de accidentes		X	X	
Seguridad		X	X	
Calidad de vida			X	

Fuente: Elaboración tesis

Considerando que las etapas del proyecto, en las que se encontró mayor afectación por impactos son: Construcción y Operación. Se consideró dicha información como base para la elaboración de la Matriz de Impactos Ambientales, en donde se establece los valores correspondientes de acuerdo a su nivel de afectación serán:

**3 = alto**

**2 = medio**

**1 = bajo**

### 3.5.2 Etapa de construcción

Los mayores resultados en la Matriz demuestran lo siguiente: entre las actividades que según el análisis, presentan impactos positivos, se hace referencia a la *limpieza de fachada* que tiene un peso relativo de 3 y contribuye a la generación de empleo en un nivel positivo medio, la *Señalización* del CFT y carretera tienen un peso relativo de +3, en donde la generación de empleo y calidad visual – paisaje poseen un nivel positivo medio. El *revestimiento de piso* y la *ornamentación* tienen un peso relativo de 2 e influyen también en la generación de empleo en un nivel positivo medio.

Por otra parte, aquellas actividades que generan impactos negativos están ubicadas básicamente en la primera fase de la etapa de construcción. La *excavación y movimiento de tierra* presenta un peso relativo de -9, afectando en un nivel negativo medio al ruido - vibraciones, calidad visual – paisaje, estabilidad y calidad de suelo. Así también la *hincadura de pilotes* presenta un peso relativo de -8, donde los niveles de los componentes ruido – vibración y estabilidad del suelo tienen un impacto negativo medio. Por último, la *perforación de pozo séptico* presenta un peso relativo de -8, donde la estabilidad del suelo se ve impactada en un nivel negativo alto. (Ver anexo 3.2).

### **3.5.3 Etapa de operación**

Entre las actividades con los resultados más relevantes en la Matriz se pudo observar que: según el análisis de la etapa de operación se obtuvieron impactos positivos principalmente en las actividades a realizarse en las fases de ejecución, en donde la limpieza tiene un peso relativo de +6, influyendo sobre la satisfacción del cliente en un nivel positivo alto, esta misma actividad en la fase del cierre suma un peso relativo de +7, donde la calidad visual – paisaje y satisfacción al cliente tienen un impacto de nivel positivo alto. De la misma manera la inspección general, con un peso relativo de +6 representa un nivel alto positivo sobre el nivel de seguridad y la circulación vehicular de visitantes, repercute en la generación de empleo y la calidad de vida en un nivel positivo medio.

Durante esta etapa no se reflejan impactos negativos relevantes, debido a que se han asignado las funciones respectivas (detalladas en el capítulo 4) para la correcta operación del lugar, por lo cual se menciona la actividad de generación de aguas residuales con un peso relativo de -2, en donde la calidad del agua e infraestructura reciben un impacto de nivel negativo bajo. (Ver anexo 3.3).

### **3.5.4 Medidas de mitigación**

De acuerdo a los impactos negativos establecidos se ve necesaria la aplicación de medidas de mitigación con el objetivo de prever inconvenientes



que se puedan presentar en las diversas etapas del proyecto analizadas en este estudio.

En cuanto a los niveles de ruido – vibraciones, se recomienda establecer horarios para la construcción y prohibir el uso de bocinas y altoparlantes con el objetivo de atenuar en parte el impacto que éstos puedan causar.

Acerca de la calidad visual - paisaje se sugiere rodear la obra con una barrera provisional (tela o playwood) en la que se indique lo que se va a construir para reducir el impacto negativo que se pueda presentar.

Respecto a la estabilidad de suelo, se prevé planificar la obra sin que supongan grandes trastornos para el suelo, introduciendo prácticas respetuosas como permitir la presencia de cubiertas vegetales, así como proteger el área de la construcción para evitar demasiada humedad.

En referencia a la calidad de suelo, se tomará las debidas precauciones con el propósito de que evitar el goteo del combustible en la superficie.

Con respecto a la calidad del agua e infraestructura se prevé realizar mantenimiento anual de las instalaciones para evitar deterioro, proliferación de bacterias. También se recomienda utilizar mallas protectoras en los lava platos de cada local para evitar el estancamiento de residuos sólidos que provoquen obstrucción de las tuberías.

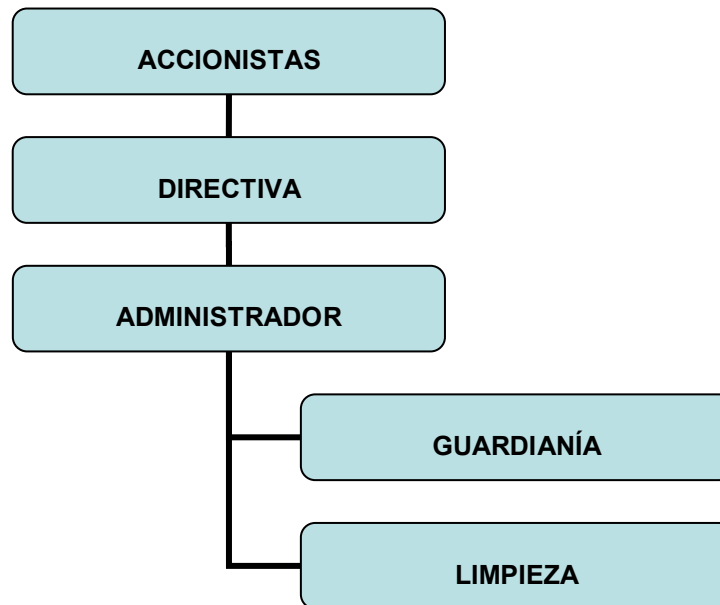
## **CAPÍTULO 4**

### **GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

#### **4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional con la que contará el CFT, tiene la finalidad de establecer las funciones que desarrollará cada miembro del establecimiento, para lograr un ambiente de trabajo óptimo y desarrollar las actividades organizadamente alcanzando así las metas fijadas en la planificación. Por lo cual, el Centro de Facilitación Turística estará integrado por:

**Cuadro 4.1**  
**ORGANIGRAMA CFT**



Fuente: Elaboración tesistas

#### **4.1.1 Funciones de los integrantes del CFT**

##### **➤ Accionistas**

Se propone que los integrantes sean miembros de la comunidad, los cuales serán responsables de coordinar, dirigir y ejecutar las disposiciones establecidas para el Centro de Facilitación Turística.

##### **➤ Directiva**

Estará conformada por los accionistas quienes tendrán las siguientes funciones:

- El **Presidente** tendrá a su cargo la responsabilidad de representar a los accionistas en sus delegaciones y ante cualquier persona, autoridad, o entidad pública y privada, el cual convocará a reuniones a todos los accionistas cada vez que sea necesario.
- **El Vicepresidente** realizará las funciones del presidente en caso de algún inconveniente, ya sea por ausencia u otros.
- **El Secretario** será el encargado de dar a conocer a los integrantes del CFT cualquier información necesaria. También será responsable del archivo de documentos legales, de constitución y otros.

➤ **Administrador**

Estará encargado de regular, dirigir y corregir las actividades del CFT con respecto a los productos y servicios que se ofrecerán. Asignará correctamente los locales comerciales de acuerdo a la distribución establecida, de esta manera controlará los procesos de compra, venta y almacenaje de los productos necesarios para la operación. Su responsabilidad también implica mantener al día los ingresos por alquiler de locales y gastos en general, así como los permisos necesarios para el funcionamiento en general.

Además, estará encargado de supervisar directa o indirectamente las actividades y proceder de los integrantes del CFT. Tendrá la responsabilidad de inspeccionar el estado y mantenimiento de los locales, así como también

supervisar y coordinará las actividades del personal de seguridad y limpieza para asegurar el bienestar de los integrantes y visitantes.

El administrador deberá controlar las actividades de los comerciantes, proveedores y artesanos quienes a pesar de no constar en el organigrama, deberán ser supervisados para brindar un servicio de alta calidad.

- **Comerciantes:** deberán cumplir con el horario y uniforme establecidos adquiriendo las fundas con el logo respectivo del CFT. Los implementos o materiales a utilizar durante el desarrollo de sus actividades deberán encontrarse en buen estado y los encargados de cada local deberán colocar sus desechos en los contenedores establecidos según disposiciones de la administración. Con respecto a las necesidades de los clientes, se ofrecerán productos, ya sean frutas, verduras, alimentos, bebidas o artesanías en condiciones óptimas, a precios competitivos y con atención personalizada contando siempre con suficiente stock de productos.
- **Proveedores:** El Centro de Facilitación Turística va a poseer diferentes proveedores de acuerdo a la demanda de los comerciantes, quienes son responsables de abastecer de productos a cada local en los horarios (de lunes a domingo de 05h00 a 07h00) y condiciones que se establezcan.

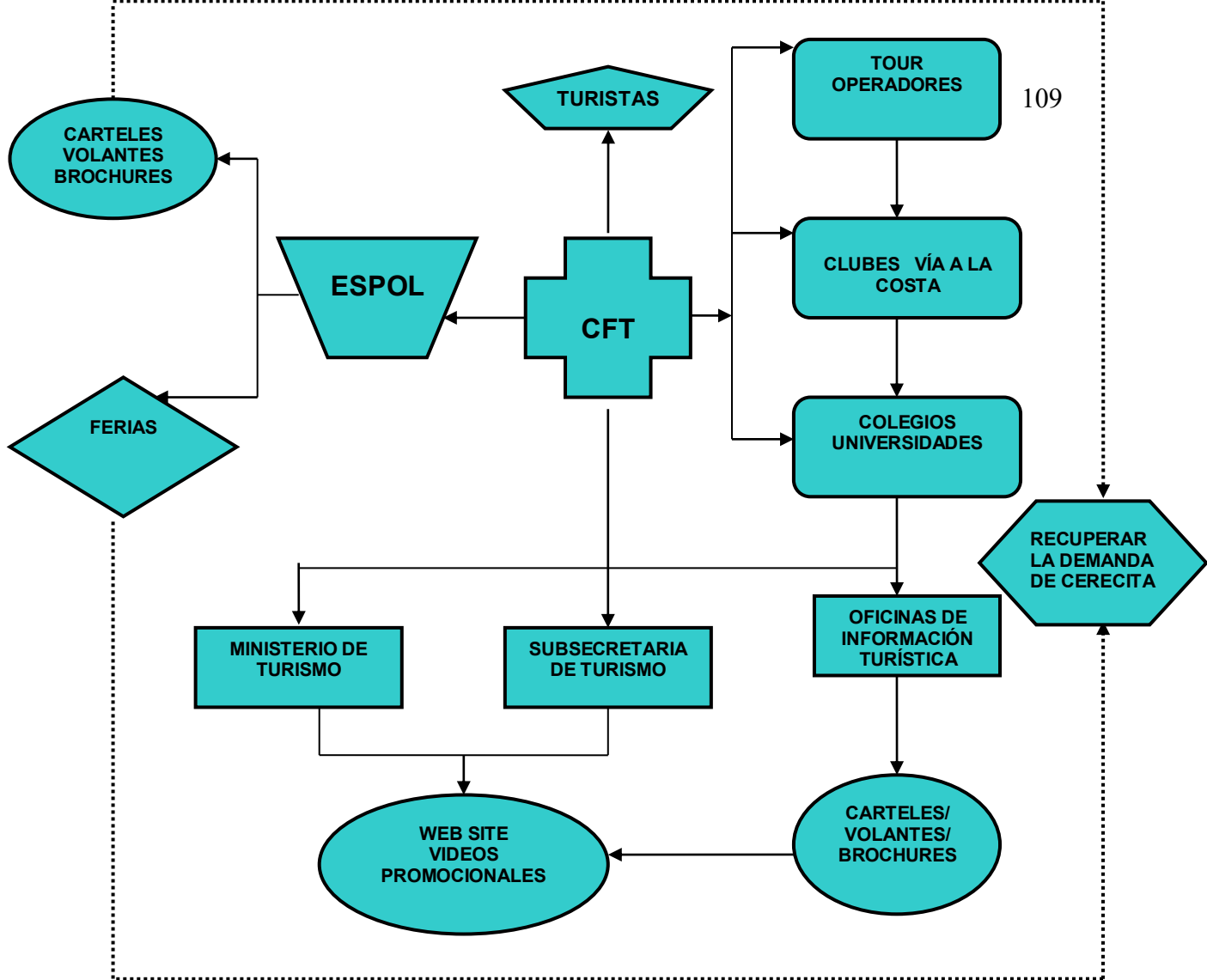
➤ **Guardianía**

Se recomienda que sean los moradores de Cerecita quienes estén encargados de la seguridad del CFT las 24 horas del día, para evitar cualquier perjuicio al establecimiento y comunidad que lo integra.

