



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA DE
MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:
INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Autor
Sergio Jazmany Suárez González

Tutora:
Ing. Sabina Villón Perero, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA DE
MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Autor

Sergio Jazmany Suárez González

Tutora:

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, Noviembre del 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA DE MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015”**, elaborado por **SUÁREZ GONZÁLEZ SERGIO JAZMANY**, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

.....
Ing. Sabina Villón Perero, MSc.
TUTORA

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA DE MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015”**, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 21 de enero de 2015

Atentamente

.....

Sergio Jazmany Suárez González

C.C.0923311377

DEDICATORIA

A mi madre, jamás existirá forma alguna de agradecer a Dios por darme a mi madre que es ejemplo de vida de gran lucha, sacrificio y esfuerzo constante, solo deseo que comprenda que este logro mío, es de usted, que mi esfuerzo es inspirado en usted, y que mi único ideal es usted y su felicidad.

Con gran respeto y admiración.

Sergio Jazmany*

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la vida y la de mi madre, y sobre todo por brindarme a diario la fuerza y salud necesaria para seguir y terminar mis estudios en la universidad.

El mayor agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, quien me acogió y me preparó para ser un profesional competente y así formar parte del grupo que ayudará al progreso de nuestra provincia.

A los docentes que en estos cortos 5 años me brindaron sus conocimientos teóricos-prácticos, experiencias y sobre todo su amistad y confianza, que me incentivaban a seguir adelante a diario.

A mis familiares maternos y paternos que en unión a mis verdaderos amigos y compañeros siempre me animaron e incentivaron a superarme a diario colaborándome para terminar este gran logro.

Sergio Jazmany*

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MSc.
**DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
GEST. Y DESARROLLO TURÍSTICO**

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Econ. Víctor Solórzano Méndez, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA

Ab. Joe Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

“Estudio de Factibilidad para la Implementación de Cabañas Ecológicas en la Cabecera de Manglaralto, Cantón Santa Elena, Año 2015”

Autor: Sergio Jazmany Suárez González
Tutora: Ing. Sabina Villón Perero, Msc.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de investigación evalúa la factibilidad para la implementación de Cabañas Ecológicas en la Cabecera de Manglaralto, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena; el servicio de alojamiento que se brindará será en un lugar de ambiente tranquilo y de mucho confort para que los huéspedes puedan descansar en el horario deseado, después o antes de disfrutar de los diferentes atractivos que ofrece la Parroquia Manglaralto. Como productos agregados para que el turista se aloje en las cabañas ecológicas y disfrute más de la comunidad se ha implementado el servicio de restaurante para que deguste de la variedad y reconocida gastronomía típica de la Provincia de Santa Elena, a más de esto, aprovechando los recursos naturales y preocupados por la conservación del ambiente, se ha implementado la colocación de paneles solares en cada cabaña para trabajar con energía alterna aprovechando los rayos solares del astro sol que siempre está presente de la zona, todo esto como alternativa para el desarrollo turístico que favorezca el entorno social, económico y financiero para toda la cabecera de la parroquia y sus habitantes. La investigación presente incluye: diagnóstico situacional, fundamentación teórica de la propuesta donde se presentan conceptos de temas referentes a estudios de factibilidad, metodología aplicada, actividades y recursos necesarios para la ejecución y puesta en marcha de la iniciativa, análisis y conclusiones sobre la rentabilidad financiera, económica social, mediante indicadores financieros permitiendo así validar la propuesta. El estudio se enmarca en las necesidades evidenciadas en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la cabecera parroquial en el cual se mencionan que se deben de emprender proyectos turísticos enmarcados al desarrollo local contribuyendo así a la mejora sustancial del sector promoviendo tanto empleos directos como indirectos. Finalmente la aplicación del estudio de factibilidad permite disminuir el riesgo de decisión, logrando así que la comunidad se empodere del proyecto, promoviendo la satisfacción del cliente de los productos/servicios a ofrecer y que sean de calidad.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO.....	4
1.1 PARROQUIA MANGLARALTO	4
1.1.1 Aspectos Generales.....	4
1.1.2 Reseña Histórica.....	5
1.1.3 Organización Territorial	10
1.1.4 Organización Comunal en la Parroquia Manglaralto	12
1.1.5 Fiestas Tradicionales.....	12
1.1.6 Parroquialización de Manglaralto.	13
1.1.7 Principales Vías de Acceso.....	14
1.1.8 Demanda Turístico.....	14
1.1.8.1 Demanda Turística en Ecuador.....	14
1.1.8.2 El Sector Turístico en el Ecuador	16
1.1.9 Producto Interno Bruto (PIB) en el Ecuador	17
1.1.10 Manglaralto y su Economía.....	17
1.1.11 Inflación	18
1.1.12 Actividades comunales de la parroquia Manglaralto	18

1.1.13 Población Económicamente Activa en la parroquia Manglaralto	19
1.2 Variable Independiente.....	21
1.3 Variable Dependiente.....	21
1.4 Marco Legal.....	24
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador.....	24
1.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir.	24
1.4.3 Normativas de Turismo	25
1.4.4 Clasificación Hotelera	30
1.5 Recursos del Área de Estudio	33
1.5.1 Destinos turísticos nacionales, provinciales y locales.....	33
1.5.1.1 Turismo en el Ecuador.....	33
1.5.1.2 Principales Estrategias para el Desarrollo Turístico.	35
1.5.1.3 Demanda Turística de la provincia de Santa Elena	37
1.5.1.4 Demanda Turística de la parroquia Manglaralto.	37
1.5.2 Sistema Turístico.....	40
1.5.3 Producto Turístico	40
1.5.4 Importancia del Turismo.....	41
1.5.5 Paneles Solares	42
1.6 Términos Técnico de Interés.	49
1.6.1 Localización del Proyecto	49
1.6.2 Tamaño del Proyecto	49
1.7 Estudio de Factibilidad	50
1.7.1 El Plan Financiero.....	50
1.7.2 Estudio de Factibilidad	50
1.7.3 Fundamentación Teórica Estudio de Factibilidad.....	50
1.7.4 Etapas de Estudio de Factibilidad.....	51
1.7.4.1 Análisis de Mercado	52

1.7.4.2	Objetivo del estudio de mercado	52
1.7.4.3	Segmentos del estudio de mercado.....	53
1.7.4.4	Aspectos relevantes del estudio de mercado.....	53
1.7.5	El Análisis Técnico	54
1.7.5.1	Elementos que integran el estudio de factibilidad técnica.....	55
1.7.6	Análisis Económico.....	56
1.7.6.1	Objetivos Económicos y Financieros.....	56
1.7.7	Valor Actual Neto (VAN).....	57
1.7.8	Tasa Interna de Retorno (TIR)	57
1.7.9	Período de Recuperación del Capital (PR).....	58
1.7.10	Estados financieros.....	58
	CAPÍTULO II	61
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	61
2.1	Diseño de la Investigación	62
2.1.1.	Diseño Experimental	62
2.1.2.	Diseño No Experimental.....	63
2.3	Tipo de Investigación	64
2.3.1	Investigación Exploratoria.....	64
2.3.2	Investigación Descriptiva.....	64
2.3.3	Investigación Explicativa.....	65
2.3.4	Investigación de Campo.....	65
2.3.5	Investigación documental Bibliográfica.....	65
2.3.6	Observación Directa.....	66
2.4	Métodos de Investigación.....	66
2.4.1	Método Analítico.....	67
2.4.2	Método Sintético.....	67

2.4.3	Método Deductivo	67
2.5	Técnicas de Investigación	68
2.5.1	Encuesta.....	68
2.5.2	Entrevista.....	69
2.6.1	Población.....	69
2.7	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	72
2.7.1	Tabulación de Datos	72
	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS A TURISTAS.....	94
2.9	Grupo Focal.....	114
2.9.1.	Resultados Grupo Focal.....	115
2.9.2.	Conclusión del Grupo Focal	116
2.10	Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas	117
2.10.1	Conclusiones	117
2.10.2	Recomendaciones	118
2.11	Comprobación De La Hipótesis.....	119
	CAPÍTULO III.....	122
3	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA DE MANGLARALTO, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.....	122
3.1	Presentación.....	122
3.2.	Necesidades A Satisfacer.....	123
3.2.1.	Objetivos	124
3.2.1.1	Objetivo General	124
3.2.1.2	Objetivos Específicos.....	124
3.2.2.	Misión.....	125
3.2.3.	Visión.....	125

3.2.4. Justificación e Importancia	125
3.3. Estudio de Mercado	126
3.3.1. Definición y cuantificación de los segmentos del mercado	126
3.3.2. Herramienta FODA	127
3.3.3. Producto.....	127
3.3.4. Mercado	131
3.3.5. Análisis Situacional a través de las Fuerzas Competitivas del Mercado .	132
3.3.5.1 Cliente	132
3.3.6. Análisis de la Competencia Actual y Potencial	133
3.3.6.1 Competencia Directa	133
3.3.6.2 Competencia Indirecta.....	133
3.3.6.3 Proveedores.....	134
3.3.6.4 Sustitutos.....	134
3.3.6.5 Valoración de la Demanda.....	135
3.3.7. Análisis Situacional	135
3.3.7.1 Análisis Interno	135
3.3.7.2 Análisis Externo	135
3.3.8. Definición y Cuantificación del Mercado	136
3.3.9. Estrategia de Mercadeo o Marketing.....	136
3.3.10. Servicio.....	137
3.3.11. Principios y Valores	137
3.3.12. Naturaleza del Proyecto	137
3.3.12.1 Descripción de la Empresa.....	137
3.3.12.2 Slogan y Logotipo	138
3.3.13. Precio.....	138
3.3.14. Plaza	139
3.3.15. Promoción.....	140

3.3.16. Publicidad.....	140
3.4. Estudio Administrativo.....	143
3.4.1. Organigrama.....	143
3.4.2. Funciones y Perfiles de los Puestos.....	143
3.5. Estudio Ambiental.....	148
3.6. Aspectos Tecnológicos del Proyecto.....	149
3.6.1. Ubicación del Proyecto.....	149
3.6.2. Infraestructura, Equipo y Maquinaria.....	149
3.7. Diagrama de Flujo de Proceso.....	153
3.7.1. Supuestos:.....	155
3.7.2. Incremento de la demanda:.....	155
3.7.3. Crecimiento de los costos.....	155
3.7.4. Tasa de descuento del VAN.....	155
3.7.5. Estimación de la demanda.....	155
3.7.6. Presupuesto de Ventas.....	157
3.7.7. Presupuesto de Egresos.....	158
3.7.8. Capital de Trabajo.....	159
3.7.9. Valor de Desecho.....	160
3.7.10. Financiamiento.....	161
3.7.11. Flujo de Caja.....	162
3.8.1. Van.....	164
3.8.2. Tir.....	164
3.9. Conclusiones.....	165
3.10. Recomendaciones.....	166
Bibliografía.....	167
ANEXOS.....	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 División Parroquial Santa Elena	4
Gráfico No 2 Ubicación Parroquial Santa Elena.....	11
Gráfico No 3 Población Económicamente Activa (PEA)	20
Gráfico No 4 Entrada de Extranjeros al Ecuador 2013-2014	35
Gráfico N° 5 GÉNERO	74
GRÁFICO N° 6 EDAD	75
GRÁFICO N° 7 NIVEL DE EDUCACIÓN	76
GRÁFICO N° 8 SECTOR LABORAL	77
GRÁFICO N° 9 IMPULSO DEL DESARROLLO TURISTICO	78
GRÁFICO N° 10 DESARROLLO TURÍSTICO	79
GRÁFICO N° 11 IMPULSAR EN LA CABECERA DE MANGLARALTO	80
GRÁFICO N°12 CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS	81
GRÁFICO N° 13 DESARROLLO ECONÓMICO	82
GRÁFICO N° 14 VENTAJAS DE CREACIÓN	83
GRÁFICO N° 15 DESVENTAJAS DE CREACIÓN	84
GRÁFICO N° 16 LUGAR DE UBICACIÓN	85
GRÁFICO N° 17 MOBILIARIO DENTRO SU PREFERENCIA	86
GRÁFICO N° 18 SERVICIOS	87
GRÁFICO N° 19 ACTIVIDADES TURÍSTICAS	88
GRÁFICO N° 20 DISPOSICIÓN A CANCELAR	89
GRÁFICO N° 21 APOORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO	90
GRÁFICO N° 22 IMPLEMENTACIÓN DE PANELES SOLARES	91
GRÁFICO N° 23 APOYO A LA CREACIÓN	92
GRÁFICO N° 24 CÓMO APOYARÍAN LAS AUTORIDADES	93
GRÁFICO N° 25 GÉNERO	94
GRÁFICO N° 26 EDAD	95
GRÁFICO NO 27 PAÍS DE RESIDENCIA	96
GRÁFICO N° 28 NIVEL DE EDUCACIÓN	97

GRÁFICO N° 29 OCUPACIÓN	98
GRÁFICO N° 30 INFORMACIÓN DE LOS LUGARES TURÍSTICOS	99
GRÁFICO N° 31 FORMA DE VIAJE	100
GRÁFICO N° 32 MEDIO DE TRANSPORTE	101
GRÁFICO N° 33 PREFERENCIA DE VIAJAR	102
GRÁFICO N° 34 ACTIVIDADES TURÍSTICAS	103
GRÁFICO N° 35 DÍAS DE PERMANENCIA	104
GRÁFICO N° 36 DINERO ESTIMADO	105
GRÁFICO N° 37 HOSPEDAJE EN LA NOCHE	106
GRÁFICO NO 38 VISITA MANGLARALTO	107
GRÁFICO NO 39 CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS	108
GRÁFICO N° 40 TIPO DE MOBILIARIO	109
GRÁFICO N° 41 SERVICIOS	110
GRÁFICO N° 42 PANELES SOLARES	111
GRÁFICO N° 43 DISPOSICIÓN A PAGAR	112
GRÁFICO N° 44 PAGOS	113
Gráfico No 45 Organigrama propuesto	143

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No 1 Población por parroquias del Cantón Santa Elena y por sexo	5
Cuadro No 2 Población de Manglaralto	11
Cuadro No 3 Comunas y Recintos de la Parroquia Manglaralto	12
Cuadro No 4 Principales Mercados Turísticos al Ecuador	15
Cuadro No 5 Matriz de actividades de las comunidades de la parroquia Manglaralto	19
Cuadro No 6 Población Económicamente Activa (PEA)	19
Cuadro No 7 Categoría de Alojamiento Turístico	30
Cuadro No 8 Inventario de Atractivos Turísticos de la Parroquia Manglaralto ...	39
Cuadro No 9 Métodos de la Investigación	66
Cuadro No 10 Segmento de Poblaciones	70
Cuadro No 11 EXPERTOS EN TURISMO	71
Cuadro No 12 POTENCIALES CLIENTES	71
Cuadro No 13 Tamaño de la muestra	72
CUADRO N° 14 Respuesta del Grupo Focal	115
CUADRO N° 15 Factibilidad del Proyecto	119
CUADRO N° 16 Valores Esperado	120
CUADRO N° 17 Valores de Chi Cuadrado	120
Cuadro No 18 Competencia Indirecta	133
Cuadro No 19 Método Cualitativo por Puntos	149
Cuadro No 20 Maquinarias y Equipo.....	150
Cuadro No 21 Reinversiones	151
Cuadro No 22 Balance de Obras Físicas.....	151
Cuadro No 23 Balance de Personal	152
Cuadro No 24 Insumos Generales.....	153
Cuadro No 25 Estimación de la demanda de venta de ceviches/ platos	156
Cuadro No 26 Ingresos por hospedaje	156
Cuadro No 27 presupuesto de venta ceviches platos	157

Cuadro No 28 INGRESOS MENSUALES POR HOSPEDAJE.....	157
Cuadro No 29 Costo de producir platos (unidad) al por mayor.....	158
Cuadro No 30 Capital de trabajo proyección Mensual.....	160
Cuadro No 31 Valor de Desecho.....	161
Cuadro No 32 Inversiones.....	161
Cuadro No 33 Tabla De Amortización.....	162
Cuadro No 34 FLUJO DE EFECTIVO INVERSIONISTA.....	163
Cuadro No 35 CALCULO VAN Y TIR.....	164
Cuadro No 36 Género.....	177
Cuadro No 37 Edad.....	177
Cuadro No 38 Nivel De Educación.....	177
Cuadro No 39 Ocupación.....	177
Cuadro No 40 Creación de Cabañas Ecológicas.....	178
Cuadro No 41 Desarrollo Turístico.....	178
Cuadro No 42 Impulsar en la Cabecera de Manglaralto.....	178
Cuadro No 43 Creación de Cabañas Ecológicas.....	179
Cuadro No 44 Existiría Desarrollo Económico.....	179
Cuadro No 45 Ventajas al crear las Cabañas Ecológicas.....	179
Cuadro No 46 Desventajas al crear las Cabañas Ecológicas.....	179
Cuadro No 47 Lugar de ubicación.....	180
Cuadro No 48 Mobiliario dentro su preferencia.....	180
Cuadro No 49 Servicios prefieren.....	180
Cuadro No 50 Actividades Turísticas.....	181
Cuadro No 51 Disposición a cancelar.....	181
Cuadro No 52 Aporte al desarrollo turístico.....	181
Cuadro No 53 Implementación de Paneles Solares.....	182
Cuadro No 54 Apoyo a la creación de Cabañas Ecológicas.....	182
Cuadro No 55 Apoyo por Autoridades.....	182
Cuadro No 56 Género.....	183
Cuadro No 57 Edad.....	183
Cuadro No 58 País de residencia.....	183

Cuadro No 59 Nivel de Educación	184
Cuadro No 60.Ocupación	184
Cuadro No 61 Información acerca de los lugares turísticos	184
Cuadro No 62 Forma de viaje	185
Cuadro No 63 Medio de transporte	185
Cuadro No 64 Preferencia de Viajar	185
Cuadro No 65 Actividades turísticas	186
Cuadro No 66 Días de permanencia	186
Cuadro No 67 Dinero estimado	186
Cuadro No 68 Hospedaje	187
Cuadro No 69 Visita Manglaralto	187
CUADRO N° 70 Creación de cabañas ecológicas	187
Cuadro No 71 Tipo de mobiliario	187
Cuadro No 72 Servicios	188
Cuadro No 73 Implementación de paneles solares	188
Cuadro No 74 Disposición a pagar	188
CUADRO N° 75 Pagos	189

INTRODUCCIÓN

El cantón Santa Elena al tener gran variedad de atractivos naturales y culturales, además de diversidad en especies de flora y fauna, presenta un gran potencial de afluencia turística nacional e internacional, en especial todas las comunidades que conforman la parroquia Manglaralto.

La parroquia Manglaralto se encuentra en las cuencas de los ríos: Ayampe, Manglaralto y Valdivia. El territorio de Manglaralto toma su nombre por los manglares que existían en su territorio, de los cuales hoy solo quedan remanentes, y fue reconocido como el Puerto de Manglaralto que tuvo su apogeo en 1953 donde jugó un papel de vital importancia en la historia económica del país, ya que a través de él se comercializaba con Guayaquil y otros destinos de la costa ecuatoriana.

La parroquia Manglaralto está ubicada en la parte norte del cantón Santa Elena, sus límites son: Al Norte con Montañita; Al Sur con Cadeate; Al Este con la Cordillera Chongón Colonche, y al Oeste con el Océano Pacífico. La comuna cuenta con una población aproximada de 1046 habitantes, de los cuales en la actualidad el 50% se dedica a la actividad turística pero no todos cuentan con los recursos económicos necesarios para brindar un servicio de óptima calidad; por otro lado es lamentable que muy pocos estén familiarizados con lo que respecta a la cultura del buen servicio, mientras que el otro 50% de pobladores se dedican a trabajar en la pesca, agricultura, comercio y otras actividades.

La cabecera parroquial de Manglaralto está cercana a la cordillera Chongón Colonche al igual que la mayoría de las comunas del cantón Santa Elena, presenta condiciones climáticas sub-tropicales y es así que posee atractivos que se hacen merecedores a que sean visitados y admirados día a día, convirtiendo en un potencial turístico, social y económico de gran importancia al cantón Santa Elena y la provincia entera.

Para el turismo comunitario sustentable se enfatiza la gestión turística basada en la propiedad y la autogestión de los recursos naturales y culturales de las comunidades cercanas a la parroquia Manglaralto, sin dejar a un lado la orientación de responsabilidad social, conciencia de conservación del ambiente y repartición de bienes o servicios.

El estudio de factibilidad que se realizará para la implementación de las “Cabañas Ecológicas”, pretende llegar a convertir a la cabecera parroquial de Manglaralto en uno de los principales lugares turísticos de pernoctación para los turistas tanto nacionales como extranjeros, una nueva alternativa de recrearse y disfrutar del contacto con su espíritu al visitar y estar al contacto de la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del estrés laboral que se encuentra en las ciudades, ofreciéndoles un servicio distinto que garantice a los turistas disfrutar de un agradable descanso, combinando confort y un acogedor estilo campestre, utilizando la tecnología para aprovechar los rayos solares de nuestro astro rey, el sol, ya que es uno de los mayores recursos naturales que bañan la zona y que a la vez hace formar parte del grupo que está al tanto de contribuir con la conservación del ambiente, implementado paneles solares para tener reservorios de energía alterna.

Las cabañas ecológicas estarán ubicadas en la cabecera parroquial de Manglaralto, en el cerro de Manglaralto que es un estratégico lugar por su bella vista y su manto natural que lo rodea, a más de esto, está muy cerca a la playa, al manglar y los pequeños senderos nativos con que cuenta la comunidad. La ubicación de la hospedería fue escogida en base a la cercanía con los principales centros turísticos de la zona norte, por sus extensas y bellas playas, por su encantador y enigmático mangle, por sus productos marinos y sobre todo sus hermosos lugares ecológicos aun no promocionados que crean un lugar de ambiente paradisíaco a todas las personas de diversas edades y excelente escenario para desarrollar este proyecto.

En el proceso del proyecto se ha llevado a cabo la respectiva investigación de la siguiente manera:

CAPÍTULO 1: En este capítulo se detalla todo lo que corresponde a los antecedentes de la cabecera parroquial de Manglaralto, sus recursos naturales (flora y fauna), sus atractivos turísticos, sus aspectos sociales, económicos y culturales y un análisis del nivel de vida que tienen los comuneros, de igual manera comprende el marco teórico y legal que fundamenta la investigación.

CAPÍTULO 2: Este capítulo comprende la validación metodológica del estudio, las técnicas e instrumentos utilizados, el análisis de los resultados de la aplicación de las encuestas y entrevistas, así como también la respectiva prueba de hipótesis.

CAPÍTULO 3: Este capítulo presenta el estudio de factibilidad para la implementación de cabañas ecológicas en la parroquia Manglaralto, el mismo que comprende los estudios: administrativo, de mercado, técnico y financiero que determinan la viabilidad del proyecto. Finalmente se encuentra la bibliografía y los respectivos anexos, los mismos que servirán de información complementaria.

CAPÍTULO I

DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO

1.1 PARROQUIA MANGLARALTO

1.1.1 Aspectos Generales

La Provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.762,8 km², se divide en tres cantones siendo el más grande Santa Elena con 3.668,90 km², (1.46% del total nacional) y con una población residente de 308.000 habitantes según el último censo de población y vivienda en el año 2010, tomando en cuenta una parte de la Ruta del Spondylus y una población flotante superior a 200.000 personas en época alta de turismo.

Gráfico No 1 División Parroquial Santa Elena



Fuente: www.sni.gob.ec, Mapas temáticos

Según el censo de población y vivienda (INEC, 2010), la población por parroquia es la que se muestra en el cuadro N° 1:

Cuadro No 1 Población por parroquias del Cantón Santa Elena y por sexo

DISTRIBUCIÓN		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
PARROQUIA	SANTA ELENA	26816	26358	53174
	ATAHUALPA	1689	1843	3532
	COLONCHE	16158	15164	31322
	CHANDUY	8337	8026	16363
	MANGLARALTO	15200	14312	29512
	SIMÓN BOLÍVAR (JULIO MORENO)	1757	1539	3296
	SAN JOSÉ DE ANCÓN	3439	3438	6877
TOTAL		73396	70680	144076

Fuente: Censo de Población INEC 2010

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

1.1.2 Reseña Histórica

Manglaralto es la tercera parroquia del cantón Santa Elena. Su proceso histórico se inicia según datos encontrados a mediados de los años 20 y 30 del siglo XIX siendo sus primeros pobladores habitantes de un caserío que estaban asentados en territorios que en la actualidad pertenecen a la provincia de Manabí. Gente dedicada a la caza y a la agricultura, quienes queriendo aprovecharse del mar, deciden trasladar su “campamento” y llegan a unas grandes y desconocidas tierras, que les brindaba las bondades de su playa y se transportaban por medio de burros y caballos pero después cambiaron a los carros que le llamaban lecheras que pasaban su ruta por la playa y en horas de la madrugada para recoger a la población, lo hacían pitando la bocina del carro para alertar su paso y así recoger a los pasajeros hasta llegar al destino. El paisaje tenía como fondo natural la exuberante montaña que hoy en día conocemos como cordillera Chongón Colonche. Así nacía esta comunidad, cuyos habitantes poco a poco, gracias a su trabajo tesonero fueron aprovechando la riqueza de la naturaleza hasta convertirse en cierto momento, en la “capital económica” de la Península de Santa Elena.

Desde aquí se exportaban muchos productos como paja toquilla, tagua, cuero de res; productos de consumo como café y almidón y productos marinos, siendo esto fuente de mayor ingreso para la zona y para toda la provincia de Santa Elena. La población de Manglaralto se dedica a la agricultura y en las últimas décadas se han dedicado a la actividad turística conservando la flora y fauna, esta actividad ha traído aspectos positivos y negativos, positivos porque se está conservando la flora y fauna y los recursos naturales para las futuras generaciones, por lo contrario por la gran acogida de esta actividad existen invasiones en tierras vírgenes y día a día usan compuestos químicos en las áreas agrícolas que van alterando la productividad y fertilidad de terreno causando un gran agrícola y creando un aspecto negativo.

La parroquia Manglaralto desde el siglo pasado fue una región de gran desarrollo agrícola. Su puerto, industrias, agricultura y comercio le dieron fama en el campo de la economía nacional. En 1919 se lanzó el proyecto de cantonización de esta parroquia sin mayor resultado. La principal actividad económica descansaba en la agricultura y en el comercio y contaba con extensos bosques, por lo que la mayoría de las viviendas de esta parroquia estaban construidas con madera de guayacán, con caña guadua y con hojas de palmera o de paja toquilla. La agricultura fue la verdadera fuente de riqueza para Manglaralto, sus cultivos principales eran la tagua, la paja toquilla, el plátano, la cascarilla, la caña de azúcar, el café, el cacao, la naranjilla, la piña y la guayaba que eran comercializados en Santa Elena, La Libertad y Guayaquil. En la parroquia existen según el censo de vivienda 8550, destacando el 83% como casas y villas.

La disminución de su producción sobretodo maderera ocasionó que también cambie su importancia en el territorio, debido a que al disminuir los bosques por la tala indiscriminada se redujeron las superficies adecuadas para la producción, por lo que, se conservaron a lo largo del tiempo las de paja toquilla y tagua, que se comercializan hasta la actualidad sin ningún proceso significativo de valor agregado, en ese entonces contaba con los siguientes recintos: Buenos Aires,

Barcelona, San Pedro, Valdivia, Sitio Nuevo, Libertador Bolívar, San Antonio, Cadeate, Río Chico, Pajiza, Dos Mangas, Montañita, Olón, Curía, San José, San Francisco, La Entrada y La Rinconada.

Manglaralto Industrial y Comercial

El desarrollo industrial y comercial que tuvo la parroquia Manglaralto fue de extraordinaria importancia para las arcas del Gobierno Nacional, cuyo comercio se desarrolló a principios del siglo pasado, siendo declarado Puerto de Exportación en el año de 1903, razón por la cual, al siguiente año de 1904 en este Puerto, se instala una Oficina Aduanera, encargada del cobro de los impuestos a las mercaderías que salían por el Puerto de Manglaralto hacia diversas partes de la República y otras, hacia el exterior.

Aquí, un extracto de lo escrito por Alejandro Guerra Cáceres en su Obra “Apuntes para la historia de la Península”: “En 1904 se fundó la Aduana, siendo su primer administrador Pedro Zenón Terán. En este año Manglaralto tenía varios Ingenios de Azúcar, 10 destilerías, manufacturas de sombreros, madera, agricultura y comercio de gran escala”. Más adelante Guerra Cáceres anota: “En 1904 se exportó por el puerto de Manglaralto, de enero a octubre 1’396.862 kilos, pagando por conceptos de impuestos de aduana 3.490,94 sucres. De noviembre a diciembre se exportó 305.265 kilos con un impuesto de 3.892,12 sucres (en vigencia nueva Ley de Impuesto). En total se exportó en 1904, 1’702.126 kilos y se pagó por conceptos de impuestos aduaneros 7.383,06 sucres”.

Con esta reseña anotamos la importancia que tuvo esta parroquia en el desarrollo económico del país. No obstante, en forma inconcebible en noviembre de 1904 se dispone el cierre del Puerto de Manglaralto. Hecho que causó la indignación de los moradores de esta parroquia, que encabezado por el señor Manuel Vélez, tras dos años de intensa lucha, consigue que el General Eloy Alfaro Delgado, decretara la reapertura del Puerto de Manglaralto, dándole a esta comunidad su horizonte que todo pueblo futurista se merece.

Carlos Alberto Flores, también describe el desarrollo industrial y comercial de Manglaralto, en lo referente a la manufacturación del sombrero de paja toquilla en el año de 1904 y su exportación hacia la región interandina de Cuenca y Azogues, a más de Guayaquil.

La Guía Comercial Agrícola e Industrial de la República del Ecuador, editada en el año de 1909, en lo relacionado a la parroquia de Manglaralto, nos entrega una interesante ilustración en la que esta comunidad ocupa el primer lugar en el cantón Santa Elena en su aspecto comercial, inclusive, muy arriba de la cabecera cantonal: “Santa Elena tenía en su totalidad 104 comerciantes, quienes a la vez tenían un capital en giro de 182.100,00 sucres. Ocupando el primer lugar, estaba la parroquia Manglaralto, que tenía 45 comerciantes, con un capital que fluctuaba en los 86.000,00 sucres, es decir, casi el 50% del comercio del primer cantón peninsular estaba en la población de Manglaralto, donde sobresalía el señor Benjamín Menoscal, con un capital de 15.000,00 sucres”

En el aspecto poblacional, en el año de 1909, el cantón Santa Elena tenía en su totalidad 381 casas, siendo su valoración de 517.400,00 sucres, teniendo la parroquia de Manglaralto la grande en esta etapa de la historia peninsular- la cantidad de 164 casas, cuyo valor ascendía a 250.200,00 sucres, dejando el sobrante para Santa Elena, Chanduy y Colonche, cuya división está expuesta a continuación: “Santa Elena tenía 108 casas, con un valor de 113.900,00 sucres; Chanduy, registraba 63 casas con una valoración de 92.200,00 sucres. Colonche tenía 46 casas, con una valoración de 61.100,00 sucres”. Aquello nos demuestra el enorme desarrollo industrial y comercial de esta población a finales de la primera década del siglo XX.

El Puerto de Manglaralto siguió recibiendo el tráfico marítimo, que lo convirtieron al igual que Salinas y Ballenita, en puerto con escala internacional, por este motivo, el 26 de febrero de 1922, en este puerto se instala un faro de

sistema AGA, práctico y novedoso que se estaban instalando en los puertos del país, hecho histórico en esta comunidad del cual Alejandro Guerra, apunta: “fue apadrinado por Melesio Antonio Hidrovo Peña, quien lo encendió por primera vez. Poco antes había funcionado, a iniciativa del ex Capitán del Puerto don Giler Vera, un faro de lámparas ubicado en el malecón en una caseta especial”. Así, vamos describiendo la extraordinaria historia de esta parroquia santaelenense.

En la monografía de la Península de Santa Elena (Ayala, 1977), en lo referente a la economía de Manglaralto anota: “Existen 4.000 hectáreas de sembríos que dan trabajo a un sinnúmero de obreros y obreras. Se exportan anualmente 4.000 bultos de paja toquilla que tienen un valor de 6’000.000,00 de sucres anualmente, la cosecha de paja toquilla se realiza cada mes”. Más adelante, refiriéndose al tema que estamos tratando apunta: “También se obtiene 20.000 quintales de tagua, que anualmente se exporta. Café 20.000 quintales, se puede decir, que la producción cafetalera rivaliza o compite con la hermana provincia de Manabí. Existen abundantes cítricos: naranjas, limones, etc.”. A breves rasgos se ha descrito la importancia que tuvo Manglaralto en el aspecto económico, el cual repercutió en las arcas del erario nacional.

Manglaralto y su Nombre

Según relatos del profesor Fausto Rodríguez, oriundo de esta parroquia “Al haberse realizado un pequeño asentamiento, los primeros pobladores llevan la noticia que habían encontrado esta prodigiosa tierra, la misma que estaba cubierta de pequeños **MANGLARES**, pero que habían unos **MÁS ALTOS** que sobresalían y es ahí donde deciden armar sus viviendas, dedicándose a la pesca y a la agricultura. Tiempo después, llega un barco a las playas de **MANGLAR-ALTO**, con el propósito de comerciar con los campesinos de este lugar, quienes eran poseionarios de grandes áreas de sembríos de tagua, paja toquilla y una variedad de frutas; siendo ellos los que denominan a este pedazo de tierra peninsular, como punto de referencia con el nombre de **MANGLARALTO**. Es

decir, fueron extranjeros, quienes bautizaron a este poblado con dicho nombre natural, basado en dicho montículo que crece en forma abundante al borde de los ríos.

Manglaralto es un territorio ancestral de la península de Santa Elena, mencionado en las crónicas históricas de las épocas coloniales, y destacada siempre por sus múltiples actividades como centro pesquero y de agro producción. En su territorio se asientan comunas, que desempeñan diferentes roles en el territorio según su actividad productiva. Por ello, es importante anotar que en la parroquia Manglaralto se encuentran el mayor número de formaciones vegetales y extensión de bosque húmedo, ocupa alrededor de un 30% del territorio de la parroquia Manglaralto, y es el más importante retenedor y aportante de agua dulce de la región. En la Parroquia Manglaralto, quedan remanentes de manglares, en zonas como Río Oloncito, Río Grande, Valdivia y Manglaralto, donde la comunidad está tratando de proteger lo poco que queda de este ecosistema, que son pequeñas formaciones de manglar, y plantas asociadas como el Bijao.