➤ **Limpieza**

Será responsable de vigilar y mantener la pulcritud de todo el CFT, conservando la higiene del lugar en las áreas de comedores, recreación, parqueaderos y áreas verdes, asegurándose del correcto uso y limpieza de los tachos de basura para evitar el mal aspecto del mismo. Estará encargado de mantener el orden del CFT en su apertura y cumplir con los horarios de recolección de basura de acuerdo a los horarios establecidos por el Consorcio Vachagnon, para evitar la acumulación de desperdicios después de cada actividad.

En los meses de abril a noviembre el horario será de 07h00 a 20h00 y en los meses de diciembre a mayo será de 07h00 a 22h00.



## 4.2 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Cuadro 4.2

### PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Las estrategias de comercialización del CFT tienen como objetivo principal recuperar y aumentar la demanda turística de la población de Cerecita.

La Distribución Directa establece que el cliente realiza la compra con el empresario, por iniciativa propia, ya sea contactándose telefónica o personalmente, donde el empresario puede vender sus productos sin intermediarios. La ventaja de esta estrategia radica en la posibilidad de vender mayor cantidad de productos y llevar un mejor control sobre las ventas, teniendo mayor confianza en la información porque es directa. Además, la Distribución Indirecta implica la existencia de algún tipo de intermediarios entre producto-prestatario y usuario, como son los tour operadores (14).

El Centro de Facilitación Turística se comercializará por medio de diferentes entidades públicas y/o privadas:

- **Tour Operadores**, incluirán en sus programas la visita al CFT, proporcionándoles información del lugar mediante carteles, brochures y volantes para promocionar el establecimiento y así llegar a un mercado más amplio.
- **Clubes vía a la costa**, en los cuales se dará a conocer el CFT mediante volantes, explicando los servicios y productos a ofrecer. Este tipo de difusión estará dirigido a las familias que disfrutan un fin de



semana cerca de la población de Cerecita, ofreciéndoles una nueva alternativa.

- ***Colegios y universidades***, se informará las actividades que se ofrece en el CFT para incluirlas dentro de las excursiones que tengan programadas estas entidades para sus estudiantes, por medio de carteles, siendo el objetivo principal informar e involucrar a los alumnos sobre el turismo alternativo que se puede realizar en este sector, creando una cultura turística medioambiental para la conservación de los recursos.
- ***Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)***, en la cual se realizarán ferias sobre los servicios y actividades que se ofrecerán en el CFT por medio de exposiciones, facilitando carteles, volantes y brochures, para informar a los universitarios y visitantes sobre nuevas alternativas de turismo a pocos minutos de la ciudad de Guayaquil y puedan realizar su propio recorrido en la población.
- ***Ministerio de Turismo y Subsecretaría de Turismo***, a través de web site y videos promocionales se dará a conocer las actividades que se pueden realizar en el recinto y especialmente, sobre los servicios del CFT.
- ***Oficinas de información turística***, se entregará toda la información necesaria para que sea transmitida correctamente a los turistas por medio de volantes y brochures, convirtiéndose en un medio importante en la promoción del turismo en general.

#### **4.2.1 Estrategias de venta**

Es recomendable realizar las campañas de promoción antes mencionadas para atraer la demanda al lugar, por lo cual se ve atractivo realizar actividades que capten la atención del cliente, por ejemplo “la hora de la canasta”, donde es necesario identificar las horas de menor afluencia con precios atractivos para que realicen sus compras de alimentos, en el caso del turismo organizar recorridos con todos los instrumentos necesarios para la actividad turística a un precio rentable y justo fomentando el turismo rural de la zona.

#### **4.3 PLAN DE PROMOCIÓN**

El objetivo principal del plan de promoción es recuperar la demanda turística de Cerecita por medio de la venta de sus alimentos preparados y frutas, además de ofrecer servicios auxiliares con el afán de incorporar la actividad turística en la zona. Es por esto que se ve conveniente aplicar la Estrategia de Atracción, (15) ya que el producto es conocido, por lo que se dará énfasis a las *actividades de promoción* para llegar directamente al consumidor final, las mismas que serán:

##### **a) Campaña de correo tradicional y electrónico**

Consiste en mantener informado a los potenciales visitantes, especialmente de las entidades públicas y privadas, a través de cartas de invitación con material publicitario sobre los servicios que ofrecerá el CFT, estimulando así

su visita. Así como también vía Internet, por ser un medio de información eficaz, se pretende dar a conocer los servicios del CFT, a través de los beneficios que éste brinda como correos electrónicos masivos y publicidad en el portal oficializado de turismo del Ecuador.

#### **b) Visitas promocionales**

Mostrar personalmente la oferta turística del establecimiento al mercado, esto es, empresas públicas y privadas así como medios de comunicación, informando sobre los productos y servicios que posee, facilitando material promocional para captar mayor mercado tanto nacional como extranjero. El objetivo principal de ésta actividad es dar paso a la campaña publicitaria del CFT a través de:

- **Reportajes de TV**

Se pretende promocionar el CFT por medio de programas televisivos matutinos, en los segmentos donde se promueve el turismo del Ecuador, ofreciendo una nueva opción de visita, aprovechando este medio para dar a conocer las riquezas culturales que posee el sector y lugares atractivos para visitar.

- **Prensa escrita**

Los reportajes turísticos de las revistas y periódicos, generan resultados positivos sobretodo en las masas, por lo que se pretende

hacer uso de este medio para demostrar la nueva imagen de Cerecita con respecto a la venta organizada de productos y su influencia en el desarrollo de nuevas alternativas turísticas en la zona.

### **c) Viajes de familiarización**

Establecer relaciones públicas a través de reuniones y visitas con diferentes entidades con el objetivo de promover su visita al CFT, siendo esto una estrategia para atraer a un mercado más amplio, para lo cual se otorgará información necesaria que les permita conocer, apreciar y difundir los servicios que se pueden encontrar tanto en el establecimiento como en el recinto. Así también se buscará contar con su presencia en los eventos de tipo cultural que se realicen.

### **d) Participación en eventos turísticos**

Estar presentes en los diferentes eventos que realizan las entidades del turístico para dar a conocer los productos y servicios que se ofrecerán en el CFT y lograr el interés de la comunidad en general.

## **4.3.1 Publicidad**

Con el ánimo de captar la atención de los futuros visitantes y de posicionar la marca del CFT en el mercado turístico, se ha diseñado un logotipo que contiene la imagen de una vía y un árbol de cereza, haciendo referencia a la localización del producto y a la fruta que le dio nombre al recinto, así también se determinó el slogan, que da un mensaje subjetivo

sobre lo agradable que resultaría realizar una parada en el establecimiento, en el transcurso del viaje, tal como se muestra a continuación:

**Figura 4.1**

**LOGOTIPO DEL CFT**



Fuente: Jimmy Salmón, Diseñador Gráfico

En la fase de apertura, la cual tendrá una duración de un mes, se ha previsto destinar material publicitario como carteles, brochures, volantes, además se contará con la participación en medios de comunicación a través de sus espacios libres, poniendo así a su disposición una nueva opción que satisfaga sus necesidades a partir de los servicios que se ofrecerán en el CFT. Así también se llevarán a cabo campañas de publicidad durante la operación de cada año en la que básicamente se utilizará materiales como afiches y brochures. Para esto se ha determinado un número mínimo de establecimientos que funcionarán como canales de distribución para la entrega de estos materiales.

**Tabla 4.1**

**DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO**

<b>Canales / dist.</b>	<b>Nº</b>	<b>Brochures</b>	<b>Carteles</b>
Tour operadora	3	1080	12
Club	2	720	8
Colegio	10	600	10
Universidad	3	180	12
Subsecretaria	1	360	2
Oficina de información	2	720	2
<b>TOTAL</b>		<b>3660</b>	<b>46</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## **CAPÍTULO 5**

### **ASPECTOS FINANCIEROS**

Con la finalidad de determinar el nivel de rentabilidad del Centro de Facilitación Turística, se han identificado los diferentes rubros necesarios en la edificación y puesta en marcha del proyecto en mención. Además se consideran los costos de producción, se establece el margen de utilidad sobre los servicios prestados e ingresos obtenidos y la fuente de financiamiento, lo que determina la forma de solventar el proyecto.

## 5.1. COSTOS

La obra civil del CFT, demanda un presupuesto final de USD 82,199.79 incluye los trámites preliminares y legales, preliminares del proyecto general, construcción general, módulos A, B, SS.HH y garita. (Ver anexo 5.1).

**Tabla 5.1**

### **COSTO DE OBRA CIVIL EN USD**

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo</b>	<b>TOTALES</b>
Trámites preliminares legales	1	5.842,00	5.842,00
Preliminares proyecto general	1	2.194,00	2.194,00
Construcción general	1	28.848,07	28.848,07
Módulo Área "A"	6	3.929,14	23.574,83
Módulo Área "B"	5	3.311,64	16.558,19
Módulo de S.S. H.H	1	3.732,91	3.732,91
Módulo de garita	1	1.449,80	1.449,80
<b>TOTAL</b>			<b>82.199,79</b>

Fuente: Elaboración tesistas

Los equipos y materiales que se utilizarán para la adecuación del CFT suman un valor en la inversión inicial de USD 5.743,00 donde están incluidos los equipos y amoblamiento necesarios para su óptimo funcionamiento, además consta la parte de decoración y otros activos como la señalética, y letreros para los locales. (Ver anexo 5.2).

En el proyecto se detectaron además algunos gastos preoperacionales como honorarios, planos arquitectónicos y estructurales, de constitución, publicidad por apertura, diseño del logotipo, tasa y permiso de funcionamiento, los que suman un valor total único de USD 3.570,00.



En lo referente a la publicidad por apertura se ha determinado que se utilizará 500 volantes, 300 brochures y 50 afiches.