1.1.3 Organización Territorial

La cabecera parroquial de Manglaralto se encuentra ubicada en el kilómetro 55 de la zona norte del cantón Santa Elena con una altura de 0-2 m.s.n.m, su temperatura oscila entre 24-26°C y su respectiva precipitación de 125-250 mm. En la descripción del paisaje tiene una playa amplia de forma recta, su rumbo es sur-sur este, está separada la playa con la zona de habitación por un malecón donde se observa una que otra arquitectura tradicional antigua (relativo a la arquitectura de madera existente en las etapas tempranas del periodo Republicano). La cordillera se retira de la línea de la carretera y conserva dos valles de drenaje uno del río Manglaralto y el otro del río Caridad, cuyos esteros irrumpen la playa camino al mar.

Los límites de la parroquia Manglaralto son:

Norte: Provincia de Manabí, Cantón Puerto López
Sur: Parroquia Colonche
Este: Provincia de Manabí, Cantón Jipijapa
Oeste: Océano Pacífico

La parroquia rural Manglaralto, está ubicada al norte de la provincia de Santa Elena y tiene una extensión de 497,4 Km², con una población de 29.512 habitantes según el último de población y vivienda (INEC, 2010). La Población Económicamente Activa (PEA) la constituyen un total de 10.079 habitantes, de las cuales más del 42% están vinculados a la agricultura y la manufactura, sin embargo se debe destacar la actividad pesquera y el turístico, sobretodo comunitario.

Gráfico No 2 Ubicación Parroquial Santa Elena



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Manglaralto/CENSO INEC 2010
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 2 Población de Manglaralto

Hombres	Mujeres	Total de Habitantes	Porcentaje de Tasa Crec.	Extensión en Km.	Densidad de Hab./Km ²
15.200	14.312	29.512	2,57	488,8	60,4

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Manglaralto/CENSO INEC 2010
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

1.1.4 Organización Comunal en la Parroquia Manglaralto

La parroquia Manglaralto está formada por 19 comunas donde destacan las múltiples actividades turísticas, agrícolas, pesqueras e industriales en pequeña escala que se desarrollan.

Cuadro No 3 Comunas y Recintos de la Parroquia Manglaralto

#	NOMBRE	TIPO	COMUNA A LA QUE PERTENECE
1	La Rinconada	Recinto	La Entrada
2	La Entrada	Recinto	La Entrada
3	Las Núñez	Recinto	Las Núñez
4	San José	Recinto	San José
5	Río Blanco	Caserío	Río Blanco
6	San Francisco	Caserío	San Francisco
7	San Vicente De Loja	Recinto	Olón
8	Olón	Recinto	Olón
9	Curía	Recinto	Curía
10	Montañita	Recinto	Montañita
11	Dos Mangas	Recinto	Dos Mangas
12	Pajiza	Recinto	Pajiza
13	Manglaralto	Cabecera	Manglaralto Cabecera Parroquial
14	Cadeate	Recinto	Cadeate
15	Río Chico	Recinto	Río Chico
16	San Antonio	Recinto	San Antonio
17	Libertador Bolívar	Recinto	Atravezado
18	Sitio Nuevo	Recinto	Sitio Nuevo
19	San Pedro	Recinto	San Pedro
20	Valdivia	Recinto	Valdivia
21	Sinchal	Recinto	Sinchal
22	Barcelona	Recinto	Barcelona

Fuente: <http://manglaralto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-17/ct-menu-item-35>

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

1.1.5 Fiestas Tradicionales

10 De Agosto

Esta fiesta es muy particular debido a que se le viene realizando desde tiempos pasados, y actualmente se la realiza en esta fecha muy significativa ya que fue el Primer Grito de la Independencia del Ecuador por lo tanto los pueblos y la

comunidades optaron por tener una calle llamada 10 de agosto, en el cual ese día se hacen varias actividades como el palo encebado, la olla encantada, juegos deportivos, etc.

San Ignacio de Loyola.

Se celebra cada 31 de Julio. Se realiza la procesión con la imagen recorriendo el pueblo con el acompañamiento de la banda de músicos y el lanzamiento de cohetes. Después de la Santa Misa, la banda de músicos se ubica frente a la iglesia y da inicio a la fiesta entonando las canciones populares. Los personajes populares que siempre están presentes son: el curiquingue, la vaca loca y el político loco, estos demuestran sus destrezas para amenizar la fiesta y el gran castillo.

La Virgen de la Merced.

Esta es otra festividad que se celebra el 26 de Septiembre en la parroquia Manglaralto de la cual todos son partícipes ejecutando especialmente los desfiles católicos, en esta fecha se realizan procesiones, bautizos, juego deportivos en los barrios y en la playa, pero lo que más resalta es la quema de castillo que genera gran emoción para toda la población manglaraltense.

1.1.6 Parroquialización de Manglaralto.

Esta comunidad en su aspecto político, aparece como parroquia del cantón Santa Elena en el año de 1858, “En este año los pueblos de este cantón son Santa Elena, Chanduy, Colonche y Manglaralto, como parroquias principales”; debemos anotar que en este documento descrito por Alejandro Guerra Cáceres, en su obra ya anotada, aparece por primera vez el nombre de Manglaralto como parroquia del cantón Santa Elena, condición que es ratificada el 29 de mayo de 1861 en la “Convención Garciana”, por haberse realizado en la administración del Dr. Gabriel García Moreno, documento que recién salió publicado en el Diario Nacional (Hoy Registro Oficial) al año siguiente, esto es en 1862. Instrumento

que de la misma manera ratificaba las parroquializaciones de Chanduy y Colonche, las mismas que venían teniendo dicha categoría desde hace muchos años atrás, tal como se lo demuestra en la Primera Convención (con tinte ecuatoriano) que tuvo nuestro país el 14 de agosto de 1835, en la ciudad de Ambato, fecha en la que se determina el Régimen Político y Económico del Ecuador, hecho que para muchos historiadores, es la Partida de Nacimiento del Ecuador, políticamente hablando. En aquel entonces, Chanduy era parroquia del cantón El Morro, hasta el 9 de noviembre de 1855 en que pasa a pertenecer al cantón Santa Elena hasta la actualidad. En dicho instrumento Colonche ya aparece como parroquia del cantón Santa Elena.

1.1.7 Principales Vías de Acceso.

Por la favorable ubicación en la Ruta de la Spondylus se puede llegar hasta la cabecera parroquial de Manglaralto vía terrestre (autos, cooperativa de bus Manglaralto o Citup), vía Fluvial (Fibra, botes, lanchas) y aérea (avión, avioneta y helicóptero) ya que Manglaralto cuenta con una pista de aterrizaje para este tipo de transporte.

1.1.8 Demanda Turístico

1.1.8.1 Demanda Turística en Ecuador

El Ecuador en el sector turismo ocupa el Tercer renglón de divisas en el año 2015 con un total de 416.037 turistas que arribaron a Ecuador durante el primer trimestre del 2015, evidenciando un crecimiento del 6,4% con relación a igual período del 2014.

La Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo señala, en su Boletín Trimestral, que Ecuador en este primer trimestre espera obtener USD 388 millones por concepto de turismo; es decir USD 24 millones más que de lo que se recibió en el primer trimestre del año anterior; además, que 252.993 turistas, que representa el 61% de visitantes, llegaron al país vía aérea;

mientras que el 34% (142.332) lo hicieron por vía terrestre y el 5% (20.710) por vía marítima. Este último segmento, de acuerdo con el informe, mostró un mayor dinamismo al incrementarse en 24% respecto al primer trimestre de 2014. (Mintur, 2015)

La demanda turística en el Ecuador se distribuye en 10 principales mercados receptores:

Cuadro No 4 Principales Mercados Turísticos al Ecuador

#	País	2014	2015	% Part.	% Var. "14-"15
		1er. Trimestre	1er. Trimestre		
1	Colombia	26.770	23.382	19,54	-12,66
2	Estados Unidos	19.982	18.898	15,79	-5,42
3	Perú	19.154	14.633	12,23	-23,60
4	Venezuela	7.033	5.574	4,66	-20,75
5	España	5.158	5.151	4,30	0,14
6	Argentina	6.365	5.881	4,91	-7,60
7	Chile	7.076	7.603	6,35	-7,45
8	Cuba	1.536	4.243	3,55	176,24
9	Alemania	3.457	3.086	2,58	-10,78
10	Canadá	3.219	3.566	2,98	10,78
11	Otros Países	24.834	27.648	23,10	11,33
Total		124.584	119.665	100,00	-3,95

Fuente: Ministerio de Turismo, 2015

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Los mercados emisores que encabezan la lista de los 10 primeros países con el mayor número de llegadas al país son: Colombia con un total de 23.382 que corresponde a un incremento del 20% con relación al año anterior, seguido por Estados Unidos que tuvo un arribo de 18.898 que corresponde al 16% de incremento en relación al año anterior y en tercer lugar esta Perú con un arribo de 14.633 que corresponde al 12% de incremento en relación al año anterior.

La ministra de Turismo, Sandra Naranjo, detalló que los visitantes pasaron de 152.576 en enero de 2014 a 169.378 en el mismo mes de este 2015. Varias campañas se han emprendido por parte del Gobierno Nacional para incrementar el

turismo y consolidar a ese sector como uno de los más importantes en cuanto a generación de divisas y empleo.

Una de las campañas que ha resaltado en los últimos tiempos es All You Need is Ecuador (Todo lo que necesitas es Ecuador) que fue presentada la semana pasada en un comercial de promoción turística exhibida durante la final del fútbol americano o Super Bowl, el mayor evento deportivo y televisivo de Estados Unidos.

Asimismo, a marzo del 2015, en el país se registra un total de 405.819 empleados en el sector turístico (alojamiento y servicio de alimentación), alcanzando un crecimiento del 16,3% frente al mismo período del año pasado. Esta cifra representa el 5,7% del total de empleos en la economía nacional y corresponde al segundo incremento más importante registrado en el país en los tres primeros meses, después del sector transporte que experimentó un incremento del 23% en el número de empleos.

En cuanto al ingreso de divisas por concepto de turismo, en el último trimestre del 2014 se registró un total de USD 400.6 millones; logrando un incremento del 14,3% versus a igual período del 2013. El estudio señala que con estas cifras Ecuador mantendría por 13vo trimestre un crecimiento de dos dígitos. Al cierre del 2014 el turismo se ubicó como la tercera fuente de ingresos no petroleros al recibir USD 1.487,2 millones, 18,9% más que el 2013.

1.1.8.2 El Sector Turístico en el Ecuador

El año 2015 fue catalogado por el Gobierno nacional como el año de la calidad turística. Para conseguirlo el régimen se planteó varias metas ambiciosas para acercarse a los promedios mundiales en el sector turístico; La estrategia es una combinación de incremento entre el número de visitantes, el gasto diario que realizan esos visitantes y la cantidad de días que se quedarán en el país.

Así las metas buscan un incremento del 9% de turistas que visitan el Ecuador, un gasto diario que aumente al 7% y que el número de días de estadía suba a nueve; Con esto se espera que el ingreso turístico de 2015 mejore más del 16%, es decir, casi 250 millones de dólares. En el futuro los objetivos son aún más grandes. Para el 2018, el Gobierno busca que el turismo supere los ingresos generados por el banano y se convierta en la primera fuente de ingresos no petroleros del país. Para 2020, la meta es duplicar los ingresos por turismo de la media mundial. (Ciudadano, 2015)

1.1.9 Producto Interno Bruto (PIB) en el Ecuador

Según detalló el Presidente Rafael Correa, la participación promedio mundial el turismo en cuanto a Producto Interno Bruto (PIB) turístico es del 9,5% mientras que la del Ecuador está por debajo de la media con tan solo el 5,3%. A nivel mundial 1 de cada 11 empleos tiene relación con el turismo en Ecuador la relación es de 1 de cada 20 empleos.

En cuanto a la exportación de servicios el turismo es la tercera fuente de ingresos no petroleros con casi 1500 millones de dólares; Según el Foro Económico Mundial, de 140 países Ecuador está dentro del 25% con mayor potencial turístico sin embargo, el país genera menos ingreso por turismo que los países que se encuentran en el 75% restante.

La ministra de Turismo, Sandra Naranjo, recalcó la importancia que tiene el turismo como generador de ingresos y de empleo e hizo un llamado a los ecuatorianos a seguir construyendo al Ecuador como una verdadera potencia turística. (Ciudadano, 2015)

1.1.10 Manglaralto y su Economía.

La parroquia Manglaralto, es una de las comunidades más ricas del cantón Santa Elena, cuya economía desde sus inicios ha tenido sus bases en la siembra de variados productos como plátano, tagua, sandías, naranjos, caña guadua y la paja

toquilla. A esta producción agrícola, hay que agregarle la ictiológica, ya que sus puertos son muy productivos en recursos marítimos, es decir, las fuentes de trabajo que tiene esta parroquia, son múltiples.

Esta es la principal razón, porque en Manglaralto van a construir verdaderas empresas que impulsan el desarrollo económico y social de esta comunidad y sus alrededores. Por eso, con una visión mercantilista llegan españoles, chilenos y peruanos, quienes le dan el verdadero impulso comercial a esta parroquia santaelenense. Así mismo muchos coterráneos especialmente de la sierra, levantan su tambo en este lugar prodigioso.

1.1.11 Inflación

La inflación es calculada por medio del índice de precios al consumidor, esto se basa en el costo de la canasta de bienes y servicios de los ecuatorianos. La tasa inflacionaria del 2012 fue de 4,2%, mientras que el porcentaje inflacionario del año 2013 bajó al 2,7%; hasta el primer trimestre del 2014 la inflación representó el 3,11%, con lo que se puede analizar que comparando la tasa de inflación del 2012 con la del 2013, evidenciando un decrecimiento de la misma, sin embargo para diciembre del año 2014 se refleja 3.67 se refleja, y hasta octubre del año 2015, la inflación promedio fue del 4%.

1.1.12 Actividades comunales de la parroquia Manglaralto

Por el gran privilegio de estar ubicada en una zona enriquecida de bosque tropical, encantador océano, extensión de territorial y ancestral gente trabajadora y multifacética, por lo cual existen actividades en la parroquia tradicionales y algunas que se han incorporado en los últimos años debido a las múltiples necesidades de los comuneros las cuales se detallan a continuación:

Cuadro No 5 Matriz de actividades de las comunidades de la parroquia Manglaralto

COMUNIDAD	ACTIVIDADES PRINCIPALES
San Pedro	Pesca, ganado porcino, artesanos de zapatos y turismo
Pajiza	Ganadería, artesanía
San José	Turismo, agricultura: paja toquilla, caña
Dos Mangas	Agricultura: paja toquilla, ganadería y turismo comunitario.
Barcelona	Agricultura: paja toquilla, ciclo corto
Sinchal	Agricultura: toquilla y artesanía.
Río Chico	Ganadería
Olón	Artesanía, pesca, turismo
Montañita	Turismo de playa
Cadeate	Panadería, artesanos y turismo comunitario
Libertador Bolívar	Artesanía, turismo
Sitio Nuevo	Artesanía
Manglaralto	Artesanía, pesca, turismo
Las Núñez	Agricultura, pesca, artesanía, ganadería y turismo
Valdivia	Artesanía de zapato, pesca, turismo
San Antonio	Artesanía, agricultura: paja toquilla
La Entrada	Turismo comunitario

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Manglaralto

Elaborado por: Fundación Santiago de Guayaquil

1.1.13 Población Económicamente Activa en la parroquia Manglaralto

La Población Económicamente Activa es aquella parte de la población dedicada a la producción de bienes y servicios, y la clasificación de la PEA por ramas de actividad brinda un panorama de como la economía está organizada. A continuación se detalla la Población Económicamente Activa de la parroquia Manglaralto de acuerdo al último censo de población (INEC, 2010) , utilizando la Clasificación Ampliada de las Actividades Económicas según la CIIU2 Cuarta Revisión, que permite una mayor desagregación que la CIIU - 2 y 3:

Cuadro No 6 Población Económicamente Activa (PEA)

ACTIVIDAD	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	26,80%
Industrias manufactureras	15,70%
Construcción	10,90%
Comercio al por mayor y menor	8,90%
Transporte y almacenamiento	2,30%
Actividades de alojamiento y servicios de comida	4,60%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2,60%

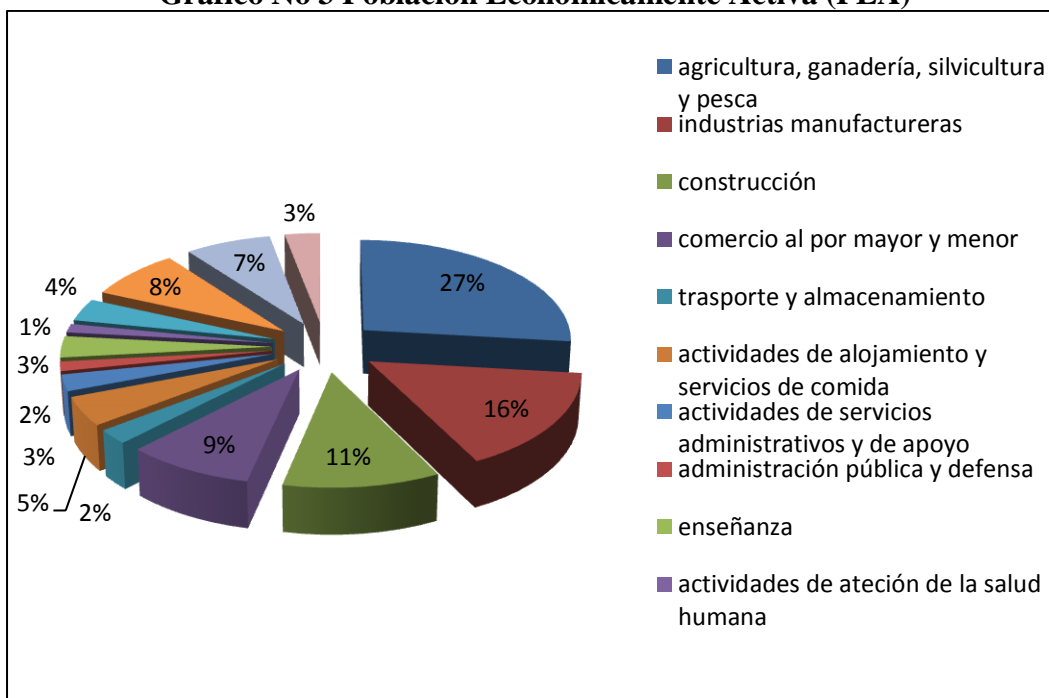
Administración pública y defensa	1,50%
Enseñanza	3,40%
Actividades de atención de la salud humana	1,40%
Actividades de los hogares como empleadores	3,60%
No declarado	8%
Trabajo nuevo	7,30%
Otros	3,00%
Total	100,00%

Fuente: Censo Población y vivienda año 2010

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

La actividad que destaca es la “agricultura, ganadería, silvicultura y pesca” con un 26,8 %, además de la rama de industrias manufactureras con un 15,7%, seguido por construcción con un 10,9% y comercio al por mayor y menor 8,9%. Por ser una parroquia agrícola esta actividad ha prevalecido en el tiempo, sin duda alguna existen actividades como se puede observar el gráfico cuya representación es pequeña pero forma parte de la PEA parroquial.

Gráfico No 3 Población Económicamente Activa (PEA)



Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Manglaralto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

1.2 Variable Independiente.

Estudio de Factibilidad.

1.3 Variable Dependiente.

Implementación de Cabañas Ecológicas en la Parroquia Manglaralto.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMES	INSTRUMENTOS
<p>La importancia de elaborar un estudio de factibilidad en el financiamiento permitirá incrementar el beneficio de la actividad turística mediante un estudio que involucre a las diversas autoridades del cantón Santa Elena, la comunidad y parroquia de Manglaralto</p>	<p>Estudio de Factibilidad.</p>	<p>Para efectuar el estudio de factibilidad económico-financiera resulta imprescindible conocer la estructura de financiamiento, presupuesto de los costos y gastos en que incurrirá la implementación de Cabañas Ecológicas en la cabecera de Manglaralto, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, también la demanda y el flujo de caja proyectada, la tasa interna de retorno el análisis de la creación de las Cabañas Ecológicas en Manglaralto y el servicio que se va a brindar, la estructura organizacional que se aplicará en el funcionamiento o puesta en marcha de la propuesta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio Administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos legales para la obtención de la Licencia Anual de Funcionamiento de las Cabañas. 	<p>¿Cuáles son las instituciones que se deben visitar para cumplir con los requisitos legales y tener el LUAF?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. • Entrevistas.
			<ul style="list-style-type: none"> • Contratación legal del recurso humano. 	<p>¿Ud. sería empleado en la cabaña ecológica por el sueldo básico del estado?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Plaza o Lugar 	<p>¿El proyecto de cabañas ecológicas en la cabecera de la parroquia Manglaralto fomentará empleo a la comunidad?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Producto, Servicio 	<p>¿Cuál sería la visión de demanda para la utilización del servicio de hospedajes y restauración de las cabañas ecológicas?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Precio 	<p>¿Cuánto Ud. está dispuesto a cancelar por el servicio de hospedaje y restaurante?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Promoción 	<p>¿Cuál sería la estrategia de promoción que atraería clientela en las cabañas ecológicas?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Localización 	<p>¿El lugar donde se implementará las cabañas ecológicas en la parroquia Manglaralto, atraerá clientela?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Materiales, Equipos 	<p>¿Los insumos y los materiales de hospedaje y restaurante serán fáciles de conseguir?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño del Proyecto 	<p>¿La repartición de los servicios de hospedaje y restaurante a ofrecer será utilizada por los turistas?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Inversión 	<p>¿Considera Ud. que las cabañas ecológicas es un proyecto factible para la parroquia Manglaralto?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Valor Agregado Neto "VAN" 	<p>¿Obtener una mayor productividad de los servicios adicionales (paneles solares), resulta una mayor factibilidad para las cabañas ecológicas?</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Tasa Interna de Retorno "TIR" 	<p>¿Considera Ud. que la rentabilidad del proyecto es factible para el desarrollo de las cabañas ecológicas?</p>		

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p>La importancia de elaborar un estudio de factibilidad en el financiamiento permitirá incrementar el beneficio de la actividad turística mediante un estudio que involucre a las diversas autoridades del cantón Santa Elena, la comunidad y parroquia de Manglaralto</p>	<p>Implementación de Cabañas Ecológicas en la cabecera de la parroquia Manglaralto.</p>	<p>Forma organizativa que la comunidad adopta internamente para hacer que sus recursos humanos, naturales y económicos sean administrados de una manera eficaz y eficiente estableciendo políticas comerciales que ayuden a mejorar el servicio que se brinda, realizando un análisis minucioso del entorno y de los factores internos y externos buscando el desarrollo de la comunidad en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad de gran potencial turístico 	¿Usted estaría dispuesto a contribuir con la localidad para que se convierta en un destino turístico?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas
				<ul style="list-style-type: none"> • Avance en el desarrollo de la actividad turística 	¿Cuál sería el recurso natural o cultural que llamaría la atención al turista e incentive a que visite la localidad y se aloje en la hospedería comunitaria?	
			<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Económicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Productor de plazas de trabajo y desarrollo económico. 	¿Usted está de acuerdo en que exista diversidad de fuentes de empleo para el desarrollo de la Parroquia Manglaralto?	
				<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento financiero de los pobladores. 	¿Usted está de acuerdo en que las instituciones bancarias y empresas privadas ayudaran para el beneficio o el desarrollo de la localidad?	
			<ul style="list-style-type: none"> • Actividad Pesquera y Agrónoma 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios 	¿Cuál es el tiempo para obtener el producto o de ofrecer el servicio y así obtener el resultado deseado?	
				<ul style="list-style-type: none"> • Ganancia de las ventas 	¿La rentabilidad de su negocio es a corto plazo o largo plazo?	
			<ul style="list-style-type: none"> • Actividad Turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta 	¿Cuál es la competencia que tiene más directa en la pesca y agronomía?	
				<ul style="list-style-type: none"> • Demanda 	¿Cuál es la oferta del producto o servicio que más éxito tiene para atraer a los clientes?	
			<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Culturales y Naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida en el entorno. 	¿A usted le gusta el estilo de vida de la comunidad?	
				<ul style="list-style-type: none"> • Intercambio de cultura 	¿Usted cree que mediante la cultura, tradiciones y atractivos naturales de la comunidad incentivaría para brindar servicios de hospedaje?	

1.4 Marco Legal.

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador.

En la Sección Segunda de la Constitución de la República del Ecuador, modificada en el año 2011, nos informa en el Art. 227 “la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”.

Dentro del Capítulo V en el Art. 238, se establece la autonomía de “Los gobiernos autónomos descentralizados y al respecto determina que éstos gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana”.

En el mismo capítulo el Art. 248 registra que respecto a las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas “La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los Gobiernos Autónomos Descentralizados y en el sistema nacional de planificación”.

1.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir.

El “Plan Nacional para el Buen Vivir” (PNBV, 2013-2017) en el Resumen Agenda Zonal la provincia de Santa Elena forma parte de la “Zona 5” junto a las provincias de Guayas, Bolívar, Los Ríos y Galápagos.

1.- Caracterización: El Plan Nacional para el Buen Vivir está destinado a ser un referente en Latinoamérica, pues la región está viendo resultados concretos en el caso ecuatoriano. El éxito del gobierno depende de que sigamos esa hoja de ruta sin desviarnos, aunque nos topemos con obstáculos. Las revoluciones que plantea esta hoja de ruta son: la equidad, el desarrollo integral, la Revolución Cultural, la

Revolución Urbana, la Revolución Agraria y la Revolución del Conocimiento. La Zona de Planificación 5 está conformada por las provincias de Bolívar, Los Ríos, Santa Elena, Galápagos y Guayas (excepto los cantones Guayaquil, Durán y Samborondón). Está compuesta por 48 cantones y 72 parroquias rurales, que corresponden a 25 distritos y 193 circuitos administrativos. Comprende un área de 33.416,67 km², es decir, el 12,99% del territorio nacional, ubicándose en tres regiones naturales: Costa, Sierra e Insular. Las temperaturas medias anuales, según el piso climático, oscilan entre los 12°C y los 27°C. En la provincia de Bolívar la temperaturas medias van de los 2°C (sector El Arenal y la parroquia Salinas) hasta 26°C en el sector de Las Naves; en Los Ríos, Guayas y Santa Elena, las temperaturas oscilan entre los 16°C hasta los 32°C; en Galápagos la temperatura fluctúa entre islas, en promedio la temperatura varía entre 14°C y 28°C.

2.- Principales Lineamientos de Acción

2.1. Transformación de la Matriz Productiva

➤ Potenciar el turismo a través de la dotación de infraestructura, la generación de capacidades en el talento humano y la extensión de la Ruta del Spondylus desde la interconexión entre el cantón Playas y la provincia de Santa Elena.

2.2. Reducción de Brechas y Desigualdades Socioeconómicas

En la parroquia Manglaralto se crearán Cabañas Ecológicas para promover el turismo sostenible y la optimización de los recursos naturales para el uso de energía alterna a la hidroeléctrica y así, con la normativa del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 del Ecuador se ofrece oportunidades para construir una humanidad de combate, en la que el centro de la acción pública sea el individuo o la vida. El proyecto a elaborar contribuye con el desarrollo turístico de la localización y genera fuentes de trabajo para los pobladores del sector.

1.4.3 Normativas de Turismo

1.4.3.1. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

Este Código establece “La organización político-administrativa del estado ecuatoriano en el territorio; el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera”. Además, desarrolla un modelo de descentralización obligatoria y progresiva a través del sistema nacional de competencias, la institucionalidad responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y la definición de políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios en el desarrollo territorial.

Art. 4.- Fines de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (G.A.D.)

a) El desarrollo equitativo y solidario mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización;

g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir.

Instructivo para la calificación de comunitarias a las personas jurídicas dedicadas a la actividad turística comunitaria.

Art. 1. Señalar que las personas interesadas en realizar actividades turísticas en el país y requieran obtener la calificación de comunitarias deberán presentar al CODENPE los siguientes requisitos:

a) Solicitud al CODENPE suscrita por el representante legal de la persona jurídica interesada.

- b) Copia certificada del acuerdo de reconocimiento legal o de otorgamiento de la personería jurídica.
- c) Acta de asamblea general de la comunidad donde aceptan y avalan las actividades de turismo comunitario que desarrolla la organización solicitante firmada por la mayoría de los asistentes, con indicación de sus nombres, apellidos completos y el número de cédula.
- d) Para las entidades señaladas en el numeral 8 del Artículo 14 de la Ley de Turismo, una carta aval de la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE, previo informe escrito de cumplimiento de los principios de turismo comunitario.

1.4.3.2. Ministerio de Turismo (MINTUR)

Ecuador ha emprendido estrategias participativas con actores de entidades privadas, públicas y comunitarias que de una u otra manera están vinculadas; para lograr alcanzar que la actividad turística sostenible sea un pilar dinamizador para el desarrollo de todo el país y así tener un reconocimiento en la gestión del desarrollo equilibrado, con equidad, eficacia y eco-eficiencia turística.

El Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible del Ecuador **PLANDETUR 2020** propone un modelo de desarrollo del turismo sostenible basado en sus territorios y productos turísticos que permitan satisfacer las necesidades cambiantes de los segmentos de turistas actuales y potenciales aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad. Uno de estos elementos es el liderazgo del Ecuador en el turismo gestionado por sus comunidades que ofrecen experiencias memorables a través de la convivencia e intercambio con culturas ancestrales.

La planificación del desarrollo parte del reconocimiento de la vasta riqueza patrimonial del Ecuador en cuanto a culturas vivas y su entorno donde habitan y

llevan a cabo sus actividades las poblaciones locales ubicadas en los centros urbanos y en las zonas rurales de sus cuatro mundos: Galápagos, Costa, Sierra y Amazonia, con una oferta diferenciada y complementaria.

En este espacio territorial diverso con una vasta oferta de productos se busca atender las diversas motivaciones del turista para descubrir y recorrer al Ecuador con oportunidades diferenciadas para segmentos del mercado que buscan una combinación única de calidez, diversidad cultural y natural, con condiciones climáticas atractivas para la visita durante todo el año y donde todo está cerca ubicada estratégicamente en el punto de encuentro de la Línea Ecuatorial y la Cordillera de los Andes.

1.4.3.3. Reglamento de Alojamiento Turístico.

El Art. 24 y Art.66 de la Constitución de la República, reconoce y garantiza a todas las personas el derecho a una vida digna que asegure, entre otros, el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas actividades turísticas establecidas conforme a la ley; el Art. 227 que: *“La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación* Es así que para una correcta administración se deberá velar por el cumplimiento de estos principios. (Suplemento del Registro Oficial 465, 2015)

Art. 42.- Actividades Turísticas.- Según lo establecido por el Art.5 del Reglamento a la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a. Alojamiento.
- b. Servicio de Alimentos y Bebidas.

Para efecto de esto dentro del **Art. 43** define:

- a) Alojamiento;** Es el conjunto de bienes que se encuentra en una infraestructura lideradas o administradas por personas naturales o jurídicas, y que son destinados para prestar el servicio de hospedaje de paso o momentáneo, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios. Que, el servicio de alojamiento por su naturaleza, alcance y peculiaridad requiere ser reglamentado a través de un cuerpo normativo específico en el cual se establezcan los parámetros a los cuales debe someterse esta actividad, a fin de que su conceptualización, clasificación, categorización y servicio prestado respondan a estándares técnicos y objetivos que permitan la generación de una oferta de calidad.
- b) Servicio de Alimentos y Bebidas;** Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento.

Capítulo II. Del Registro Único de Turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el Registro de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

Capítulo II. De las disposiciones transitorias; Mientras se expiden los Reglamentos Especiales y Normas Técnicas referidas en la disposición transitoria primera de este Reglamento, se utilizará para todos los efectos legales consiguientes.

1.4.4 Clasificación Hotelera

Para realizar turismo dentro de una zona es de mucha importancia que se encuentre un área específica para realizar un servicio de suma importancia y este es el de alojamiento que es regularizado por las entidades pertinentes como lo es el Ministerio de Turismo y los GADS cantonales, es por este motivo que existen varias clasificaciones y categorizaciones de estos establecimientos que se sustentan dentro del Reglamento de Alojamiento Turístico Reformado en el 2015. (Suplemento del Registro Oficial 465, 2015)

Cuadro No 7 Categoría de Alojamiento Turístico

#	Establecimientos/Alojamiento	Nomenclatura	Categorías Asignadas
1.	Hotel	H	2 a 5 Estrellas
2.	Hostal	HS	1 a 3 Estrellas
3.	Hostería – Hacienda Turística	HT – HA	3 a 5 Estrellas
4.	Lodge	L	
5.	Resort	RS	4 a 5 Estrellas
6.	Refugio	RF	Categoría Única
7.	Campamento Turístico	CT	Categoría Única
8.	Casa de Huéspedes	CH	Categoría Única

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico 2015

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

a) **Hotel**

Es aquel establecimiento de alojamiento que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones individuales de uso exclusivo con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, dentro de su infraestructura se encuentra el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Para ser considerado como Hotel deberá contar con más de 5 habitaciones.

b) Hostal

Es aquel establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c) Hostería–Hacienda Turística.

Hostería.- Es aquel establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, y que pueden formar bloques independientes; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Hacienda Turística.- Es aquel establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

d) Lodge

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje. Utiliza materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona en la que se encuentre y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

e) Resort

Es aquel establecimiento que es conocido como complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

f) Refugio

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado

generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

g) Campamento Turístico

Es aquel establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña en diferentes áreas alejado de la sociedad; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

h) Casa de Huéspedes

Es aquel establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio para que el turista conviva con las costumbres de la familia; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos.

1.5 Recursos del Área de Estudio

1.5.1 Destinos turísticos nacionales, provinciales y locales.

1.5.1.1 Turismo en el Ecuador

El turismo representa para Ecuador un 4,2% del PIB, pero bien podría multiplicar por dos o tres veces su aporte, puesto que las condiciones del país son

excepcionales como destino turístico (B.C.E, 2015). Es un acierto el mercadeo internacional considerando la riqueza de la biodiversidad del país como una de las mayores del mundo. Naciones latinoamericanas, como Costa Rica, consiguieron un ejemplar impulso en el desarrollo de esta actividad, con la promoción del turismo verde. Ecuador tiene un capital inexplorado en su entorno ecológico. Pero la promoción tiene que ser constante y requiere una inversión económica suficiente para producir frutos. Hasta ahora, la promoción mayor es la de Galápagos, pero allí el incremento se halla restringido por necesarias razones de conservación.