**Tabla 5.2**

**GASTOS PREOPERACIONALES EN USD**

<b>Rubro</b>	<b>Costo USD</b>
Honorarios de asesoría previa	500,00
Proyecto arquitectónico (planos)	1.000,00
Proyecto estructural (planos)	500,00
Gastos de constitución	800,00
Publicidad por apertura	620,00
Tasa y permisos de funcionamiento	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.570,00</b>

Fuente: Elaboración tesistas

Se puede mencionar como costo de publicidad, al que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios, a los clientes, para lo cual se requieren de materiales como: hojas volantes, brochures, afiches y diseño de logo, divididos en la apertura del CFT (USD 620,00) y en la publicidad de cada año (USD 2.300,00). (Ver anexos 5.3 y 5.4).

El costo administrativo de personal, consta de la mano de obra directa (personal de administración y limpieza), e indirecta (personal de seguridad), cuyos valores suman un total de USD 16.525,00 en el primera año. (Ver anexo 5.5 y 5.6).

Se prevé organizar capacitaciones anuales al personal del CFT, en lo relacionado a actividades turísticas, servicio al cliente, buenas prácticas en la

manipulación de alimentos y otros temas. Este rubro, sumado a la mano de obra directa, servicios básicos (Ver anexo 5.7) y papelería son parte de los gastos administrativos generales como costos necesarios para la gestión del proyecto, con un valor de USD 11.393,75 el primer año. (Ver anexo 5.8).

Los costos de producción son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Incluye la mano de obra indirecta y mantenimiento de equipos, dando un total de USD 5.845,30 en el primer año. (Ver anexo 5.9).

En cuanto a los insumos de limpieza, se recomienda renovarlos cada cierto tiempo según la necesidad. Por lo que se necesita adquirir los implementos básicos de limpieza para un adecuado mantenimiento con sus respectivos insumos. Lo cual suma un total anual de USD 829,72. (Ver anexo 5.10).

El presupuesto para suministros de operación, que se requiere en el proyecto será de USD \$867,00 en el primer año (Ver anexo 5.11), lo que incluye uniformes y fundas con logotipo, estos diversos implementos tienen diferentes tiempos de vida útil, por lo consiguiente, se cree necesario el cambio de cada implemento de acuerdo a la necesidad, los mismos que serán vendidos a los usuarios, por parte de la administración. Así también se realizó la proyección anual de dichos costos (Ver anexo 5.12), tomando como referencia la tasa de inflación al cierre de 2007 de 3,32%.

- Se considera que un mandil tiene un tiempo de vida útil de 6 meses, por lo que se requerirá de 4 mandiles anuales para cada local del área A, lo que da un total de 24 unidades al año.
- Los gorros de cocina duran aproximadamente 3 meses, por lo tanto, se necesitará de 24 gorros anuales, debido a que habrán alrededor de 2 empleados en la cocina de cada local de alimentos preparados (3).
- De acuerdo a la cantidad de empleados por local (10), que harán uso de las gorras con logotipo, se considera necesario un total de 20 unidades anuales, siendo 2 personas por cada uno las que harán uso de estas, teniendo un año de durabilidad cada gorra. La administración entregará al personal de limpieza y seguridad 4 gorras anuales sin costo.
- Se presume que una camiseta tiene una durabilidad de 6 meses, por lo que se requerirán de 80 camisetas, es decir 2 camisetas al año para 4 personas por cada local de las áreas A y B. Para el administrador, el personal de limpieza y seguridad se entregará en total 10 camisetas al año, sin costo.
- Se prevé que cada local (10) adquirirá un aproximado de 720 fundas por año (grandes y pequeñas), tomando en cuenta que cada local necesitará de 4 fundas como mínimo por día.

Los rubros que se asignarán como capital de trabajo, serán una caja chica que servirá para cubrir imprevistos que se presenten durante la operación, también se incluyen los suministros de operación e insumos de limpieza representando un total de USD 241,39 mensualmente.

**Tabla 5.3**

**CAPITAL DE TRABAJO EN USD**

<b>Rubro</b>	<b>Costo</b>
Efectivo disponible (caja chica)	100,00
Costo de venta	72,25
Insumos de limpieza	69,14
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>241,39</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>2896,72</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## 5.2 INVERSIONES

La inversión total del proyecto incluye: activos fijos, para lo cual se tomó en cuenta los valores correspondientes a obra civil, equipos, amoblamiento, decoración, materiales indirectos y otros activos, así también se suman los gastos preoperacionales y el capital de trabajo, obteniendo una inversión total de USD 93.984,41.

Tabla 5.4

## INVERSIÓN DEL PROYECTO EN USD

Rubro	Total	Porcentaje
ACTIVOS FIJOS (Inversión Inicial)	<b>87.942,79</b>	93,57
ACTIVOS DIFERIDOS		0,00
GASTOS PREOPERACIONALES	<b>3.144,90</b>	3,35
TOTAL ACTIVOS	91.087,69	0,00
CAPITAL DE TRABAJO	<b>2.896,72</b>	3,08
<b>TOTAL</b>	<b>93.984,41</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración tesistas

En base a los activos fijos se determinó la depreciación anual, tomando en cuenta el valor y el tiempo de vida útil de cada uno (Ver anexo 5.13).

### 5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

Con el objetivo de obtener el financiamiento necesario para la realización del proyecto, se consideró a la Corporación Financiera Nacional (CFN), como entidad referente, la cual ubica al CFT dentro de los proyectos de PYMES debido a que el monto del presupuesto que maneja se encuentra dentro del rango de 25.000,00 hasta 2'000.000,00. Los parámetros del financiamiento según la entidad son:

- El presupuesto del CFT, corresponde a la categoría de “proyectos nuevos” para lo cual la entidad cubre hasta un 70% del valor total, por lo que el porcentaje restante (30%) deberá ser cubierto por los accionistas.

- La tasa activa otorgada para este tipo de proyectos es del 9,30% de interés anual, vigente a partir de febrero de 2008, según disposiciones del Banco Central del Ecuador (BCE). Así también,
- El tiempo máximo para el pago del préstamo, es de 10 años, sin embargo se prevé que la deuda sea cancelada en un plazo de 7 años, con el objetivo de dar facilidad de pago a los inversionistas, considerando que esté conformada por habitantes de la comunidad.

**Tabla 5.5**  
**FINANCIAMIENTO**

Detalle	Valor US \$	Porcentaje
Préstamo bancario	65.789,09	70%
Aporte accionistas	28.195,32	30%
<b>TOTALES</b>	<b>93.984,41</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración tesistas

Con el valor de la deuda, se elaboró la amortización del préstamo.

**Tabla 5.6**  
**AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

PERIODOS	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA ANUAL	SALDO
<b>AÑO 0</b>				<b>65.789,09</b>
<b>AÑO 1</b>	6.118,39	9.398,44	15.516,83	56.390,65
<b>AÑO 2</b>	5.244,33	9.398,44	14.642,77	46.992,21
<b>AÑO 3</b>	4.370,28	9.398,44	13.768,72	37.593,77
<b>AÑO 4</b>	3.496,22	9.398,44	12.894,66	28.195,32
<b>AÑO 5</b>	2.622,17	9.398,44	12.020,61	18.796,88
<b>AÑO 6</b>	1.748,11	9.398,44	11.146,55	9.398,44
<b>AÑO 7</b>	874,06	9.398,44	10.272,50	0,00

Fuente: Elaboración tesistas

## INGRESOS

Con el fin de obtener los ingresos que sustentarán el proyecto se consideró rubros como los suministros de operación, así como también el alquiler de locales y área de recreación y la promoción de municipios, atractivos cercanos y haciendas de Cerecita, que serán manejados a través de la oficina de administración e información, de los cuales se realizó la proyección de precios de venta respectiva con la tasa de inflación de 3,32 %. (Ver anexo 5.14). Los clientes previstos para la promoción se detallan a continuación:

**Tabla 5.7**  
**CLIENTES PROMOCIÓN**

MUNICIPIOS	ATRACTIVOS CERCANOS	HACIENDAS
Guayaquil	Finca La Gloria	Dionisio
Playas	Agro Com. Río Daular "Avestruz"	Bonanza
Santa Elena	Forestal El Castillo	San Remo
Libertad	Finca Teresita	Manguitos
Salinas	Parque Eco-Turístico Buckingham	etc.
	Parque El Lago	
5	6	23

Fuente: Elaboración tesistas

Para determinar el ingreso por ventas, fue necesario establecer el margen de utilidad que se le sumará a cada producto y servicio (Ver anexo 5.15), así como determinar la cantidad de los mismos que se contabilizará anualmente, por lo que durante el primer año de operación, se estima un total de ventas de USD 65.428,00, como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 5.8**  
**INGRESO POR VENTAS**

<b>Ingreso anual</b>	<b>Cant. An.</b>	<b>PVP</b>	<b>T. Mes</b>	<b>T. Año</b>	<b>Totales</b>
<b>ALQUILER</b>					51.840,00
Locales	10	240,00	2.400,00	28.800,00	
Área de recreación	24	80,00	1.920,00	23.040,00	
<b>VENTA DE UNIFORMES</b>					784,00
Mandiles	24	5,00	10,00	120,00	
Gorros de cocina	24	1,00	2,00	24,00	
Gorras	20	4,00	6,67	80,00	
Camisetas	80	7,00	46,67	560,00	
<b>VENTA VARIOS</b>					864,00
Fundas grandes	7200	0,08	48,00	576,00	
Fundas pequeñas	7200	0,04	24,00	288,00	
<b>PROMOCIÓN</b>					11.940,00
Municipios	60	65,00	325,00	3.900,00	
Atractivos cercanos	72	35,00	210,00	2.520,00	
Haciendas Cerecita	276	20,00	460,00	5.520,00	
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>65.428,00</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>					<b>5.452,33</b>

Fuente: Elaboración tesistas

Con los valores correspondientes a las ventas del primer periodo, se ha estimado una proyección anual, tomando en cuenta el 5% del incremento a la demanda. (Ver anexo 5.16).

#### **5.4 PROYECCIÓN DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

En el estado de pérdidas y ganancias o de resultados, se analizan los ingresos y egresos que forman parte de la actividad que se va a generar en el proyecto. (Ver anexo 5.17). Para la elaboración de éste ítem se considera los totales de los costos de ventas, así también incluye la depreciación, las cuotas anuales, y los descuentos o tasas de ley (trabajadores e impuesto a la



renta), obteniendo como resultado la utilidad líquida del ejercicio. Donde se refleja que en el año uno se obtiene ingresos de USD 28.699,40 y avanza hasta el año siete con un total de USD 37.314,87, logrando así cubrir las obligaciones tanto administrativas, como productivas y financieras (16).

**Tabla 5.9**

**UTILIDAD LÍQUIDA**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>Utilidad líquida</b>	28.699,40	32.140,63	27.262,10	29.639,03	32.115,00	34.624,90	37.314,87

Fuente: Elaboración tesis

**FLUJO DE CAJA**

Constituye un resumen en el que se identifican los rubros de los ingresos y egresos operacionales restados entre sí, para obtener el flujo bruto operacional, así como los ingresos y egresos no operacionales, que dan como resultado el flujo neto no operacional (17). Los dos primeros cálculos de saldo final en caja arrojan valores negativos, esto se debe principalmente al préstamo que se realiza en el año cero y luego en el segundo año se empieza a incrementar considerablemente, empezando con un valor de USD 28.195,32. Este rubro representa el saldo inicial para los siguientes años y es una herramienta para denotar la viabilidad de la implementación y equipamiento del proyecto. (Ver anexo 5.18).