Uno de los atractivos por los que el país fuera sede del concurso de Miss Universo fue la promoción del país alrededor del mundo, por la audiencia universal del concurso. Por supuesto que es una buena coyuntura para la promoción, pero en ningún caso sustituye a la que es fruto del esfuerzo constante. Sin esto último, viene lo primero a ser solo como un tiro en el aire. Una política de Estado para el desarrollo turístico debería apoyar el trabajo que, en la misma dirección, realizan los municipios ecuatorianos, como los de Quito, Guayaquil y Cuenca; además, dirigir también los esfuerzos a la capacitación interna y la creación de una conciencia colectiva de los beneficios extraordinarios que deja en la economía de un país el desarrollo turístico.

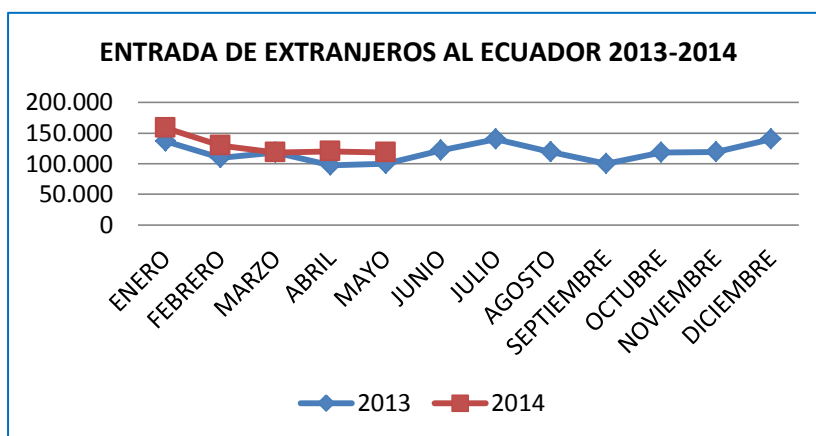
A la biodiversidad y la prodigiosa naturaleza en Galápagos, la Amazonía, los páramos, montañas y nevados de la Sierra, las playas de la Costa, se une un rico patrimonio histórico en las ciudades, que en los casos de Quito y Cuenca tienen el reconocimiento de la Unesco. Pero hay condiciones previas de infraestructura, servicios y seguridad ciudadana que son necesarios asegurar para que todo aquello sea aprovechable.

La promoción turística requiere persistencia e inversión económica constante, pero sobre todo ser parte de una política de Estado para el desarrollo del turismo que empiece incluso con la coordinación, que ahora no la hay eficaz sobre el tema

entre las propias instancias gubernamentales, como los Ministerios de Turismo, del Ambiente y de Relaciones Exteriores. Un total de 118.614 turistas extranjeros arribaron a Ecuador durante abril del 2014, registrándose así un incremento histórico del 32% con respecto a abril del 2013. De esta manera el primer cuatrimestre cerró con una variación positiva del 17%, con relación a igual período del año anterior, al recibir a 509.781 viajeros.

En mayo del 2014 se mantiene un sostenido crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, reflejado en el 13% de incremento con respecto a las llegadas registradas en mayo de 2013, igualmente en el periodo enero-mayo de 2014 se alcanza el 16% de crecimiento en relación al mismo periodo del año anterior. (MINTUR, 2013)

Gráfico No 4 Entrada de Extranjeros al Ecuador 2013-2014



Fuente: <http://optur.org/estadisticas-turismo.html>

Elaborado: Sergio Jazmany Suárez González

1.5.1.2 Principales Estrategias para el Desarrollo Turístico.

En este año el Ministerio de Turismo desarrolla varias estrategias de difusión, promoción y marketing a escala nacional e internacional, entre ellas la campaña “All You Need is Ecuador” (Todo lo que necesitas es Ecuador) que se difunde en 14 países del mundo, a través de ocho canales de televisión por cable, redes sociales, medios impresos y vía pública. Discovery, Discovery Home &

Health, National Geographic, TNT, TLC, CNN, FOX y FX, son los canales de televisión donde se ha pautado la mencionada campaña y que ha llegado a la audiencia que tiene Latinoamérica, (México, Perú, Colombia, Chile, Argentina y Brasil). También está en redes sociales: como Facebook, Twitter, Youtube y Google.

Asimismo se ha pautado en páginas especializadas de turismo y medios impresos como las revistas a bordo de las aerolíneas Lufthansa, KLM, Iberia, Air France, LAN, Avianca y Aeroméxico; y, en vallas y pantallas en las vías de los Estados Unidos, Canadá, Alemania, Inglaterra, Italia, Francia y Holanda. Se prevé que los spots sean vistos por millones de personas suscritas a los canales de televisión detallados anteriormente y también por aquellas personas que verán los anuncios publicitarios que se colocarán en las vías públicas. La campaña se difunde en español, inglés, portugués, alemán y francés.

En ceremonia efectuada en el Centro de Arte Contemporáneo de Quito, el Ministro de Turismo saliente, Vinicio Alvarado, explicó que desde el 1 de abril, en 19 ciudades del mundo, 7 de ellas de Ecuador, verán aparecer letras de 6 metros de alto que promocionarán productos emblemáticos ecuatorianos y formarán la frase de la campaña, estas estarán instaladas en plazas, parques, entre otros lugares representativos de cada ciudad.

De tal manera que la letra A estará en París (Francia); la L en Madrid (España), la L en Sao Paulo (Brasil); la Y en Bogotá (Colombia); la O en New York (Estados Unidos); la U en Santiago (Chile); la N en Berlín (Alemania); la E en Londres (Inglaterra); la E en Lima (Perú); la D en México DF (México); la I en Ámsterdam (Holanda); y la S en Buenos Aires (Argentina). El objetivo es lograr que al concluir el 2014, Ecuador reciba al menos 1,5 millones de turistas. En el 2013 visitaron el país 1'366.269 extranjeros, objetivo que se alcanzó. (MINTUR, 2013)

1.5.1.3 Demanda Turística de la provincia de Santa Elena

La afluencia turística de Santa Elena ha tenido un crecimiento en el año 2012, obteniéndose resultados muy rentables en el mandato gubernamental con un total de 900.000 turistas. Este total se lo obtiene por medio de las temporadas altas de la región Costa, fecha en que se presenta el mayor número de visitas por los turistas nacionales y extranjeros. El turismo en Santa Elena registra un aumento cada año, mejorando la economía de los habitantes.

La información estadística de la afluencia turística se la obtiene gracias a la capacidad hotelera, que registra aproximadamente 10 mil plazas, también considerando a quienes brindan el servicio de hospedaje en sus casas en los diferentes sectores de la provincia. Los turistas que llegan a la Provincia de Santa Elena, son de la provincia del Guayas, Loja, Cuenca y Pichincha. (Limonés, 2013)

1.5.1.4 Demanda Turística de la parroquia Manglaralto.

La demanda turística de Manglaralto nace de las visitas de turistas locales, nacionales o extranjeras, que pernoctan en su territorio a efectuar diversas actividades turísticas y que poseen un agregado de personalidades distintas e intereses con diferentes características demográficas, rango de divisas, intereses, motivaciones y experiencias.

La oferta turística de Manglaralto se representa en el conjunto de productos y servicios turísticos que están al alcance de los turistas y que le permiten disfrutar y consumir en el destino. Existen varias formas de clasificar la oferta turística, pero está conformada básicamente por los establecimientos de alojamiento, servicios de restauración o alimentos y bebidas, agencias de viajes y otros.

Según la ley de turismo vigente, nuestro país está considerada como el destino de “Actividades Turísticas”, en donde de acuerdo al catastro de prestadores de servicios turísticos proporcionado por la Empresa Municipal de Turismo del cantón Santa Elena “EMUTURISMO EP.”, la parroquia cuenta con 131 establecimientos registrados como turísticos y posee 20 atractivos turísticos, con 16 atractivos en la categoría de sitios naturales y 4 en manifestaciones culturales, con las tipologías: bosques, etnografías, ríos, históricas, realizaciones técnicas y científicas artísticas contemporáneas y costas o litorales; en las sub tipologías seco tropical, cascadas, cataratas o saltos, museos, centros científicos y técnicos, playa, explotaciones industriales, obras técnicas, islote y artesanías. (GAD Parroquial Manglaralto, 2014).

Mediante el estudio se puede conocer que el 67,12% tuvo como motivación la diversión y recreación; un 26,03% la visita a familia y parientes; 2,74% para visitar a amigos; un 2,74% por estudios entre los que destacan aprender español; y por negocios el 1,37%. Dentro de la categoría diversión y recreación se contemplan las actividades de Sol y Playa con un 45,21%, Turismo Cultural 13,70%, Ecoturismo y Naturaleza 6,85%, Turismo de Deportes y Aventura 1,37%.

Al referirse a la edad de los visitantes se obtuvo que el 45,77% de las personas que visitaron la provincia tenían entre 18 a 34 años; el 41,03% entre 35 a 49 años y el 12,83% de 50 años en adelante; lo que nos indica que más del 70% de los visitantes son personas entre los 18 y 49 años. El 44,74% de las personas eran de género femenino y el 47,5% masculino en el primer rango; el 36,84% femenino y el 45% masculino en el segundo rango; y el 18,41% de género femenino y el 7,5% masculino en el tercer rango. Finalmente con relación a si adquirió algún artículo dentro del área visitada se obtuvo que el 54,17% adquirió alguna artesanía efectuada en madera; el 8,33% ropa en general; el 6,25% artículos de cuero; el 4,17% artesanías en arcilla o cerámica; el 2,08 adquirió un libro; café el 2,08%;

chocolates o galleras el 2,08%; el 2,08% algún otro artículo y el 18,75% no adquirió ningún artículo.

Cuadro No 8 Inventario de Atractivos Turísticos de la Parroquia Manglaralto

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA MANGLARALTO				
Nº	ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
1	Bosque de la Comuna Dos Mangas (Senderos Turísticos)	Sitios Naturales	Bosques	Seco Tropical
2	Producción Artesanal en Marfil Vegetal en la Comuna Dos Mangas	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanías
3	Cascadas de Alex en la Comuna Olón	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas, Cataratas o Saltos
4	Santuario de la Virgen Estrella del Mar en la Comuna Olón	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Obras Técnicas
5	Museo de Valdivia	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museos
6	Acuario de Valdivia	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Centros Científicos y Técnicos
7	Playa de Valdivia	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
8	Playa de Cadeate	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
9	Playa de Curía	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
10	Playa de La Entrada	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
11	Playa de La Rinconada	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
12	Playa Las Núñez	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
13	Playa de Manglaralto	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
14	Playa de Montañita	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
15	Playa de Olón	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
16	Playa de San José	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
17	Playa de San Pedro	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
18	Islote El Pelado	Sitios Naturales	Tierras Insulares	Islote
19	Playa Libertador Bolívar	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
20	Producción Artesanal en la Comuna de Cadeate (Panificadores)	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanías
21	Talleres de Secado de Paja Toquillas en la Comuna Barcelona	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Explotaciones Industriales

Fuente: <http://manglaralto.gob.ec/>

Elaborado: Sergio Jazmany Suárez González

1.5.2 Sistema Turístico.

"Sistema Turístico es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango." (Centomo & Hermosilla, 2008)

Un sistema es un conjunto de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo en común; es por eso que un sistema turístico es un conglomerado de servicios tangibles e intangibles que están dentro de una planta turística y que interactúan entre sí, llamando la atención de turistas locales, nacionales e internacionales para saciar sus necesidades y así generar divisas y desarrollar la localidad.

1.5.3 Producto Turístico

"Producto Turístico es un conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades, incluye los atractivos del destino, así como las industrias de la actividad turística. Pero es un error pensar que el producto es solo hotel + restaurante + recurso. Éste debe incluir el valor experiencial, ayudar a vender el destino, la experiencia turística incluye el proceso de obtención de información, la planeación y la reserva del viaje, la guianza, el transporte, la interacción con la población local, y por supuesto el compartir. (Lcda. Marquez Lozano, 2013)

El producto turístico es un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios turísticos y actividades recreativas, así como imágenes y valores simbólicos que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, como el caso de la cabecera parroquial de Manglaralto que está conformada por atractivos turísticos capaces de insertar actividades culturales, de

aventura, deportivos y de negocios para que exista una demanda nacional e internacional creciente de afluencia turística.

1.5.4 Importancia del Turismo

"El turismo es el futuro de Ecuador", subrayó la titular ecuatoriana, Sandra Naranjo, que destacó la inversión en 2014 de 60 millones de dólares en el sector. "Si nos fijamos en la inversión de Ecuador en el sector turístico en 2006, ésta era de 6 millones de dólares", cifra que el actual Gobierno, a día de hoy, "ha multiplicado por diez", explicó la política ecuatoriana.

La ministra de Turismo de Ecuador, destacó el martes 5 de noviembre del 2014, en Londres que su país ha recibido 1.148.710 turistas este año, un 14,4 % más que el millón de visitantes que acogió el año pasado. *"Nuestro Gobierno se ha dado cuenta de la importancia del turismo para desarrollar los aspectos socioeconómicos del país", puntualizó la ministra en rueda de prensa en la Feria Mundial del Turismo, inaugurada ayer y que se celebra hasta el jueves en la capital británica.*

Naranjo habló de los mercados prioritarios, entre los que Estados Unidos ocupa el primer lugar, seguido del Reino Unido, con Alemania y España en cuarto y séptimo puesto, respectivamente, lo que en su opinión demuestra la importancia del turista europeo para Ecuador. Además, Naranjo dijo que desde su gabinete trabajan para mejorar la conectividad aérea de Ecuador con el resto del mundo con el objetivo de facilitar la llegada de turistas.

Gracias a la gestión del Ministerio de Turismo, Ecuador se está posicionando como potencia turística a nivel mundial y ahora está nominado como la Mejor Oficina Turística en los World Travel Awards y es por esta razón que nuestra provincia se encuentra entre las más visitadas del país especialmente por la comuna vecina de la cabecera parroquial de Manglaralto que es Montañita, quien

nos ayuda a sustentar que dentro del cantón Santa Elena el turismo está siendo el pilar económico para su desarrollo.

Gracias a todas las actividades de promoción por parte de los gobiernos y entidades es que la zona norte del cantón Santa Elena está existiendo mucho interés de inversión por parte de entidades no gubernamentales dentro de las comunidades que forman parte del potencial turístico de toda la provincia.

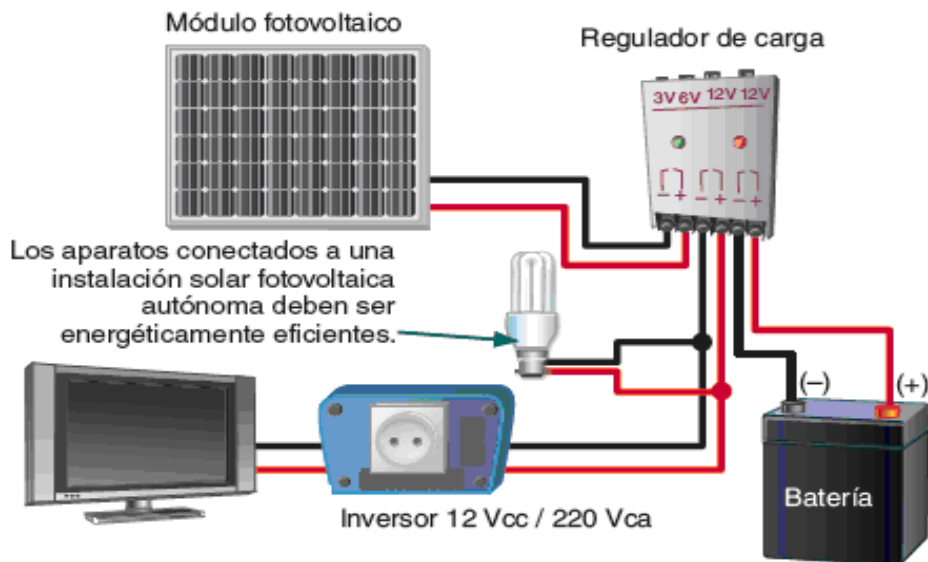
1.5.5 Paneles Solares

Un sistema fotovoltaico o panel solar es un dispositivo que, a partir de la radiación solar produce energía eléctrica en condiciones de ser aprovechada por el hombre en cualquier parte del mundo y de manera autónoma. Una de las aplicaciones que ha tenido esta tecnología es la electrificación de casas que está conformada por:

- **Un Generador Solar**, que está integrada por un conjunto de paneles fotovoltaicos, que reciben la radiación luminosa producida por los rayos solares y la transforman en corriente continua a baja tensión equivalente de 12 a 24 V.
- **Una Batería o Acumulador**, Es la unidad que almacena la energía receptada y producida por el generador, permitiendo disponer de corriente eléctrica cuando se desee.
- **Un Controlador de Carga**, Creada con la finalidad de evitar sobrecargas o descargas excesivas al acumulador, y asegurar que el sistema trabaje siempre en el punto de máxima eficiencia sin temer que en un momento menos esperado deje de funcionar por algún daño de sobrecarga.

- **Un Inversor (Opcional)**, Es el sistema responsable para transformar la corriente receptada de 12 ó 24 V almacenada en la batería, y convertirla en corriente alterna de 110 V.

Una vez almacenada la energía eléctrica en la batería hay dos opciones: sacar una línea directamente de esta para la instalación y utilizar lámparas y elementos de consumo de 12 ó 24 V o bien transformar la corriente continua en alterna de 110 V a través de un inversor.



Realizar una instalación solar fotovoltaica para electrificar una casa puede ser interesante y rentable, sin embargo es necesario conocer algunos aspectos importantes del producto.

a) **Autonomía Eléctrica:**

Es quizá la característica más atractiva en este tipo de instalaciones. Contando con una instalación solar fotovoltaica adecuadamente dimensionada e instalada es posible prescindir totalmente del suministro de la red.

Por otro lado, en muchas ocasiones esta forma de electrificación resulta ser la única posible en zonas aisladas en las que se hace extremadamente difícil la llegada de la red eléctrica.

b) Larga duración y resistencia de la instalación y el producto

Las instalaciones solares fotovoltaicas carecen de componentes con elementos mecánicos que se puedan desgastar. Esto unido a lo resistente del diseño de los mismos hace que sean muy difíciles las averías. Normalmente los componentes sufren rigurosos controles de calidad para asegurar su fiabilidad. Así los paneles solares fotovoltaicos son diseñados y sometidos a rigurosas pruebas para soportar más allá de las condiciones térmicas que se espera que puedan sufrir en su uso normal en cualquier clima de la tierra.

c) Aspectos ecológicos

No menos importante y quizá la característica más buscada de este tipo de instalaciones es su capacidad de producir energía limpia y renovable y así evitar que se liberen a la atmósfera una gran cantidad de contaminantes.

d) Sistemas aislados

Son aquellos que no tienen conexión con la red. Están indicados para áreas aisladas en los que resulta más costoso el tendido de la red eléctrica que realizar una instalación fotovoltaica en sí.

Estos tipos de instalaciones constan de los siguientes componentes:

- Paneles solares fotovoltaicos.
- Batería: Es el elemento encargado de almacenar la energía eléctrica para los momentos en los que sea necesaria ya sea porque no haya luz solar o no en la suficiente potencia

- Regulador: Es el dispositivo que evita que la batería sufra sobrecargas cuando tiene la carga completa y los paneles siguen generando electricidad.
- Inversor (opcional): es el dispositivo que transforma la electricidad de corriente continua proveniente de los paneles en corriente alterna. La inmensa mayoría de los electrodomésticos funciona con corriente alterna ya que es el tipo de corriente que fluye por la red general. No obstante, existen a la venta aparatos preparados para funcionar con corriente continua y con 12 voltios con lo que podría prescindirse de este componente.

e) **Sistemas conectados a red**

Son los sistemas que están conectados en paralelo con la red y su uso de una transferencia ya sea ésta manual o automática. En caso de que exista una avería o racionamiento, entra a funcionar el sistema solar a través de estos tipos de transferencias. A continuación se detallan los elementos de un sistema conectado a la red:

- Paneles solares fotovoltaicos: Componentes encargados de transformar la luz en energía eléctrica.
- Inversor: Es el dispositivo que transforma la electricidad de corriente continua proveniente de los paneles en corriente alterna. En estos tipos de instalaciones se deberán emplear inversores de la más alta calidad (inversores sinusoidales) que convierten la corriente proveniente de los paneles en otra de características idénticas a la de la red. Suele tratarse de convertidores específicos para esta aplicación.
- Contador: Elemento que contabiliza la cantidad de electricidad que inyectamos en la red (deberá ser un contador independiente del que registra el consumo que se hace de la red).

En teoría es técnicamente posible efectuar una instalación fotovoltaica para satisfacer cualquier necesidad de consumo eléctrico, por muy alta que ésta sea. Sin embargo, una de las limitantes es el costo, pues electrificar una casa convencional de clase media de cualquier país exigirá un desembolso inicial que lo hará inaceptable para muchas personas, por más que en un futuro se pueda amortizar.

Para realizar instalaciones eficaces a un precio no tan exorbitante se hace necesario tomar medidas de eficiencia y ahorro para lograr el mayor aprovechamiento de cada KW producido. Con el empleo de elementos de consumo adecuados y el desarrollo de hábitos que eviten el derroche de energía, se puede lograr una reducción muy significativa de superficie captadora, lo que se traduce en una reducción importante del coste de la instalación.

Entre los procedimientos más adecuados para lograr un ahorro energético destacan:

f) Iluminación

En primer lugar, es importante aprovechar al máximo la luz natural de sol durante el día. Para los momentos en que no es posible y es preciso usar iluminación artificial se hace recomendable evitar en todo caso las bombillas incandescentes, que, si bien son las más derrochadoras de energía. Las bombillas incandescentes transforman gran parte de la energía que reciben en calor inútil. Para la iluminación se hacen más adecuadas las bombillas ahorradoras, que, aun cuando en la tienda son más caras que las incandescentes, gracias al menor consumo que tienen (ahorran hasta un 80%) y a su larga duración son las más económicas.

También son adecuados los tubos fluorescentes para espacios donde no haya un constante encendido y apagado ya que, aunque el consumo una vez prendido no es muy alto, es en el momento de prenderse cuando consume una importante cantidad de energía.

Tan importante como contar con los componentes adecuados es el uso que se hace de ellos. Se habrá de evitar el dejar luces prendidas en habitaciones en las que no hay nadie y no iluminar excesivamente las estancias en función de las actividades que se desarrollarán en ellas.

g) Vida útil del Producto

Teniendo en cuenta que el panel carece de partes móviles y que las celdas y los contactos van encapsulados en una robusta resina sintética, se consigue una muy buena fiabilidad junto con una larga vida útil, del orden de 30 años o más. Además si una de las celdas falla, esto no afecta al funcionamiento de las demás, y la intensidad y voltaje producidos pueden ser fácilmente ajustados añadiendo o suprimiendo celdas.

h) Mantenimiento de las Celdas

Las instalaciones fotovoltaicas requieren un mantenimiento mínimo y sencillo en las siguientes partes:

- **Módulos:** Requieren un mantenimiento nulo o muy escaso, debido a su propia configuración; no tienen partes móviles y las celdas y sus conexiones internas están encapsuladas en varias capas de material protector. Es conveniente hacer una inspección general 1 ó 2 veces al año.
- **Controlador o inversor:** La simplicidad del equipo de regulación reduce sustancialmente el mantenimiento y hace que las averías sean muy escasas. Las operaciones que se pueden realizar son las siguientes: observación visual del estado y funcionamiento del regulador; comprobación del conexionado y cableado del equipo; observación de los valores instantáneos del voltímetro y amperímetro: dan un índice del comportamiento de la instalación.

- **Batería:** Las operaciones usuales que deben realizarse son las siguientes:
Comprobación del nivel del electrolito (cada 6 meses aproximadamente):
debe mantenerse dentro del margen comprendido entre las marcas de "Máximo" y "Mínimo". Si no existen estas marcas, el nivel correcto del electrolito es de 20 mm por encima del protector de separadores. Si se observa un nivel inferior en alguno de los elementos, se deben rellenar con agua destilada o desmineralizada. No debe rellenarse nunca con ácido sulfúrico.

i) Factores que determinan el rendimiento del Producto.

Fundamentalmente dependen de la intensidad de la radiación luminosa y de la temperatura de las celdas solares.

Variación de intensidad y tensión con la radiación y la temperatura según potencia nominal la intensidad de corriente que genera el panel aumenta con la radiación y el voltaje permanece aproximadamente constante. En este sentido tiene mucha importancia la colocación de los módulos (su orientación e inclinación respecto a la horizontal), ya que los valores de la radiación varían a lo largo del día en función de la inclinación del sol respecto al horizonte.

El aumento de temperatura en las celdas supone un incremento en la corriente, pero al mismo tiempo una disminución mucho mayor, en proporción, de la tensión. El efecto global es que la potencia del panel disminuye al aumentar la temperatura de trabajo del mismo. Una radiación de 1.000 W/m² es capaz de calentar un panel a unos 30 grados por encima de la temperatura del aire circundante, lo que reduce la tensión en $2 \text{ mV}/(\text{célula} \cdot \text{grado}) * 36 \text{ celdas} * 30 \text{ grados} = 2,16 \text{ Voltios}$ y por tanto la potencia en un 15%. Por ello es importante colocar los paneles en un lugar en el que estén bien ventilados.

1.6 Términos Técnico de Interés.

1.6.1 Localización del Proyecto

“El estudio de localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas conduzca hacia el mayor beneficio para los usuarios y la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores condicionantes.” (Rosales Posas, 2008)

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se maximicen los beneficios, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

1.6.2 Tamaño del Proyecto

“El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitarán su tamaño. Entre los factores que pueden influir se encuentran los determinantes –como la demanda y los insumos y los condicionantes –como la tecnología, la localización, el financiamiento, los recursos humanos y la capacidad empresarial.” (Rosales Posas, 2008)

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta, principalmente, en su incidencia sobre los valores de las inversiones y de los costos (directos e indirectos) y, por lo tanto, sobre el cálculo de la rentabilidad que manejará el proyecto “Las Cabañas Ecológicas”.

1.7 Estudio de Factibilidad

1.7.1 El Plan Financiero

“Es la expresión en cifras de lo que se espera que genere la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas, y que se debe incluir la Estimación de ventas por productos; Programa de inversiones y Determinación de la información relevante para el cálculo de la cuenta de resultados (Saavedra, 2006)

El plan financiero es la estrategia primordial e indispensable para mantener el equilibrio económico en todas las áreas o dependencias de una institución, y debe estar presente en el área operativa como en la estratégica. Para iniciar bien una actividad comercial se debe realizar primero un plan financiero para el buen funcionamiento y no tener un futuro de declive.

1.7.2 Estudio de Factibilidad

“Es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para tomar decisiones que sea exitosa. (Varela, 2010)

El estudio de factibilidad es un proceso de recolección de información o datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y así salir del supuesto, y en base a ello tomar la mejor decisión con gran confianza para comprobar si procede su estudio, desarrollo o implementación.

1.7.3 Fundamentación Teórica Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad representa la viabilidad de un proyecto para que pueda o no desarrollarse o que este pueda tomarse como base para decidir sobre invertir. (Chain, 2003):

“Es común considerar a la evaluación de un proyecto como una técnica de decisión por sí sola, aunque en este texto se intentará demostrar que es únicamente una fuente de información que contribuye a tomar la decisión. Antes de realizar la evaluación de un proyecto existe una gran incertidumbre acerca de los resultados que se podrían esperar si se llega a materializar la inversión o de si están dadas las condiciones que asegurarían un mínimo de confianza de éxito. Aparte de la intuición, los estudios de viabilidad, en este sentido, contribuyen a clarificar si el proyecto es posible de hacer desde cinco perspectivas distintas, ya que podría fracasar si una sola fuese inviable: la técnica, legal, económica, de gestión y política”

Respecto a la temática de evaluación para los estudios de factibilidad establece:

“La decisión de emprender una inversión, como todo proceso decisional, tiene cuatro componentes básicos: 1. El decisor, que puede ser un inversionista, financista o analista. 2. Las variables controlables por el decisor, que pueden hacer variar el resultado de un mismo proyecto, dependiendo de quién sea él. 3. Las variables no controlables por el decisor y que influyen en el resultado del proyecto. 4. Las opciones o proyectos que se deben evaluar para solucionar un problema o aprovechar una oportunidad de negocios”

Esto representa la responsabilidad del evaluador de proyectos cuyo aporte de la información pretende ayudar al decisor a elegir la mejor opción validada con los indicadores. Para esto, es fundamental identificar todas las opciones y sus viabilidades como único camino para lograr uno óptimo con la decisión.

1.7.4 Etapas de Estudio de Factibilidad

La finalidad de la implementación de las Cabañas Ecológicas es evaluar las estrategias y acciones necesarias para llevar a cabo una inversión, definido por medidas temporales como en el ámbito relacionado a las opciones políticas,

tecnológicas, ambientales, económicas e institucionales; y para esto se debe considerar los siguientes estudios:

1.7.4.1 Análisis de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

El análisis de mercado es una actividad de la mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarlo a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas. Por ejemplo, para elaborar un pronóstico de ventas de las cabañas (por feriado, por temporada o actividades locales) el mercadólogo necesita conocer el tamaño actual del mercado meta, y para ello, necesita realizar un estudio de mercado que le permita obtener ese importante dato por temporada o mercado de la localidad.

1.7.4.2 Objetivo del estudio de mercado

Radica en evaluar los bienes o servicios de la comunidad y conocer precios determinados de cada actividad o producto. Los valores personifican la demanda del proyecto y se especifica en un período temporal para:

- Implantar la oferta actual y viable.
- Establecer qué se logra ofrecer.
- Saber quién es el potencial comprador.
- Conocer cómo ofrecer el servicio y el producto.
- Identificar los gustos y preferencias de los usuarios.
- Evaluar resultados estrategias del plan de marketing.
- Conocer los precios a quienes ofrecen los servicios.

1.7.4.3 Segmentos del estudio de mercado

El análisis de mercado logra sus objetivos constantes cuando se aplica en las oportunidades determinadas. El proceso a seguir para llevar a cabo un beneficio favorable, se basa en los siguientes pasos:

- Producto y su clasificación:
 - Producto Principal.
 - Subproductos.
 - Productos Sustitutivos.
 - Productos Adicionales

- Mercados Potenciales
- Investigación del mercado
- Intermediarios

1.7.4.4 Aspectos relevantes del estudio de mercado.

Mercado competitivo: Se encuentran ubicados los productos y servicios que se ofrecen en los diferentes mercados potenciales, considerando los conocimientos basados a la decisión del consumidor.

Demanda

Siendo el medidor de la cantidad y calidad de bienes y servicios se debe establecer y evaluar cuáles son las potencias que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Demanda insatisfecha, es aquella en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Demanda satisfecha, es aquella donde lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha.

- **Satisfecha saturada**, es la que no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio dentro del mercado porque se está usando plenamente y es de dificultad encontrar esta situación en un mercado real.
- **Satisfecha no saturada**, es la que se encuentra supuestamente satisfecha, pero que se puede incrementar mediante el uso adecuado de herramientas mercado técnicas, como las ofertas y la publicidad.

Oferta

Siendo el motor del mercado esta se va a realizar bajo las condiciones del análisis financiero, tomando en cuenta los productos y servicios que se ofertará dentro del mercado.

Precio

Siendo un valor que se le asigna a un producto o servicio, se lo analiza por medio de componentes de formación de precios en el mercado como:

- **Elemento de Formación:** Son las posibilidades de fijación de costos en un mercado, esto corresponde a los tipos del producto o servicios y de la demanda.
- **Fijación del Precio:** Nos demuestra los precios máximos y mínimos para la venta del producto o servicio, e identifica consecuencias sobre la demanda en las estimaciones financieras del proyecto.

1.7.5 El Análisis Técnico

“Es una herramienta diseñada para analizar cualquier tipo de mercado; acciones, índices, materias primas, etc. El objetivo es predecir la evolución futura de la cotización de un activo basándose en el comportamiento que ha

tenido dicha cotización en el pasado y sólo intenta predecir la evolución futura de su precio, no de su valor". (Gregorio Hernández Jiménez 2008).

El análisis técnico, es una técnica muy utilizada y de suma importancia para prever la dirección futura de las cotizaciones mediante el estudio de datos históricos de los mercados, principalmente las cotizaciones y variaciones de precio e inflación para el servicio a ofrecer o adquirir.

1.7.5.1 Elementos que integran el estudio de factibilidad técnica.

Para el análisis técnico se debe partir de criterios económicos, políticos y sociales, que para el estudio de factibilidad, no todas son cuantificables, pero influyen al momento de escoger la variante factible de macro localización y dimensión del proyecto. La relación entre el tamaño o la capacidad máxima de elaboración, tienen una mínima diferencia para alcanzar una eficiente producción, una alta tecnología y parte de macro localización y para esto se debe tener en cuenta estos elementos:

- Dentro del proyecto debe analizar cada técnica y tomar la mejor decisión.
- Debe realizar un análisis más preciso de posibilidad de producción en el producto o servicio de la empresa tomando en cuenta que los recursos humanos y técnicos son el proceso de desarrollo.

Tecnología

- Es la capacidad de producción o cantidad de producto o servicios que es elaborada en el transcurso del tiempo, considerando que la mano de obra de la empresa debe estar en un espacio adecuado con equipos y tecnología que beneficie a la misma en el presente y futuro.
- El entorno será evaluado en forma de mejor control ya sea mensual o anual.

Tamaño

- Es la más óptima tomando en cuenta las razones de factibilidad y rentabilidad que permite que el estudio sea viable y obtenga ganancia.
- Entre los factores de localización están: Costo de mano de obra, competencia de mercado, ambiente laboral, aspectos legales y suministro de servicios básicos.

Localización

1.7.6 Análisis Económico.

“El análisis económico es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos. Desde una perspectiva externa, estas técnicas también son de gran utilidad para todas aquellas personas interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa.” (Amat, 2008)

Es la aplicación de un conjunto de técnicas matemáticas que son de gran utilidad para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas en el momento preciso para verificar si es rentable o no el proyecto que se ejecutará en un determinado tiempo considerando el tamaño de la planta y localización; a más de esto estudia la estructura y los resultados de la empresa (ingresos y gastos) y de la rentabilidad de los capitales utilizados.