### 5.4.1 Indicadores financieros

Luego del análisis respectivo, y en base a información obtenida de los flujos de caja, se determinaron los valores necesarios para la realización de los métodos de evaluación financiera (VAN, TIR y PRC), obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 5.10**  
**VAN, TIR Y PRC**

TASA	9,30%
AÑO 0	28.195,32
AÑO 1	28.372,26
AÑO 2	31.797,13
AÑO 3	26.901,48
AÑO 4	29.260,38
AÑO 5	31.717,41
AÑO 6	34.207,43
AÑO 7	36.876,53
<b>VAN</b>	125.667,84
<b>TIR</b>	1,03
<b>PRC</b>	0,99

Fuente: Elaboración tesistas

El valor actual neto o VAN, es el equivalente en dólares de todos los ingresos y egresos presentes y futuros que ocurren en el proyecto, para lo cual es necesario descontar los flujos de caja con una tasa de interés equivalente al costo de oportunidad del inversionista (9,30%). Así también, este cálculo implica traer los valores futuros al presente año cero y sirve para conocer cuánto representan actualmente dichos flujos, para lo cual se utilizó la herramienta de excel (insertar - función – financieras), ubicando los valores

de la tasa de interés, 9,30%, flujo neto generado de los años (1-7) y sumando el flujo neto generado del año 0.

La tasa interna de retorno o TIR, es aquella que hace el valor presente de los ingresos igual al valor presente de los egresos al descontarlos al periodo cero, para su cálculo se consideraron los flujos netos generados desde el año cero (0) hasta el año siete (7), donde se concluye que la TIR del proyecto corresponde a 1.03%.

El periodo de recuperación del capital o PRC representa el tiempo en el cual se podrá recuperar la inversión que permitió llevar a cabo el proyecto, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$PRC = N - 1 + \left[ \frac{(FA)_{N-1}}{F_N} \right]$$

En donde:

N = año en que el flujo acumulado cambia de signo

(FA) N-1 = flujo de efectivo acumulado en el año previo a N

FN = flujo neto de efectivo en el año N

El PRC del proyecto, pertenece a 0.99, por lo que se ubica dentro de los intervalos de los años 1 y 2, lo que indica que en este periodo se recuperará la inversión del proyecto.

## CONCLUSIONES

La realización de proyectos de esta índole puede contribuir a la reactivación de la demanda turística, sobretodo de los sectores alejados de la planificación y desarrollo.

El recinto Cerecita posee gran variedad de recursos naturales y culturales que ameritan ser desarrollados turísticamente para fortalecer su potencial.

La comunidad receptora demuestra un importante optimismo en cuanto a incursionar en nuevas actividades, por lo que se vislumbra un panorama positivo en el futuro económico de esta población.

El proyecto funcionaría como anclaje para el inicio de diversas actividades turísticas en el sector.

## RECOMENDACIONES

Se considera necesaria la realización de programas de capacitación dirigidos a los integrantes de la comunidad sobre atención al cliente, higiene y manipulación de alimentos, así también relacionados al cuidado de los recursos naturales del sector.

Solicitar la intervención de las respectivas autoridades con el fin de mejorar la infraestructura en Cerecita y sus alrededores.

Involucrar a la comunidad en diversas actividades aprovechando sus recursos con el fin de promover el turismo alternativo y agroturismo en la zona.

Construir un CFT al otro lado de la carretera.

# ANEXOS

Anexo 1.1

**ANUARIO METEOROLÓGICO PROGRESO - GUAYAS  
TEMPERATURA**

2000												
MES	TEMPERATURA DEL AIRE A LA SOMBRA			HÚMEDA RELATIVA					PRECIPITACIÓN (min.)			Numero de días con precipitación
	MEDIAS (oC)								Suma máxima en			
	Máxima	Mínima	Mensual	Máxima	Día	Mínima	Día	Media	Mensual	24 hrs.	Día	
SEPTIEMBRE	29.2	18.8	23.2					83	0.0	0.0	1	0
OCTUBRE	29.3	19.7	23.8					82	0.0	0.0	1	0
NOVIEMBRE	30.2	19.0	24.1					79	0.0	0.0	1	0
DICIEMBRE	30.8	20.0	25.4					79	0.0	0.0	1	0
2003												
MES	TEMPERATURA DEL AIRE A LA SOMBRA			HÚMEDA RELATIVA					PRECIPITACIÓN (min.)			Numero de días con precipitación
	MEDIAS (oC)								Suma máxima en			
	Máxima	Mínima	Mensual	Máxima	Día	Mínima	Día	Media	Mensual	24 hrs.	Día	
ENERO	33.7	20.0	26.6					79	36.1	20.6	18	6
FEBRERO	31.5	21.8	26.6	98	14	55	6	84	165.9	75.2	1	12
MARZO	31.5	21.4	26.5	99	5	52	28	82	47.6	13.4	3	10
ABRIL	32.7	20.7	26.5					76	90.9	82.8	12	4
MAYO	31.8	20.3	25.8					78	1.6	0.6	4	5
JUNIO	30.7	19.6	24.7					77	0.1	0.1	22	1
JULIO	29.3	19.0	23.7					77	0.0	0.0	1	0
AGOSTO	28.3	19.0	23.3					83	0.0	0.0	1	0

Fuente: INOCAR

## Anexo 1.2

### ANUARIO METEOROLÓGICO PROGRESO - GUAYAS VIENTO

2000																									
MES	EVAPORACION (min)			Nubosidad	VELOCIDAD MEDIA Y FRECUENCIAS DEL VIENTO																Y el mayor	VELOCIDAD			
	Suma Maxima en			Media	N	NE	E	SE	S	SW	W	NW	CALMA	Nro	Observada	MEDIA									
	Mensual	24hrs	Dia	(Octas)	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	%	OBS	(m/s)	DR	(Km/h)		
ENERO	148.8	8.0	3	7	2.5	12	3.0	1	2.0	3	3.5	4	2.0	2	2.8	7	2.7	28	2.5	4	39	93	6.0	SE	4.7
FEBRERO	100.7	6.0	13	7	2.4	13	2.0	2	3.0	2	2.0	5	1.7	8	2.0	2	2.4	33	0.0	0	35	87	4.0	W	2.4
MARZO	133.6			7	1.8	4	2.4	8	1.8	4	1.9	18	1.4	5	2.3	3	1.9	15	2.0	2	40	93	4.0	W	2.3
ABRIL																									
MAYO	143.7	8.0	18	6	2.0	2	1.3	4	2.3	8	2.6	15	2.0	4	1.0	1	2.4	53	0.0	0	13	93	6.0	W	4.1
JUNIO	137.5	7.0	2	6	0.0	0	2.6	9	3.0	3	2.7	24	3.8	7	0.0	0	2.5	49	0.0	0	8	90	8.0	SE	5.5
JULIO	144.3	8.0	4	6	4.0	1	2.8	4	3.0	1	2.9	15	2.4	5	2.4	11	2.3	54	3.7	3	5	93	6.0	SE	5.8
AGOSTO	170.3	8.0	4	6	2.3	3	2.0	1	1.0	2	2.5	27	2.7	7	2.0	1	2.7	50	2.0	2	8	93	8.0	W	6.5
SEPTIEMBRE	158.0	8.0	16	6	2.0	6	4.1	9	4.0	1	2.8	30	3.6	8	3.0	6	2.6	34	4.0	2	4	90	8.0	NE	7.0
OCTUBRE	157.8	10.0	9	6	1.5	2	4.0	1	0.0	0	2.5	14	3.6	5	2.8	26	2.7	47	3.0	1	3	93	6.0	S	6.9
NOVIEMBRE	173.2	9.0	12	6	0.0	0	0.0	0	0.0	0	2.8	6	3.1	9	3.4	22	3.0	40	3.4	9	14	90	8.0	W	5.8
DICIEMBRE	167.8	8.0	22	5	0.0	0	3.5	2	0.0	0	3.6	5	2.5	9	3.0	18	2.7	50	1.3	3	13	93	6.0	SE	5.9
VALOR ANUAL																									

2003																									
MES	EVAPORACION (min)			Nubosidad	VELOCIDAD MEDIA Y FRECUENCIAS DEL VIENTO																Y el mayor	VELOCIDAD			
	Suma Maxima en			Media	N	NE	E	SE	S	SW	W	NW	CALMA	Nro	Observada	MEDIA									
	Mensual	24hrs	Dia	(Octas)	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	(m/s)	%	%	OBS	(m/s)	DR	(Km/h)		
ENERO	115.2	6.0	10		0.0	0	2.0	2	0.0	0	4.0	1	2.0	4	2.7	18	2.7	56	2.6	14	4	93	6.0	W	3.1
FEBRERO	90.8	7.0	21		1.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	1.7	4	2.0	19	1.9	52	2.1	23	1	84	5.0	SW	1.8
MARZO	119.9	7.3	28		3.0	2	0.0	0	3.0	1	1.0	1	2.5	2	1.8	14	1.8	58	2.3	13	9	93	4.0	NW	1.8
ABRIL	149.8	7.8	28		1.0	2	0.0	0	3.0	2	0.0	0	1.5	2	1.8	10	1.6	61	1.6	12	10	90	4.0	E	2.4
MAYO	145.8	6.6	8		2.0	1	0.0	0	6.0	1	0.0	0	1.3	3	1.7	7	2.0	71	2.3	9	9	93	6.0	E	2.9
JUNIO	133.2	7.3	1		0.0	0	0.0	0	2.0	1	0.0	0	4.0	1	1.8	12	2.1	77	1.0	3	6	90	5.0	W	4.2
JULIO	144.0	7.5	24		0.0	0	0.0	0	2.0	2	2.0	1	1.5	4	2.5	15	2.3	71	1.7	3	3	93	5.0	W	4.8
AGOSTO	120.4				0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	1.9	10	2.4	28	1.8	57	2.2	5	0	93	4.0	SW	4.5

Fuente: INOCAR



### Anexo 1.3

#### POBLACIÓN POR GRUPOS ETÁREOS

<b>Primera Infancia</b>	<b>Segunda Infancia</b>	<b>Adolescentes</b>	<b>Jóvenes</b>	<b>Adultos</b>	<b>Adultos Mayores</b>
0 - 5 años	6 - 12 años	13 - 17 años	18 - 29 años	30 – 64 años	65 años y más
98	110	78	176	213	65

Fuente: INEC, 2001

### Anexo 1.4

#### EDUCACIÓN

##### NIVEL DE INSTRUCCIÓN (a partir de los 5 años de edad)

<b>Ninguno</b>	<b>Alfabetización</b>	<b>Primario</b>	<b>Secundario</b>	<b>Educación Básica</b>
39	2	299	133	114
<b>Educación Media</b>	<b>Ciclo Post Bachillerato</b>	<b>Superior</b>	<b>Ignora*</b>	<b>Total pobl. A partir de 5 Años</b>
2	1	22	44	656

Fuente: INEC, 2001

### Anexo 1.5

#### MOTIVO DE MIGRACIÓN

<b>Trabajo</b>	<b>Otros</b>	<b>Total</b>
8	4	12

Fuente: INEC, 2001

## Anexo 2.1

### CUESTIONARIO

#### ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Para determinar la demanda potencial de un nuevo producto turístico en el recinto Cerecita.

1. **Género**            Masculino (    )            Femenino (    )
2. **Edad**            a) 18 a 30 años            b) 31 a 50 años            c) 50 años a más
3. **Residencia habitual** \_\_\_\_\_
4. **¿Cuál es su nivel de instrucción?**  
a) Ninguno                            b) Primaria                            e) Postgrado  
c) Secundaria                            d) Universitaria
5. **¿Cuál es su nivel de ingresos mensual?**  
a) Menos de \$200                            b) \$201 a \$400  
c) \$401 a \$600                            d) \$601 a más
6. **¿Cómo viaja usted?**  
a) Solo                            b) 2 a 4 personas                            e) 11 en adelante  
c) 5 a 7 personas                            d) 8 a 10 personas
7. **Las personas con las que viaja son:**  
a) Familiares                            b) Amigos                            c) Grupo organizado
8. **¿Conoce usted el recinto Cerecita (km. 51 vía a la costa)?**  
a) Sí \_\_\_\_\_                            b) NO \_\_\_\_\_
9. **¿Por lo general, en que época del año se dirige usted a la Costa?**  
a) Carnaval                            b) Semana Santa  
c) Otros feriados (especifique) \_\_\_\_\_                            d) Nunca
10. **¿Cuándo se dirige a la Costa, con qué frecuencia hace una parada en Cerecita?**  
a) Siempre                            b) Casi siempre                            c) Casi nunca                            d) Nunca
11. **¿Qué actividad realiza en Cerecita durante su parada?**  
a) Consumo de alimentos y frutas  
b) Visita a familiares y/o amigos  
c) Ocio/recreación  
d) Otra (especifique) \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuánto tiempo permanece en Cerecita?**

- a) 10 a 15 min.    b) 16 a 21 min.    c) 22 a 27 min.    d) 28 min. a más

**13. ¿En qué lugar adquirió sus alimentos y/o frutas?**

- a) Loma de Cerecita  
b) Tienda  
c) Chivería  
d) La avestruz  
e) Finca La Gloria  
f) Otro (especifique) \_\_\_\_\_

**14. ¿Cuánto dinero gastó mientras permaneció en Cerecita?**

- a) \$0 a \$2                      b) \$3 a \$5                      c) \$6 a \$8  
d) \$9 a \$11                      e) \$12 a \$14                      f) \$15 a más

**15. A su criterio, ¿que debería tener Cerecita para que usted se sienta motivado a visitarlo?**

**16. Si Cerecita tuviera un lugar donde presten servicios de manera organizada, ¿que servicios le gustaría encontrar?**

- a) Venta de comida preparada  
b) Venta de frutas  
c) Información turística  
d) Internet  
e) Telefonía  
f) Cajero automático  
g) Todas las anteriores  
h) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**17. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a gastar en este lugar? (por persona)**

- a) \$2 a \$6                      b) \$7 a \$11  
c) \$12 a \$16                      d) \$17 a más

**18. ¿Qué actividad turística le gustaría realizar en Cerecita?**

- a) Caminata  
b) Ciclismo  
c) Campamento  
d) Cabalgata  
e) Todas las anteriores  
f) Ninguna  
g) Otra (especifique) \_\_\_\_\_

## Anexo 2.2

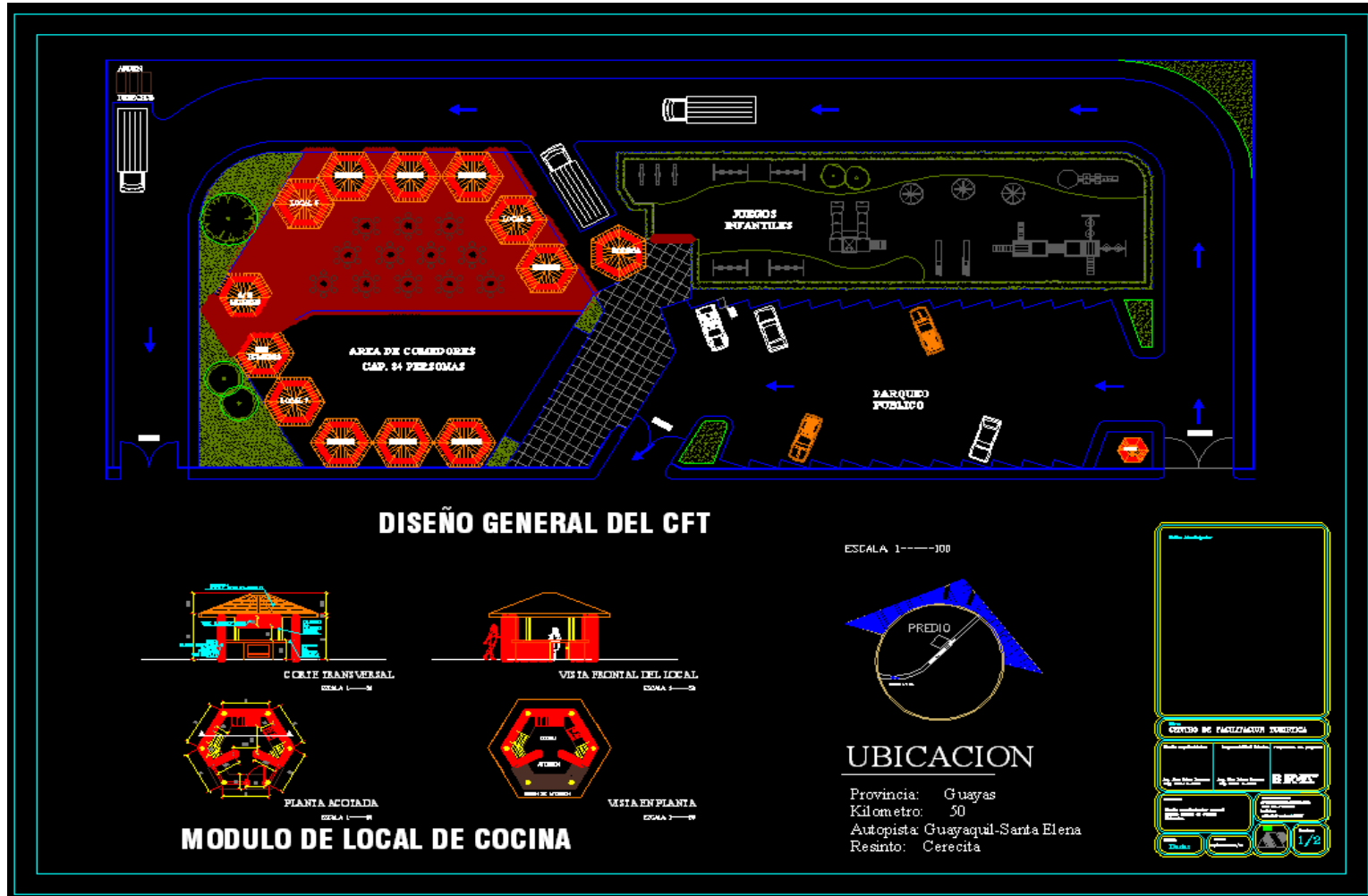
### ESTRATEGIAS FODA DEL PROYECTO

		FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
		FO	F1 Ubicación estratégica F2 Genera fuentes de empleo F3 Servicio de calidad F4 Venta organizada F5 Limpieza F6 Seguridad F7 Experiencia por parte de los moradores en la preparación de alimentos F8 Acceso estratégico para el ingreso de los turistas.
AMENAZAS	DEBILIDADES D1 Productos y servicios limitados. D2 Número de locales limitado D3 Ubicado a un solo lado de la carretera	F1 D1 Brindar óptima seguridad F1 D3 Sugerir la construcción del CFT al otro lado de la carretera	O1D1 Difundir los alrededores de Cerecita para el desarrollo de actividades turísticas. O2D2 Crear de nuevos locales para satisfacer las necesidades de los turistas. O3D3 Proveer productos a los turistas que satisfagan sus expectativas.
	A1 Competencia posicionada en el mercado A2 Creación de nuevos establecimientos similares	F1 A1 Atraer a la demanda turística por medio de la elaboración de sus alimentos. F4A2 Brinda productos y servicios de calidad.	O3A1 Ofrecer servicios de manera organizada. O4A2 Fortalecer las habilidades culinarias y artesanales de la comunidad para crear así un establecimiento competitivo.
		DA	

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 3.1

### DISEÑO GENERAL DEL CFT



Fuente: Elaboración Arq. Moreno y Pérez, diciembre 2007

### Anexo 3.2

#### MATRÍZ DE LEOPOLD MODIFICADA - ETAPA DE CONSTRUCCIÓN

COMPONENTES		FISICO			SOCIO ECONÓMICO							Peso relativo de actividades			
		AIRE		AGUA	SUELO		Calidad visual y paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población		Riesgo de accidentes	Nivel de seguridad	
		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua	Estabilidad del suelo	Calidad de suelo									
ACTIVIDADES		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua	Estabilidad del suelo	Calidad de suelo	Calidad visual y paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población	Riesgo de accidentes	Nivel de seguridad	Peso relativo de actividades	
CONSTRUCCION	ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN	Preparación del terreno	0	-2	-1	-1	-1	-2	3	0	0	0	-1	0	-5
		Tránsito de equipos y maquinarias	-1	-1	0	-1	-1	-2	1	0	0	0	-1	0	-6
		Excavación y movimiento de tierra	-1	-2	0	-2	-2	-2	1	0	0	0	-1	0	-9
		Hincadura de pilotes	-1	-2	0	-2	-2	-1	1	0	0	0	-1	0	-8
		Cimentación	-1	0	-2	-1	-2	-1	2	0	0	0	0	0	-5
		Perforación de pozo séptico	0	-2	0	-3	-2	-1	1	0	0	0	-1	0	-8
		Erección de estructuras	0	-1	0	-1	-1	-1	2	0	0	0	-1	0	-3
		Hormigonado	0	-1	-2	-2	-1	-1	2	0	0	0	0	0	-5
		Instalación de andamios	0	0	0	0	0	-1	2	0	0	0	-1	0	0
		Construcción de techos	0	-2	0	0	0	-1	2	0	0	0	-1	0	-2
		ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO	Instalación de cañerías	0	0	-1	-2	-2	-1	1	0	0	0	0	0
	Sistema eléctrico interno/externo y línea telefónica		0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-1	0	0
	Instalación de antenas de Internet		-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	-2
	Instalación de extintores contra incendios		0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	Señalización del CFT y carretera		0	0	0	0	-1	2	2	0	0	0	0	0	3
	ACABADO	Terminación de las paredes	-1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1
		Revestimiento de pisos	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
		Carpintería final	0	-1	0	0	0	0	2	0	0	0	-1	0	0
		Pintura	-1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1
		Ornamentación	0	-1	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	2
		Limpieza de fachadas	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	3
		Pulimento de pisos	-1	-1	0	0	0	0	2	0	0	0	-1	0	-1
	<b>Peso relativo de componentes</b>		<b>-8</b>	<b>-16</b>	<b>-5</b>	<b>-15</b>	<b>-10</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-12</b>	<b>0</b>	<b>-45</b>