1.7.6.1 Objetivos Económicos y Financieros.

El análisis económico financiero, evalúa la inversión partiendo de criterios cuantitativos y cualitativos de valoración de proyectos. En el primer criterio mencionado se encuentran los más distintivos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir se hace referencia al Valor Actual Neto (VAN) sobre el total de la inversión en todo el proyecto, la Tasa Interna de Retorno (TIR) o la tasa de descuento y el Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio que lo primordial es el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transmuta en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad.

1.7.7 Valor Actual Neto (VAN)

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada. La inversión será aconsejable si su VAN es positivo.

Nassir Sapag (2008) indica que “Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero. Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuanto se gana con el proyecto, si es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i quiere obtener, si es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión.”

1.7.8 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para Mondino & Pendás (2008) “La TIR no es más que la tasa que hace igual a cero el valor presente neto, o sea, en el caso de un proyecto de inversión física, la TIR será la tasa de descuento, que iguala el valor actual de los flujos de dinero con signo negativo (“salidas de caja”) con el valor actual de los flujos de dinero con signo positivo (“entradas de caja”).”

Las Tasas Internas de Retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la Tasa Interna de Retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores sean iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

1.7.9 Período de Recuperación del Capital (PR)

Indica el tiempo en años que transcurrirán el proceso de inversión, para luego recuperar el capital financiado y las utilidades netas del proyecto, tomando en cuenta la depreciación de los activos y los gastos financieros.

Razón de Costo o Ganancia.

También conocida como Índice del Valor Actual, es la que calcula los ingresos futuros con el valor actual, tanto del costo y gastos que inciden en el período de operación.

1.7.10 Estados financieros

También denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, que orientan la base del análisis de rentabilidad productiva, económica o financiera que se plantea en el estudio de factibilidad del proyecto. Los estados financieros también muestra la rotación del dinero en el transcurso del tiempo como el balance de ingresos y egresos que involucra en el proceso de desarrollo del proyecto; además se debe tomar en cuenta el déficit, las necesidades externas de financiamiento, la amortización financiera y costos a largo plazo.

Flujo de caja en base a la planificación financiera.

Ayuda a tener un debido balance contable, indicando que las entradas y salidas de los activos corrientes de caja alcancen el período bancario y operacional. Este estudio muestra que los flujos de caja deben ser respaldados por los ingresos en efectivo, esto se obtiene por medio de las ventas que se efectúan en el período de inversión, su finalidad es cubrir todos los gastos de la empresa, para mantener costos de inversión, costos de operación y obligaciones bancarias o de reservas.

Flujos de caja para la sistematización de los indicadores de rentabilidad.

El flujo de caja forma parte de las ganancias o no del financiamiento, este promueve las ventas de la empresa; la viabilidad del proyecto es el cálculo por medio de indicadores de rentabilidad actualizados como son: VAN y TIR, cuyos resultados serán luego analizados si es beneficioso invertir en el estudio, pero por lo general se alcanzan resultados factibles en el flujo de financiamiento, porque existe un apartamiento en el tiempo.

Las circunstancias económicas por la que el país está pasando, hacen inclinar a acudir a los recursos externos financieros como una forma productiva para realizar ambos flujos de caja y establecer la incidencia que tienen los gastos por financiamiento y análisis de ingreso y egreso.

Estado de Ingresos o de Resultados Netos.

Son aquellos estados financieros y no económicos que establecen una validez para la etapa de explotación de inversión que permite comparar los ingresos por las ventas que son proyectadas por los costos de producción y de gastos financieros de los años del período de vida útil. Resume las operaciones (ingresos y egresos) para un período específico de tiempo, normalmente un mes o un año. Los resultados de operaciones de la empresa de acuerdo a sus utilidades y pérdidas deben efectuar cobros o pagos en el presente año porque se presentan consecuencias en el momento en que se inciden y no cuando se hace efectivo el cobro o pago.

Proyecto de Balance Financiero.

Es un estado financiero en el que se demuestra el progreso del proyecto en los activos acumulados de una entidad y la forma en que se finanza el capital. Las fuentes de financiación son aquellos pasivos generales de la empresa elaborados

para quienes administren grandes financiamientos, esto quiere decir a los inversionistas y prestamistas. Los resultados de los activos y pasivos del balance deben ser iguales por definición.

Al concluir el capítulo I del proyecto de tesis y conociendo muchos aspectos positivos y negativos que se encuentran para el Estudio de Factibilidad para la Implementación de Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto del cantón Santa Elena, se procede a establecer los objetivos, análisis y la metodología para realizar la respectiva recopilación de datos utilizando métodos e instrumentos que faciliten el proceso investigativo y obtener resultados favorables para la viabilidad o factibilidad, ya que son los pilares fundamentales para el desarrollo de la propuesta.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se aplican métodos, técnicas e interpretaciones llevadas a cabo mediante la observación directa e indirecta analizada dentro de la localidad. Las técnicas que se aplicaron son: encuestas y entrevistas que fueron dirigidas a los turistas locales, nacionales y extranjeros, autoridades seccionales y locales como parte de un muestreo estadístico confiable para la Implementación de Cabañas Ecológicas en la cabecera de la parroquia de Manglaralto.

Las estrategias que se generaron para la obtención de la información en la parroquia Manglaralto se basaron en el diseño planteado en la propuesta, fundamentada netamente en investigación de campo que sirvo para la toma de decisiones acerca de la implementación o no de la cabañas ecológicas en la mencionada parroquia. En el capítulo presente se profundiza lo que respecta al enfoque metodológico, la metodología es la observacional y de la obtención de fuentes de información primaria.

La investigación fue estructurada en cuatro fases: En la primera fase se obtuvo información referente a la parroquia Manglaralto, información obtenida mediante los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, además de datos que están en la casa comunal de la cabecera parroquial. En la fase dos, se concretó la investigación en base a información delimitando los fundamentos teóricos formulados para el planteamiento del problema de la investigación, obteniendo información de autores respecto a los estudios de factibilidad, modelos que sirven de base para la estructuración del mismo.

La fase tercera, corresponde al desarrollo de la propuesta, se emplearon los criterios de los autores de como estructurar los estudios de factibilidad, así mismo aplicando esos criterios se pudo determinar la rentabilidad o no del estudio mediante indicadores que validan la idea. En la última fase se concluyeron acerca

de la factibilidad o no del estudio, así mismo se hacen recomendaciones viables a fin de cumplir con los objetivos planteados de la investigación.

2.1 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es una planificación acertada de lo que se debe hacer para lograr los objetivos del estudio, también compone un procedimiento general del investigador para conseguir respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El estudio busca desglosar estrategias básicas que el investigador acoge para generar una indagación correcta y ejecutable. El proceso de investigación del estudio de factibilidad de las Cabañas Ecológicas consiste en la representación de variables y cómo van a ser utilizados los siguientes diseños de investigación:

2.1.1. Diseño Experimental

Se comprueban los efectos de una intervención específica de la parroquia Manglaralto para implementarlo, ya que este diseño se considera como parte del proceso científico y una de las formas en que se experimentan los sistemas o procesos. Por lo general este aprendizaje se da a través de una serie de actividades en las cuales se dan suposiciones sobre el proceso mediante experimentos para generar datos, usar información y establecer nuevas suposiciones y experimentos.

El experimento diseñado tuvo por objetivo:

- Establecer el mejor valor de las variables controlables que influyen en la respuesta, de manera que esta tenga casi siempre un valor cercano al valor nominal deseado.
- Comprobar la mejor unión de las variables controlables que ayuden a reducir la variabilidad de la respuesta.
- Fijar la combinación óptima de las variables controlables con el objetivo de minimizar los efectos de las variables incontrolables.

2.1.2. Diseño No Experimental.

Se analizan los hechos en la forma en que se presentan, sin involucrar el desarrollo en ninguna intervención. La investigación no experimental o ex post-facto es un estudio no representativo, en la que da efecto imposible tratar variables o situar aleatoriamente a los sujetos o a las circunstancias.

El diseño no experimental presenta la siguiente clasificación:

- **Sondeo Transversal:** Recolecta datos en un solo instante o en un período oportuno para la debida investigación. Su objetivo es detallar variables, analizar acontecimientos y hechos en un momento debido.
- **Sondeo Longitudinal:** Analiza cambios a través del tiempo en las diferentes variables de la investigación. Los diseños longitudinales recolectan datos en el momento adecuado o específico para formar suposiciones respecto al cambio de resultados.
- **Diseños Cuantitativos:** Este diseño se desarrolla de una manera estructurada, al cuantificar el investigador detalla las características importantes del diseño antes de crear la información específica.
- **Diseños Cualitativos:** Consiste en la flexibilidad de la elaboración de búsqueda informativa con la finalidad de conseguir la debida información que será recopilada por etapas anticipadas, para obtener datos cualitativos de los encuestados.

2.2. Modalidad de la Investigación

Para la propuesta de la investigación, la modalidad que se aplicó en el estudio es la de proyecto factible, debido a que se pretende determinar la factibilidad financiera de la iniciativa turística. Los métodos de investigación empleados fueron:

El método analítico, empleado para obtener criterios válidos que viabilicen la propuesta de la creación de cabañas ecológicas, este método permitió conocer más acerca del objeto de estudio, es decir la realidad inmediata del tema en mención; el método inductivo, permitió a partir de datos particulares, llegar a conclusiones generales; también se aplicó la investigación cualitativa con la finalidad de identificar la naturaleza profunda de la realidad observada. El empleo de la investigación de tipo descriptiva permitió llegar a conocer las situaciones socioeconómicas, costumbres a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, en este caso la propuesta del estudio de factibilidad.

2.3 Tipo de Investigación

Los tipos de investigación aplicados en el trabajo de investigación fueron:

2.3.1 Investigación Exploratoria.

Se empleó esta investigación que permitió determinar variables de estudio, en este caso se la emplearon en las entrevistas a los expertos en turismo, donde se validaron puntos de vista, además de la obtención de criterios que permitieron concluir la factibilidad de la propuesta.

2.3.2 Investigación Descriptiva.

Sirvió de base para la descripción de cómo es y cómo se manifiesta el objeto de interés de estudio, especificando sus propiedades, evaluando además, diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En este caso se aplicaron encuestas a los expertos en turismo y turistas potenciales que sirvieron de base para la toma de decisiones, además de validar la iniciativa de inversión propuesta en sus diferentes etapas:

- Establece características del problema a investigar.
- Delimita y expresa la hipótesis de estudio.
- Manifiesta suposición en base a la hipótesis y técnicas.

- Contribuye con temas y fuentes apropiadas.
- Elige técnicas necesarias para la investigación.
- Verifica eficacia en las técnicas disponibles para la recolección de datos.
- Comete indagaciones objetivas y exactas.
- Clasifica datos cuantitativos y cualitativos para adecuar el propósito de estudio.

2.3.3 Investigación Explicativa.

Se empleó para poder explicar los causales del porque la situación del objeto de estudio, además de poder revelar las relaciones existentes entre las variables estudiadas tratando de exponer los cambios tanto cualitativos como cuantitativos que la propuesta planteada trata de resolver dando así un sentido de aprendizaje y entendimiento del fenómeno que conlleve a la realización de las cabañas ecológicas pudiendo así generar un desarrollo endógeno a la comuna y a la parroquia diversificando los sitios de hospedaje existentes a la actualidad.

2.3.4 Investigación de Campo.

Trata de investigar y recoger información in-situ para luego comprender y resolver una necesidad o problema en la cabecera de Manglaralto, este estudio se enfoca en un entorno apropiado preciso para realizar encuestas o entrevistas, también permite recoger datos en fuentes bibliográficas que estén más cerca y realcen al estudio que se va a aplicar. La investigación documentada es validada por aquellos individuos, grupos, instituciones gubernamentales y organizaciones científicas, que desarrollan un documental de criterios sociológicos, psicológicos y educativos que es inevitable para la sociedad.

2.3.5 Investigación documental Bibliográfica.

Este tipo de investigación se analiza en el ámbito teórico y conceptual hasta el paso final de la elaboración sobre el estudio de factibilidad para la creación de

Cabañas Ecológicas, investigaciones anteriores, historias de vida de emprendedores, documentos legales e inclusive material filmado o grabado. Las fuentes de conocimiento, de análisis e interpretación serán esencialmente sucesos.

2.3.6 Observación Directa.

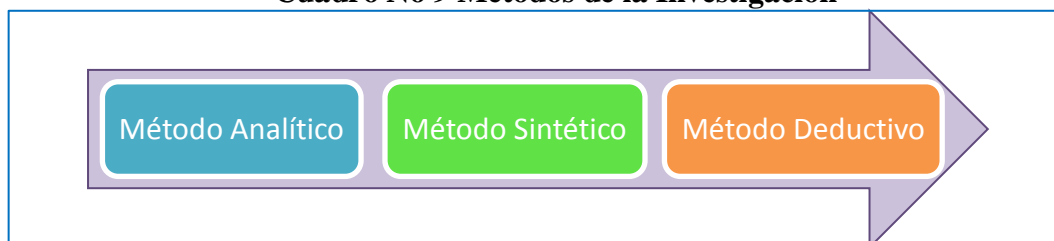
Se realiza in-situ donde se presenta la realidad o se visiona, su objetivo es registrar cada una de las actividades que se dan lugar, permitiendo hacer una evaluación de manera objetiva y detallada. Esta técnica permitió obtener datos relevantes sobre la situación actual del terreno, sus dimensiones y su topografía en general. Los datos obtenidos mediante esta técnica han sido utilizados para elaborar el estudio técnico del proyecto de factibilidad. La observación directa puede ser:

- **Observación Abierta:** Cuando el espectador no informa la actividad observada de los individuos u estudios.
- **Observación Encubierta:** Cuando el observador se encuentra oculto y requiere de la utilización de equipos especiales como: grabadora, filmadora, GPS, cámaras, etc.

2.4 Métodos de Investigación.

Los métodos aplicados a esta investigación fueron empleados para lograr el fin propuesto en la hipótesis para el proyecto en la cabecera parroquial de Manglaralto, para de tal forma poder establecer las posibles soluciones buscando el bienestar y superación de la comunidad, empleando los métodos de:

Cuadro No 9 Métodos de la Investigación



Elaborado: Sergio Jazmany Suárez González

2.4.1 Método Analítico.

Consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

2.4.2 Método Sintético.

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis, de tal forma que se convierte en un procedimiento mental que tiene como meta principal la comprensión de la esencia de lo que ya se conoce, es así que la síntesis y análisis son indispensables ya que permite producir nuevos juicios y argumentos. En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.

2.4.3 Método Deductivo

Para el estudio realizado en la cabecera parroquial de Manglaralto se lo consideró un método necesario para la investigación porque va de lo general a lo particular, de tal forma que se puede decir que el método deductivo parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez, determinando los hechos más importantes en el fenómeno por analizar, es decir en este caso identifica los factores relevantes que necesitan especial atención.

2.5 Técnicas de Investigación

Para obtener información de la acogida para la implementación de Cabañas Ecológicas denominadas "ECOCABAÑAS MANGLARALTO" se aplicaron las técnicas que fueron aplicadas de la siguiente manera:

2.5.1 Encuesta.

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador y se realiza de forma de interrogación verbal o escrita con el fin de reunir una gran cantidad de informaciones cualitativas y cuantitativas sobre temas específicos.

Una encuesta puede ser:

- **Estructurada:** Cuando está compuesta de listas formales de preguntas que se le formulan a todos por igual.
- **No estructurada:** cuando permiten al encuestador ir modificando las preguntas en base a las respuestas que vaya dando el encuestado.

Tipos de preguntas de la encuesta:

- **Preguntas Abiertas:** Buscando repuestas elaboradas libremente por el informante, sin restricción y sin que se le suministren alternativas, lo que permitió ampliar y profundizar al aspecto tocado.
- **Preguntas Cerradas:** Son aquellas en las que se dieron alternativas para que el informante elija y, en consecuencia, no tuvo la misma libertad que en las abiertas.

2.5.2 Entrevista.

La entrevista es una conversación entre dos o más personas, en la cual uno es el que pregunta (entrevistador). Estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional.

Presupone la existencia de personas y la posibilidad de interacción verbal dentro de un proceso de acción recíproca. Como técnica de recolección va desde la interrogación estandarizada hasta la conversación libre, en ambos casos se recurre a una guía que puede ser un formulario o esquema de cuestiones que han de orientar la conversación.

Funciones de la Entrevista:

Existen cuatro funciones básicas y principales que cumple la entrevista en la investigación científica:

- Obtener información de individuos y grupos.
- Facilitar la recolección de información.
- Influir sobre ciertos aspectos de la conducta de una persona o grupo (opiniones, sentimientos, comportamientos, etc.)
- Es una herramienta y una técnica extremadamente flexible, capaz de adaptarse a cualquier condición, situación, personas, permitiendo la posibilidad de aclarar preguntas, orientar la investigación y resolver las dificultades que pueden encontrar la persona entrevistada.

2.6 Población y Muestra

2.6.1 Población

Se denomina población a la suma de personas que conviven dentro de un pueblo, provincia, país, u otra área geográfica, que poseen características en común.

Podemos distinguir entre dos tipos de población según su ubicación, la que vive en el campo es llamada **población rural**, mientras que, la que se encuentra en la ciudad es la **población urbana**.

La población de referencia para el estudio que se propone no es una población homogénea, ya que se encuentra conformada por varios segmentos o abstractas poblaciones y son:

Cuadro No 10 Segmento de Poblaciones

DETALLE	CANTIDAD	FUENTE
Comuneros	4550	GAD MANGLARALTO
Visitantes y Turistas	3500	GAD MANGLARALTO
Funcionarios	4	EMUTURISMO Y MINTUR
Autoridades.	50	IMSE

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por Sergio Jazmany Suárez González

Expertos en turismo en la provincia.- Para determinar el tamaño de la muestra de la población de los expertos en turismo, se consultó con las bases de datos de donde se pudo estimar este número de representantes de instituciones públicas y privadas, siendo este de aproximadamente 50 personas.