Fuente: Elaboración tesis

### Anexo 3.3

#### MATRÍZ DE LEOPOLD MODIFICADA - ETAPA DE OPERACIÓN

COMPONENTES		FÍSICO					SOCIO ECONÓMICO								
		AIRE		AGUA	SUELO										
		Calidad de Aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad de agua	Estabilidad del suelo	Calidad de suelo	Calidad visual y Paisaje	Generación de Empleo	Infraestructura	Satisfacción al Cliente	Calidad de vida de Población	Riesgo de accidentes	Nivel de seguridad	Peso relativo de actividades	
ACTIVIDADES															
OPERACIÓN	APERTURA	Ingreso de camiones de proveedores	-1	-1	0	0	-1	1	2	0	0	2	-1	-1	0
		Activación de equipos	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
		Inspección general	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	3	6
	EJECUCIÓN	Preparación de alimentos	-1	0	-1	0	0	2	2	0	3	2	-1	-2	4
		Circulación vehicular de visitantes	-1	-1	0	0	-1	1	2	0	-1	2	-1	-1	-1
		Afluencia de visitantes	0	-1	-1	0	0	2	2	-1	1	2	0	1	5
		Monitoreo de las instalaciones	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	5
		Limpieza	0	0	0	0	0	2	2	0	3	0	-1	0	6
		Generación de aguas residuales	0	0	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	-2
	CIERRE	Generación de desechos sólidos	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1
		Recolección de desechos sólidos	1	0	0	0	0	1	2	0	-1	0	0	0	3
		Desactivación de equipos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
		Verificación de mobiliario	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
		Limpieza	0	0	0	0	0	3	2	0	3	0	-1	0	7
		Inspección final	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	3	5
<b>Peso relativo de componentes</b>		<b>-3</b>	<b>-3</b>	<b>-3</b>	<b>0</b>	<b>-2</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>-1</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>-2</b>	<b>5</b>	<b>43</b>	

3 alto		Impacto negativo
2 medio		Impacto positivo
1 bajo		Impacto neutro

Fuente: Elaboración tesis

## Anexo 5.1

### OBRA CIVIL

Rubro	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total	TOTALES
<b>TRAMITES PRELIMINARES LEGALES</b>					<b>5.842,00</b>
Diseño arquitectónico-planificación	m2	500,00	1,50	750,00	
Diseño estructural	m2	500,00	1,00	500,00	
Diseño sanitario	m2	50,00	1,00	50,00	
Permiso de construcción/municipal	gbl	1,00	4.322,00	4.322,00	
Permiso sanitario	gbl	1,00	75,00	75,00	
Permiso eléctrico (Crieel)	gbl	1,00	65,00	65,00	
Permiso Cuerpo de Bombero	gbl	1,00	80,00	80,00	
<b>PRELIMINARES PROYECTO GENERAL</b>					<b>2.194,00</b>
Cisterna de agua	u.	1,00	120,00	120,00	
Acometida EEE	Gbl	1,00	16,00	16,00	
Limpieza del terreno y desalojo	m2	800,00	0,30	240,00	
Trazado y replanteo (con teolito)	m2	800,00	1,00	800,00	
Caseta de guardián y bodega	m2	3,00	26,00	78,00	
Cerramiento	m	100,00	1,50	150,00	
Batería higiénica para personal	Gbl	2,00	140,00	280,00	
Biotanque séptico de 1200 lts	u.	1,00	430,00	430,00	
Bomba de succión 1/2 caballo	u.	1,00	80,00	80,00	
<b>OBRA CIVIL:</b>					
<b>CONSTRUCCIÓN GENERAL</b>					<b>28.848,07</b>
Excavación para cimientos (h=1m)	m3	213,33	3,00	639,99	
Relleno compactado (h=1.20 m)	m3	394,17	11,00	4.335,87	
Replanteo h.s e=5 cm	m2	327,83	6,00	1.966,98	
Viguetas h=0.10	m	124,87	6,00	749,22	
Pilaretres h=0.10	m	36,66	6,00	219,96	
Bordillos	m	135,98	26,00	3.535,48	
Escalera	m2	6,00	25,00	150,00	
Rampa de H.A. discapacitados	m2	8,00	25,00	200,00	
Jardineras de hormigón	m2	39,00	26,00	1.014,00	
Jardín	m2	39,00	12,00	468,00	
Césped mt.2	m2	142,00	2,00	284,00	
Piso peatonal de adoquín	m2	190,00	18,00	3.420,00	
Piso vehicular de asfalto	m2	135,00	15,00	2.025,00	
Cerramiento metálicos	m2	61,58	25,00	1.539,50	
<b>Sistema eléctrico</b>					
Acometida	global	1,00	435,00	435,00	
Tablero general de medidores	global	1,00	160,00	160,00	
Panel de alumbrado	global	1,00	378,00	378,00	
Cajas de repartición de energía	global	1,00	45,00	45,00	
<b>Sistema sanitario</b>					
Pozo de oxidación	u	3,00	323,00	969,00	
Cajas de registro matrices	u	12,00	42,00	504,00	
Tendido de colectores d= 600 m	m	54,67	37,00	2.022,79	
Tendido de tirantes d=200 m	m	38,00	25,00	950,00	
Acometida de red principal d= 3/4"	m	147,33	16,00	2.357,28	



Tendido de red d=1/2"	m	148,00	3,00	444,00
Cajas de medidores	u	1,00	35,00	35,00
<b>MÓDULO ÁREA "A"</b>				<b>3.929,14</b>
Plintos H.A (.80x.80x.25)	m3	0,01	208,00	1,25
Columnas	m3	0,50	288,00	144,00
Riostra	m3	8,24	231,00	1.903,44
Piso de cerámica 42x42	m2	10,39	15,00	155,85
Paredes arcilla rayado 7x20x40	m2	24,12	11,00	265,32
Mesón de H.A.	m	8,70	35,00	304,50
Puertas 0.80 x 2.00	u.	1,00	90,00	90,00
Puertas enrollable	m2	8,00	28,00	224,00
Cubierta	m2	12,00	11,00	132,00
Pintada esmalte transparente	m2	48,00	2,00	96,00
Tumbado de yeso	m2	10,39	2,00	20,78
<b>Sistema eléctrico</b>				
Punto de 110 v.	u.	3,00	23,00	69,00
Punto de 220 v.	u.	1,00	31,00	31,00
Punto de luz	u.	2,00	22,00	44,00
Panel de breaker	u.	1,00	135,00	135,00
<b>Sistema sanitario</b>				
Punto de AAPP	u.	1,00	20,00	20,00
Instalaciones piezas	u.	2,00	63,00	126,00
Punto de AASS	u.	2,00	26,00	52,00
Pieza sanitaria (instal.- pieza)	u.	1,00	65,00	65,00
Cajas de registro	u.	1,00	50,00	50,00
<b>MODULO ÁREA "B"</b>				<b>3.311,64</b>
Plintos H.A (.80x.80x.25)	m3	0,01	208,00	1,25
Columnas	m3	0,50	288,00	144,00
Riostra	m3	8,24	231,00	1.903,44
Piso de cerámica 42x42 rústica	m2	10,39	15,00	155,85
Paredes arcilla 7x20x40 rayado	m2	24,12	11,00	265,32
Puertas 0.80 x 2.00	u.	1,00	90,00	90,00
Puertas enrollable	m2	8,00	28,00	224,00
Cubierta	m2	12,00	11,00	132,00
Pintada esmalte transparente	m2	48,00	2,00	96,00
Tumbado de yeso	m2	10,39	2,00	20,78
<b>Sistema eléctrico</b>				
Punto de 110 v.	u.	3,00	23,00	69,00
Punto de 220 v.	u.	1,00	31,00	31,00
Punto de luz	u.	2,00	22,00	44,00
Panel de breaker	u.	1,00	135,00	135,00
<b>MÓDULO DE S.S. H.H.</b>				<b>3.732,91</b>
Plintos H.A (.80x.80x.25)	m3	0,01	208,00	1,25
Columnas	m3	0,50	288,00	144,00
Riostra	m3	8,24	231,00	1.903,44
Piso de cerámica 42x42	m2	10,39	8,00	83,12
Paredes arcilla 7x20x40 rayado	m2	24,12	11,00	265,32
Puertas 0.80 x 2.00	u.	1,00	90,00	90,00
Cubierta	m2	12,00	11,00	132,00
Pintada esmalte transparente	m2	48,00	2,00	96,00
Tumbado de yeso	m2	10,39	2,00	20,78

<b>Sistema eléctrico</b>				
Punto de 110 v.	u.	3,00	23,00	69,00
Punto de luz	u.	4,00	22,00	88,00
Panel de breaker	u.	1,00	25,00	25,00
<b>Sistema sanitario</b>				
Punto de AAPP	u.	4,00	20,00	80,00
Instalaciones piezas	u.	6,00	23,00	138,00
Punto de AASS	u.	6,00	26,00	156,00
Pieza sanitaria (instal.- pieza)	u.	6,00	65,00	390,00
Cajas de registro	u.	1,00	51,00	51,00
<b>MÓDULO DE GARITA</b>				<b>1.449,80</b>
Plintos H.A (.80x.80x.25)	m3	0,01	208,00	1,25
Columnas	m3	0,50	288,00	144,00
Riostra	m3	4,12	231,00	951,72
Piso de baldosa	m2	5,20	4,00	20,78
Paredes arcilla rayado	m2	12,06	11,00	132,66
Puertas 0.80 x 2.00	u.	1,00	40,00	40,00
Cubierta	m2	3,00	11,00	33,00
Pintada esmalte transparente	m2	24,00	2,00	48,00
Tumbado de yeso	m2	5,20	2,00	10,39
<b>Sistema eléctrico</b>				
Punto de 110 v.	u.	2,00	23,00	46,00
Punto de luz	u.	1,00	22,00	22,00

Fuente: Elaboración tesis

## Anexo 5.2

### EQUIPOS Y MATERIALES

Rubro	Cant	Costo Unit.	Costo Total	Total
<b>ACTIVOS FIJOS:</b>				
				<b>1.310,00</b>
<b>EQUIPOS</b>				
Computadora	1	350	350,00	
Impresora	1	60	60,00	
Teléfono	2	30	60,00	
Cocina industrial de Ace. Inox. 2 hornillas	3	280,00	840,00	
				<b>2.851,00</b>
<b>AMOBLAMIENTO Y DECORACION</b>				
				<b>0</b>
<b>AMOBLAMIENTO</b>				
				<b>2.827,00</b>
<b>Locales</b>				
Exhibidor Ace. Inox. circular (locales de frutas)	3	90,00	270,00	
Tacho de basura plástico 587x518x740mm	12	36,00	432,00	
Escritorio para administración	1	80,00	80,00	
Silla para local de administración	3	25,00	75,00	
Archivador	1	90,00	90,00	
Casilleros de acero 80x1,80	4	150,00	600,00	
<b>Patio de comidas</b>				
Parasoles	12	15,00	180,00	
Mesa de madera con detalle	12	20,00	240,00	
Silla de madera	72	10,00	720,00	
Tacho de madera para basura	2	10,00	20,00	
Tacho oval de 20 lts. con pedal para inod.	6	12,00	72,00	
Tacho oval de 30 lts. con pedal para baños	2	24,00	48,00	
<b>DECORACIÓN</b>				<b>24,00</b>
Cuadros turísticos/informativos	6	4,00	24,00	
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				<b>687,00</b>
<b>Otros Equipos</b>				
Extintor de incendios de 20 lb	3	29,00	87,00	
Botiquín de Primeros Auxilios	1	20,00	20,00	
Dispensador de toallas limpia manos	4	38,00	152,00	
Dispensador de papel higiénico	4	65,00	260,00	
Dispensador de jabón líquido	8	21,00	168,00	
<b>OTROS ACTIVOS</b>				<b>895,00</b>
Señalética	9	30,00	270,00	
Letrero de madera con nombre de cada local	13	25,00	325,00	
Letrero de precios	6	50,00	300,00	
<b>TOTALES</b>				<b>5.743,00</b>
				<b>0</b>

Fuente: Elaboración tesistas

### Anexo 5.3

#### COSTO DE PUBLICIDAD GENERAL

Rubro	Unidad	Costos unitario	Cantidad	Total por mes
Brochures	u.	0.50	100.00	50.00
Carteles	u.	2.50	50.00	125.00
Diseño de logo	u.	200.00	0.08	16.67
<b>TOTAL PUBLICIDAD POR MES</b>				<b>191.67</b>
<b>TOTAL PUBLICIDAD POR AÑO</b>				<b>2,300.00</b>

Fuente: Elaboración tesistas

### Anexo 5.4

#### COSTO DE PUBLICIDAD

Rubro	3.32% de inflación							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Publicidad	620,00	2.300,00	2.376,36	2.455,26	2.536,77	2.620,99	2.708,01	2.797,91
<b>TOTAL COSTO DE PUBLICIDAD</b>	<b>620,00</b>	<b>2.300,00</b>	<b>2.376,36</b>	<b>2.455,26</b>	<b>2.536,77</b>	<b>2.620,99</b>	<b>2.708,01</b>	<b>2.797,91</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.5

### CÁLCULO DE REMUNERACIÓN DE PERSONAL

Personal	Beneficios de Ley						Gto. Mensual Remuner.	No. Empleados	Gasto Mensual Total	Gasto Año 1	
	Mensual	Anual	13°	14°	Vacaciones	Total					
<b>Mano de obra directa</b>	<b>550.00</b>	<b>6,600.00</b>	<b>550.00</b>	<b>400.00</b>	<b>275.00</b>	<b>7,825.00</b>	<b>652.08</b>	<b>652.08</b>	<b>3</b>	<b>1,956.25</b>	<b>10,725.00</b>
Administración	350.00	4,200.00	350.00	200.00	175.00	4,925.00	410.42		1	410.42	4,925.00
Limpieza	200.00	2,400.00	200.00	200.00	100.00	2,900.00	241.67		2	483.33	5,800.00
<b>Mano de obra indirecta</b>		<b>2,400.00</b>				<b>2,900.00</b>	<b>241.67</b>	<b>241.67</b>	<b>2</b>	<b>483.33</b>	<b>5,800.00</b>
Seguridad	200.00	2,400.00	200.00	200.00	100.00	2,900.00	241.67		2	483.33	5,800.00
<b>TOTAL</b>	<b>750.00</b>	<b>9,000.00</b>	<b>750.00</b>	<b>600.00</b>	<b>375.00</b>	<b>10,725.00</b>	<b>893.75</b>	<b>893.75</b>	<b>7</b>	<b>1,860.42</b>	<b>16,525.00</b>
											<b>0</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.6

### COSTOS ADMINISTRATIVOS DE PERSONAL

3,32 % Inflación							
Personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>Mano de obra directa</b>	<b>10.725,00</b>	<b>11.081,07</b>	<b>11.448,96</b>	<b>11.829,07</b>	<b>12.221,79</b>	<b>12.627,56</b>	<b>13.046,79</b>
Administración	4.925,00	5.088,51	5.257,45	5.432,00	5.612,34	5.798,67	5.991,18
Limpieza	5.800,00	5.992,56	6.191,51	6.397,07	6.609,45	6.828,89	7.055,61
<b>Mano de obra indirecta</b>	<b>5.800,00</b>	<b>5.992,56</b>	<b>6.191,51</b>	<b>6.397,07</b>	<b>6.609,45</b>	<b>6.828,89</b>	<b>7.055,61</b>
Seguridad	5.800,00	5.992,56	6.191,51	6.397,07	6.609,45	6.828,89	7.055,61
<b>TOTAL</b>	<b>16.525,00</b>	<b>17.073,63</b>	<b>17.640,47</b>	<b>18.226,14</b>	<b>18.831,25</b>	<b>19.456,44</b>	<b>20.102,40</b>

Fuente: Elaboración tesistas

**Anexo 5.7**  
**COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS**

<b>CÁLCULO DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
<b>US \$ / Kwh = 0,12</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Kwh/mes</b>	<b>Unidades</b>	<b>T. Mensual</b>
Computadora	100	1	100.00
Impresora	50	1	50.00
Reflectores	3	19	57.00
Fluorecentes	10	3	30.00
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>24</b>	<b>237.00</b>
Total wats al año			2,844.00
<b>TOTAL CONSUMO MENSUAL USD</b>			<b>28.44</b>
<b>TOTAL CONSUMO ANUAL USD</b>			<b>341.28</b>
<b>CÁLCULO DE CONSUMO DE AGUA</b>			
<b>USD / m3 = 0,65</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Lt.</b>	<b>N° Usos</b>	<b>Consumo Lt.</b>
Baterías sanitarias (14 lt. x pax)	14	9600	134,400.00
Jardinerías (5 lt. X 8 áreas verdes/2 riegos d)	18	360	6,480.00
Lavamanos	0.5	9600	4,800.00
<b>Consumo anual litros</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>145,680.00</b>
Consumo mensual litros	0	0	12,140.00
Otros usos mensual litros	0	0	100.00
Total lt. Mensual	0	0	12,240.00
Total mt. <sup>3</sup> mensual	0	0	12.24

Total mt. <sup>3</sup> año	0	0	146.88
<b>TOTAL CONSUMO MENSUAL EN USD \$</b>			<b>7.96</b>
<b>TOTAL CONSUMO ANUAL EN USD \$</b>			<b>95.47</b>
<b>CÁLCULO DE CONSUMO DE LÍNEA TELEFÓNICA</b>			
<b>USD / min. = 0,02</b>			
Minutos por día			15.00
Total minutos mensual			450.00
Total minutos anual			5,400.00
<b>TOTAL CONSUMO LÍNEA T. MENSUAL</b>			<b>9.00</b>
<b>TOTAL CONSUMO LÍNEA T. ANUAL</b>			<b>108.00</b>

Fuente: Elaboración tesistas



### Anexo 5.8

#### GASTOS ADMINISTRATIVOS GENERALES

3,32 % Inflación							
Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	año 5	Año 6	Año 7
Mano de obra directa	10.725,00	11.081,07	11.448,96	11.829,07	12.221,79	12.627,56	13.046,79
Capacitación al personal	100,00	103,32	106,75	110,29	113,96	117,74	121,65
Servicios básicos	544,75	562,84	581,52	600,83	620,78	641,39	662,68
Papelería	24,00	24,80	25,62	26,47	27,35	28,26	29,20
<b>TOTAL</b>	<b>11.393,75</b>	<b>11.772,02</b>	<b>12.162,86</b>	<b>12.566,66</b>	<b>12.983,88</b>	<b>13.414,94</b>	<b>13.860,32</b>

Fuente: Elaboración tesistas

### Anexo 5.9

#### COSTOS DE PRODUCCIÓN

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Mano de obra indirecta	5.800,00	5.992,56	6.191,51	6.397,07	6.609,45	6.828,89	7.055,61
Mantenimiento de equipos	45,30	46,80	48,36	49,96	51,62	53,34	55,11
<b>TOTAL</b>	<b>5.845,30</b>	<b>6.039,36</b>	<b>6.239,87</b>	<b>6.447,03</b>	<b>6.661,08</b>	<b>6.882,22</b>	<b>7.110,71</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.10

### COSTOS DE INSUMOS DE LIMPIEZA

Rubro	Cantidad	Precio U.	Precio Total
Escoba	4	3,00	12,00
Recogedor de basura	4	2,00	8,00
Trapeador	2	5,00	10,00
Balde escurridor	2	4,00	8,00
Destapador de cañería	2	6,00	12,00
Cepillo grueso para baños	4	0,93	3,72
Guantes de uso múltiple	6	1,00	6,00
Manguera 50 m 5/8" flexible	2	23,00	46,00
Cloro gl.	12	2,00	24,00
Líquido limpia pisos gl.	12	4,00	48,00
Papel higiénico u.	38,4	2,25	86,40
Papel de manos u.	16	10,00	160,00
Jabón líquido gl.	96	4,00	384,00
Paquete fundas basura 30"x86	720	0,01	7,20
Paquete fundas basura tacho 76x90cm	720	0,02	14,40
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>829,72</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>69,14</b>

Fuente: Elaboración tesistas

### Anexo 5.11

#### COTOS DE SUMINISTROS DE OPERACIÓN

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Precio Total
<b>UNIFORMES CON LOGOTIPO</b>			
Mandil	24	2,50	60,00
Gorro	24	0,50	12,00
Gorra	24	2,00	48,00
Camiseta	90	3,50	315,00
Fundas plásticas grandes con logo	7200	0,04	288,00
Fundas plásticas pequeñas con logo	7200	0,02	144,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>867,00</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>72,25</b>

Fuente: Elaboración tesistas

### Anexo 5.12

## PROYECCION DE COSTOS DE SUMINISTROS DE OPERACION

Fuente: Elaboración tesistas

3,32 % de inflación							
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>UNIFORMES CON LOGOTIPO</b>							
Mandil	60,00	61,99	64,05	66,18	68,37	70,64	72,99
Gorro	12,00	12,40	12,81	13,24	13,67	14,13	14,60
Gorra	48,00	49,59	51,24	52,94	54,70	56,51	58,39
Camiseta	315,00	325,46	336,26	347,43	358,96	370,88	383,19
Fundas plásticas grandes con logo	288,00	297,56	307,44	317,65	328,19	339,09	350,35
Fundas plásticas pequeñas con logo	144,00	148,78	153,72	158,82	164,10	169,54	175,17
<b>TOTALES</b>	<b>867,00</b>	<b>895,78</b>	<b>925,52</b>	<b>956,25</b>	<b>988,00</b>	<b>1.020,80</b>	<b>1.054,69</b>

### Anexo 5.13

#### DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

Rubro	INVERSIÓN Valor USD \$	Tiempo vida útil	DEPRECIACIÓN ANUAL						
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>OBRA CIVIL</b>	<b>82.199,79</b>	7	11.742,83	11.742,83	11.742,83	11.742,83	11.742,83	11.742,83	11.742,83
<b>EQUIPOS</b>									
Computadora	550,00	5	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	0,00	0,00
Impresora	60,00	5	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	0,00	0,00
Teléfono	60,00	5	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	0,00	0,00
Cocina industrial de Ace. Inox. 2 hornillas	840,00	7	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
<b>AMOBLIAMIENTO Y DECORACIÓN</b>	<b>2.851,00</b>	10	285,10	285,10	285,10	285,10	285,10	285,10	285,10
<b>OTROS ACTIVOS</b>									
Letrero de madera con nombre de cada local	325,00	10	32,50	32,50	32,50	32,50	32,50	32,50	32,50
Señalética	270,00	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Letrero de precios	300,00	5	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	0,00	0,00
<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</b>	<b>87.455,79</b>		12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.207,43	12.207,43

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.14

### PROYECCIÓN DE PRECIOS DE VENTAS

Descripción	Inflación 3,32%						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>ALQUILER</b>							
Locales	240,00	247,97	256,20	264,71	273,49	282,57	291,96
Área de recreación	80,00	82,66	85,40	88,24	91,16	94,19	97,32
<b>VENTA DE UNIFORMES</b>							
Camisetas	7,00	7,23	7,47	7,72	7,98	8,24	8,52
Gorros de cocina	1,00	1,03	1,07	1,10	1,14	1,18	1,22
Gorras	4,00	4,13	4,27	4,41	4,56	4,71	4,87
Mandiles	5,00	5,17	5,34	5,51	5,70	5,89	6,08
<b>VENTA VARIOS</b>							
Fundas grandes	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,09	0,10
Fundas pequeñas	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05	0,05
<b>PROMOCIÓN</b>							
Municipios	65,00	67,16	69,39	71,69	74,07	76,53	79,07
Atractivos cercanos	35,00	36,16	37,36	38,60	39,88	41,21	42,58
Haciendas Cerecita	20,00	20,66	21,35	22,06	22,79	23,55	24,33
<b>TOTALES</b>	<b>457,12</b>	<b>472,30</b>	<b>487,98</b>	<b>504,18</b>	<b>520,92</b>	<b>538,21</b>	<b>556,08</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.15

### MARGEN DE UTILIDAD

Producto	Costo	% . Margen de Ut.	Precio
Camisetas	3.50	100%	7.00
Gorros de cocina	0.50	100%	1.00
Gorras	2.00	100%	4.00
Mandiles	2.50	100%	5.00
Fundas grandes	0.04	100%	0.08
Fundas pequeñas	0.02	100%	0.04

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.16

### PROYECCIÓN DE VENTAS

Descripción	5% Incremento de la demanda						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>ALQUILER</b>							
Locales	51.840,00	54.432,00	57.153,60	60.011,28	63.011,84	66.162,44	69.470,56
Área de recreación	23.040,00	24.192,00	25.401,60	26.671,68	28.005,26	29.405,53	30.875,80
<b>VENTA DE UNIFORMES</b>							
Mandiles	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81
Gorros de cocina	24,00	25,20	26,46	27,78	29,17	30,63	32,16
Gorras	80,00	84,00	88,20	92,61	97,24	102,10	107,21
Camisetas	560,00	588,00	617,40	648,27	680,68	714,72	750,45
<b>VENTA VARIOS</b>							
Fundas grandes	576,00	604,80	635,04	666,79	700,13	735,14	771,90
Fundas pequeñas	288,00	302,40	317,52	333,40	350,07	367,57	385,95
<b>PROMOCIÓN</b>							
Municipios	3.900,00	4.095,00	4.290,00	4.504,50	4.729,73	4.966,21	5.214,52
Atractivos cercanos	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08	3.216,23	3.377,04
Haciendas Cerecita	5.520,00	5.796,00	6.085,80	6.390,09	6.709,59	7.045,07	7.397,33
<b>TOTALES</b>	<b>65.428,00</b>	<b>68.699,40</b>	<b>72.124,62</b>	<b>75.730,85</b>	<b>79.517,39</b>	<b>83.493,26</b>	<b>87.667,93</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.17

### PROYECCIÓN DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>Ventas</b>	<b>65.428,00</b>	<b>68.699,40</b>	<b>72.124,62</b>	<b>75.730,85</b>	<b>79.517,39</b>	<b>83.493,26</b>	<b>87.667,93</b>
<b>(-) COSTO DE VENTAS (costos de prod)</b>	<b>21.211,77</b>	<b>21.916,00</b>	<b>22.643,61</b>	<b>23.395,38</b>	<b>24.172,11</b>	<b>24.974,62</b>	<b>25.803,78</b>
Costo de Publicidad	2.300,00	2.376,36	2.455,26	2.536,77	2.620,99	2.708,01	2.797,91
Costos de administracion	16.525,00	17.073,63	17.640,47	18.226,14	18.831,25	19.456,44	20.102,40
Costo capacitacion al personal	100,00	103,32	106,75	110,29	113,96	117,74	121,65
Costo de servicios básicos	544,75	562,84	581,52	600,83	620,78	641,39	662,68
Costo de mantenimiento de equipos	45,30	46,80	48,36	49,96	51,62	53,34	55,11
Costo de suministros de operación	867,00	895,78	925,52	956,25	988,00	1.020,80	1.054,69
Costos de insumo de limpieza	829,72	857,27	885,73	915,13	945,52	976,91	1.009,34
<b>(-) DEPRECIACION</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.207,43</b>	<b>12.207,43</b>
<b>(-) INTERESES &amp; CAPITAL</b>	<b>15.516,83</b>	<b>14.642,77</b>	<b>13.768,72</b>	<b>12.894,66</b>	<b>12.020,61</b>	<b>11.146,55</b>	<b>10.272,50</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>16.297,97</b>	<b>19.739,20</b>	<b>23.310,86</b>	<b>27.039,38</b>	<b>30.923,25</b>	<b>35.164,66</b>	<b>39.384,22</b>
15% Trabajadores	0,00	0,00	3.496,63	4.055,91	4.638,49	5.274,70	5.907,63
25% impuesto a la renta	0,00	0,00	4.953,56	5.745,87	6.571,19	7.472,49	8.369,15
<b>Utilidad Neta del ejercicio</b>	<b>16.297,97</b>	<b>19.739,20</b>	<b>14.860,67</b>	<b>17.237,60</b>	<b>19.713,57</b>	<b>22.417,47</b>	<b>25.107,44</b>
<b>(+) Depreciación</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.401,43</b>	<b>12.207,43</b>	<b>12.207,43</b>
<b>Utilidad liquida</b>	<b>28.699,40</b>	<b>32.140,63</b>	<b>27.262,10</b>	<b>29.639,03</b>	<b>32.115,00</b>	<b>34.624,90</b>	<b>37.314,87</b>

Fuente: Elaboración tesistas

## Anexo 5.18

### FLUJO DE CAJA

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>								
Ventas totales		65.428,00	68.699,40	72.124,62	75.730,85	79.517,39	83.493,26	87.667,93
<b>A. Total Ingresos Operacionales</b>		65.428,00	68.699,40	72.124,62	75.730,85	79.517,39	83.493,26	87.667,93
<b>EGRESOS</b>								
Costo de Publicidad		2.300,00	2.376,36	2.455,26	2.536,77	2.620,99	2.708,01	2.797,91
Costos de administracion		16.525,00	17.073,63	17.640,47	18.226,14	18.831,25	19.456,44	20.102,40
Costo capacitacion al personal		100,00	103,32	106,75	110,29	113,96	117,74	121,65
Costo de servicios básicos		544,75	562,84	581,52	600,83	620,78	641,39	662,68
Costo de mantenimiento de equipos		45,30	46,80	48,36	49,96	51,62	53,34	55,11
Costo de suministros de operación		867,00	895,78	925,52	956,25	988,00	1.020,80	1.054,69
Costos de insumo de limpieza		829,72	857,27	885,73	915,13	945,52	976,91	1.009,34
15% Trabajadores		0,00	0,00	3.496,63	4.055,91	4.638,49	5.274,70	5.907,63
25% impuesto a la renta		0,00	0,00	4.953,56	5.745,87	6.571,19	7.472,49	8.369,15
Imprevistos (0,5% de los ingresos)		327,14	343,50	360,62	378,65	397,59	417,47	438,34
Depreciación		12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.207,43	12.207,43
<b>B. Total Egresos operacionales</b>		33.940,34	34.660,93	43.855,85	45.977,24	48.180,80	50.346,71	52.726,33
<b>C. Flujo Bruto operacional (A-B)</b>		31.487,66	34.038,47	28.268,77	29.753,61	31.336,59	33.146,56	34.941,60
<b>INGRESOS</b>								
Préstamo Bancario	65.789,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación		12.401,43	12.401,43	11.663,11	11.663,11	11.663,11	11.663,11	11.663,11
<b>D. Total Ingresos No Operacionales</b>	65.789,09	12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.401,43	12.207,43	12.207,43
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>								
Inversión Inicial	87.942,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Preoperacionales	3.144,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Gastos Financieros:</b>								
Intereses Préstamo Bancario		6.118,39	5.244,33	4.370,28	3.496,22	2.622,17	1.748,11	874,06
Capital Préstamo Bancario		9.398,44	9.398,44	9.398,44	9.398,44	9.398,44	9.398,44	9.398,44
<b>Capital de trabajo</b>	2.896,72	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>E. Total Egresos No Operacionales</b>	93.984,41	15.516,83	14.642,77	13.768,72	12.894,66	12.020,61	11.146,55	10.272,50
<b>F. Flujo Neto No Operacional (D-E)</b>	-28.195,32	-3.115,40	-2.241,34	-1.367,29	-493,23	380,82	1.060,88	1.934,93
<b>G. Flujo Neto Generado (C+F)</b>	-28.195,32	28.372,26	31.797,13	26.901,48	29.260,38	31.717,41	34.207,43	36.876,53
<b>H. Saldo Inicial en Caja</b>	0,00	-28.195,32	176,94	31.974,07	58.875,54	88.135,92	119.853,34	154.060,77
<b>SALDO FINAL EN CAJA (G+H)</b>	-28.195,32	176,94	31.974,07	58.875,54	88.135,92	119.853,34	154.060,77	190.937,30

Fuente: Elaboración tesistas



## BIBLIOGRAFÍA

- (1) Centro de Estudios Estratégicos (CEE) – ESPOL. “*Mapas Temáticos de la PSE*”. Plan de ordenamiento territorial de la Península de Santa Elena, 2002. Págs. 9 - 11, 13.
- (2) Instituto Geográfico Militar, [www.igm.gov.ec](http://www.igm.gov.ec). [Consulta 10 octubre 2007]
- (3) INOCAR, “*Anuario Meteorológico 2000 – 2003, Progreso – Guayas*”.
- (4) H. Consejo Provincial Del Guayas. “*Estudio de Impacto Ambiental de la Obra Ampliación de la vía Guayaquil – Salinas*”. Consultor Responsable: Ronald Navarrete. Pág. 54. Noviembre de 2005.
- (5) CAÑADAS L, 1983. “Mapa Bioclimático y Ecológico del Ecuador, Quito, Ecuador”
- (6) APOLINARIO Germania Abg., Miembro del Comité Pro Mejoras del recinto Cerecita, Octubre de 2007.
- (7) INEC “XI Censo de Población y V de Vivienda 2001”. Resultados definitivos. Tomo 1. Provincia del Guayas, Archivo Histórico.
- (8) ESTRADA E., “*Los Huancavilcas, Últimas Civilizaciones Pre-Históricas de la Costa del Guayas*”. Guayaquil-Ecuador, 1957, Pág. 20.

- (9) Zevallos C., *"Nuestras Raíces Guancavilcas"*, Talleres Gráficos, Casa De La Cultura Ecuatoriana) Pág. 255 Octubre 1995.
- (10) ESPOL, *"Taller de Planificación Estratégica Participativa"* recinto Cerecita, Junio 2 del 2001. Map kleber Morán director del programa de apoyo a la Península de Santa Elena.
- (11) HERNÁNDEZ Egar. *"Proyectos turísticos: Formulación y evaluación"*. Trillas, México, 1994.
- (12) Secretaría de Turismo SECTUR, *"Turismo Alternativo, una nueva forma de hacer Turismo"*, Fascículo 1, México DF 2004.
- (13) Dirección de Acción Social y Educación (DASE). *"Datos demográficos de Cerecita 2001"*.
- (14) BAYÓN Mariné F. y Martín Rojo I. *"Operaciones y procesos de producción en el sector turístico"*, editorial Síntesis S.A. Madrid 2004. Págs. 245 y 246.
- (15) ALTES Machin C. *"Marketing y turismo, Gestión Turística"*, Editorial Síntesis, 1995 Madrid España. Principio del formulario
- (16) BLANK y TARKIN, *"Ingeniería económica"*, 1988
- (17) BACA Urbina, *"Ingeniería económica"*, Editorial Mac Graw Hill, 2000.