Turistas Ruta del Spondylus (Manglaralto).- Las encuestas se realizaron en feriados, festividades donde acuden turistas a la parroquia Manglaralto, además en diferentes comunas aledañas al sector para de esta manera conocer de parte de los visitantes y/o turistas los gustos y preferencias por cabañas de hospedaje ecológicas, para poder validar la propuesta y así tener otro tipo de atractivo en la provincia de Santa Elena potencializando a la parroquia, desarrollando alternativas para el sector, debido a que alrededor de esta zona se calcula el paso de 3500 visitantes según datos generados por la Junta Parroquial.

2.6.2 Tamaño de la Muestra.

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global.

La siguiente fórmula de muestreo aleatorio simple, es la que se utilizó para obtener el tamaño de la muestra:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población

Z = Nivel de confianza: 1.96

p = Probabilidad que se cumpla: 80%

q = Posibilidad que no se cumpla: 20%

e = Margen de error: 5%

Aplicando la fórmula en cada uno de los casos se obtienen los resultados:

Cuadro No 11 EXPERTOS EN TURISMO

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1) + Z^2 pq} \\ &= \frac{1.96^2 * 0.96 * 0.04 * 50}{0.05^2 * (50 - 1) + 1.96^2 * 0.96 * 0.04} \\ &= 26 \end{aligned}$$

Cuadro No 12 POTENCIALES CLIENTES

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1) + Z^2 pq} \\ &= \frac{1.96^2 * 0.66 * 0.34 * 3500}{0.05^2 * (3500 - 1) + 1.96^2 * 0.66 * 0.34} \\ &= 314 \end{aligned}$$

Mediante lo cual tenemos el tamaño de la muestra para el presente estudio quedando estructurada de la siguiente manera:

Cuadro No 13 Tamaño de la muestra

Detalle del Segmento Poblacional.	Tamaño de la Muestra.	Instrumento a Aplicar.
Expertos en turismo	26	Encuesta
Visitantes y Turistas	314	Encuesta
Autoridades locales	4	Entrevista
TOTAL	344	

Fuente: Datos tomados del muestreo

Elaborado por Sergio Jazmany Suárez González

2.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En la investigación se aplicó la técnica de la observación que tuvo por objetivo obtener información del entorno de la comunidad y así poder determinar los factores que conllevarían al desarrollo de la propuesta. Entre los instrumentos empleados en la investigación, se utilizó la encuesta (realizada entre los meses de marzo a octubre de 2014), que tuvieron como finalidad la obtención de información primaria tanto a turistas potenciales como a expertos en turismo, cuyos resultados sirven de base para la elaboración estructurada de la propuesta de factibilidad y así poder, desde el punto de vista del mercado, determinar si se sigue con la iniciativa.

2.7.1 Tabulación de Datos

Para la tabulación de la información se utilizó el software Excel e IBM-SPSS 20 el cual permitió ordenar e ilustrar la información pertinente a la creación de las cabañas ecológicas.

- Para la información cuantitativa se utilizó el análisis netamente estadístico descriptivo, solo inferencial para la estimación de la demanda, y se la interpretó con los métodos: analítico sintético e inductivo-deductivo.
- La información cualitativa se la analizó e interpretó con el uso del método analítico-sintético.

2.8 Análisis de Resultados

Las encuestas y entrevistas para la recopilación de información se aplicaron a los dirigentes del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Manglaralto, la presidenta, vocales y comisión de turismo, autoridades que coincidieron en que su cabecera es de gran potencial turístico y que día a día están trabajando arduamente para que no siga siendo una comuna de paso sino de pernoctación y recupere el reconocimiento que algún día tuvo como la localidad de gran comercio y turismo; El estudio muestra las grandes oportunidades y ventajas que poseen los servicios complementarios de los productos turísticos existentes en la localidad, considerando de gran importancia brindar servicios de hospedaje y restauración para que los turistas se sientan confiados y relajados al visitar la comunidad y gocen de toda la variedad de los atractivos naturales y culturales que posee la cabecera parroquial.

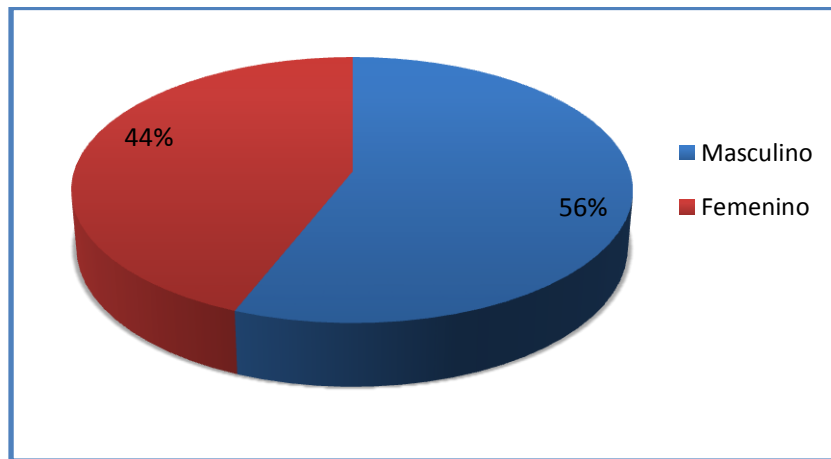
El presidente, la comitiva y sus pobladores están de acuerdo en que se fomente el turismo comunitario, para dar a conocer los servicios de alojamiento con el uso de la tecnología y aporte a la conservación del ambiente con la utilización de los recursos naturales como uso alternativo, lo que resulta indispensable para la comunidad porque en los actuales momentos se necesita de participación de este servicio, considerando la necesidad de aquellos turistas nacionales e internacionales que visitan la localidad para aprovechar la playa y los senderos que existen por la presencia de la cordillera Chongón Colonche.

A continuación se detallan los principales resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas y la población de la parroquia Manglaralto:

2.8.1 Presentación y Análisis de Encuestas a los Expertos en Turismo

ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Gráfico N° 5 GÉNERO

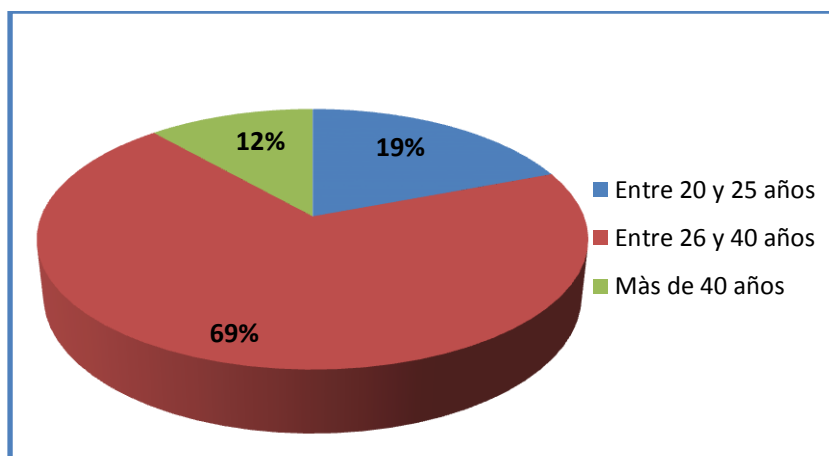


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

De los 26 empresarios y expertos de turismo encuestados de la provincia de Santa Elena, los resultados corresponden en un 56%, al género masculino, mientras que el 44%, representa al género femenino, siendo este resultado similar ya que tanto hombres y mujeres gustan trabajar en el ámbito turístico, mientras que día a día el índice de profesionales va incrementado por las plazas de trabajo que se están abriendo por el potencial que tiene. Actualmente la equidad de género profesional ha revolucionado en todas las especialidades llevando a todas las ramas del turismo a dar un nuevo horizonte de desarrollo para todas las localidades del Ecuador.

GRÁFICO N° 6 EDAD



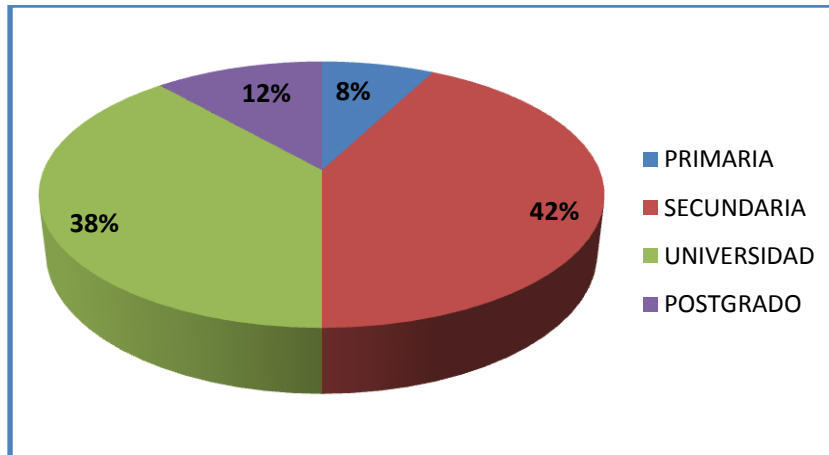
Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el desarrollo de la actividad se identificaron las edades de las personas a las cuales se encuestaron, el cual corresponde el 69% a las edades entre 26 y 40 años, mientras que el 19% son personas que tienen entre 20 y 25 años, el 12% corresponden a personas que pasan la edad de 40 años en adelante.

Los resultados reflejan que existen muchos profesionales jóvenes que están interviniendo en el desarrollo de turismo dentro de nuestro cantón y provincia entera, aportando con nuevos proyectos socio-económico.

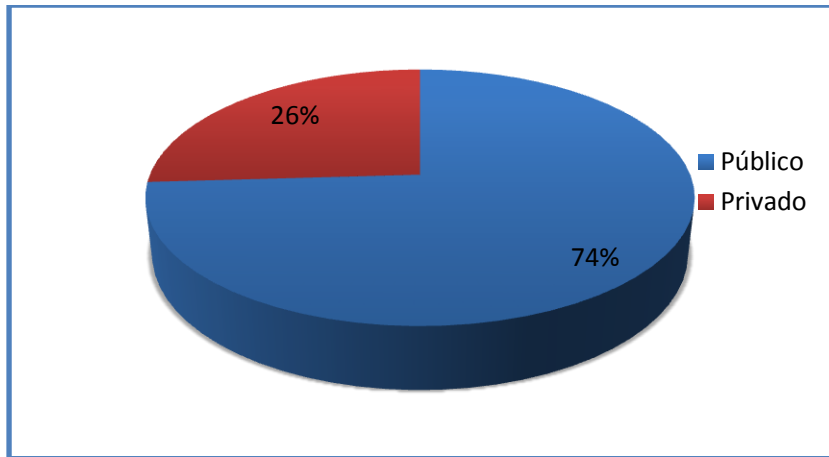
GRÁFICO N° 7 NIVEL DE EDUCACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta interrogante se consultó a los encuestados su nivel de educación obteniéndose las siguientes respuestas en el 42% su nivel educación es secundaria, mientras que el 38% tiene nivel de educación superior universitario, el 12% de las personas tiene postgrado y el 8% manifestó solo educación primaria, esta encuesta se realizó a personas que se encuentran todavía estudiando en la universidad y aspiran seguir para obtener un postgrado, a más de esto son emprendedores que aportan con su experiencia vivencial para complementar a la experiencia de los profesionales.

GRÁFICO N° 8 SECTOR LABORAL

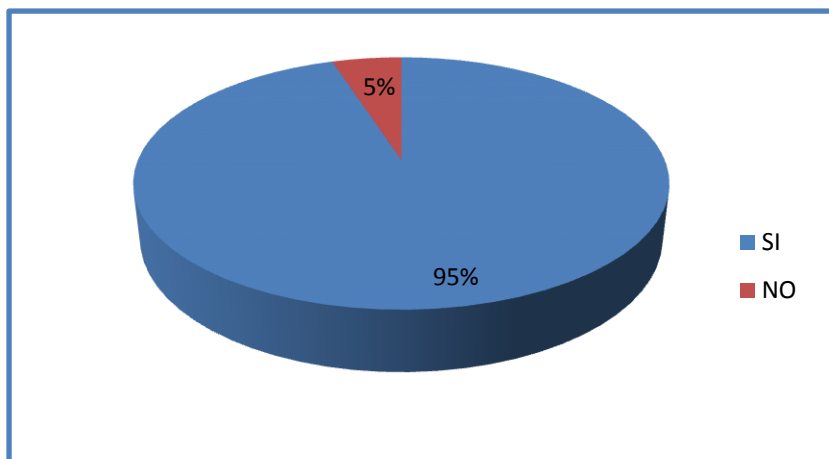


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el gráfico se puede observar que en ocupación laboral el 75% son empleados públicos, trabajan en instituciones del estado por ende reciben una remuneración del sueldo básico, mientras que el 25% son trabajadores que laboran en empresas privadas o ellos mismos son sus jefes y poseen su propio patrimonio como empresarios turísticos.

Con esto notamos que el gobierno está aumentando su talento humano en el ámbito turístico con personal profesional y preparado para afrontar la actualidad y tendencias que trae el turismo del presente siglo.

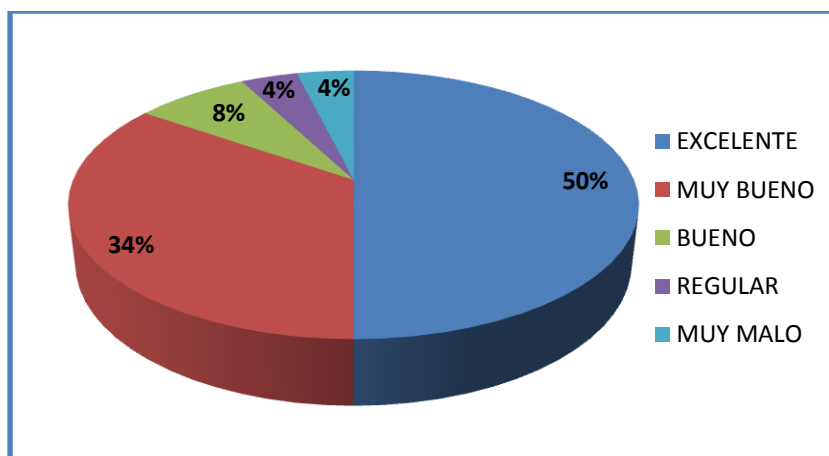
GRÁFICO N° 9 IMPULSO DEL DESARROLLO TURISTICO



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Una pregunta de inmediata contestación para una respuesta afirmativa con el 95% por parte de los profesionales, agregando que el desarrollo turístico incrementaría las plazas de trabajo y por ende los ingresos económicos para ese lugar, por lo contrario el 5% dijo no estar de acuerdo por algunas razones, pero la que más resaltaba es la de poca difusión de la cabecera parroquial por parte de los ministerios y los gobiernos autónomos descentralizados.

GRÁFICO N° 10 DESARROLLO TURÍSTICO

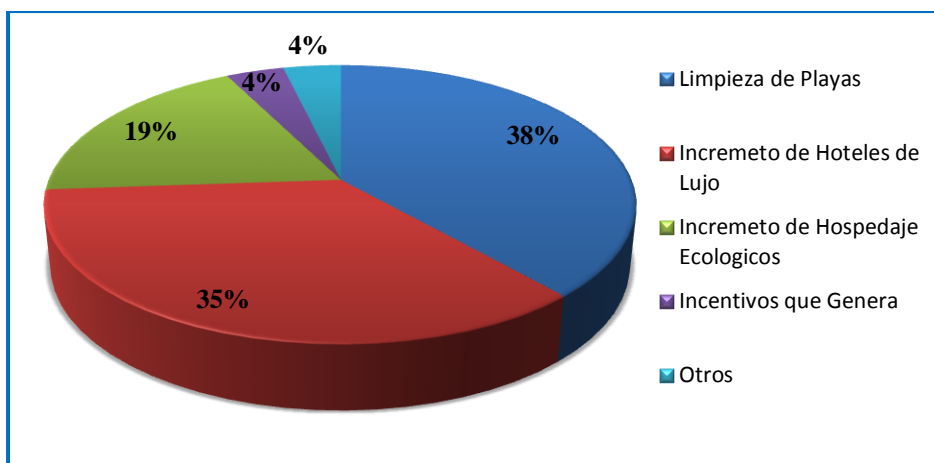


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En la interrogante anterior se les planteó a las personas su opinión sobre el desarrollo turístico en la cabecera parroquial de Manglaralto del cantón Santa Elena, el 50% manifestó que considera que el desarrollo es excelente, el 34% lo cataloga como muy bueno siendo esto positivo, el 8% lo considera como bueno, el 4% considera el desarrollo como regular y el restante 4% considera que es malo, a esto solo respetamos la opinión de cada persona encuestada. Uniendo los dos primeros porcentajes, podemos notar que los profesionales de turismo catalogan a la cabecera de Manglaralto con un gran desarrollo turístico potencial y a espera que las autoridades locales y cantonales empiecen a trabajar para crecimiento turístico.

GRÁFICO N° 11 IMPULSAR EN LA CABECERA DE MANGLARALTO

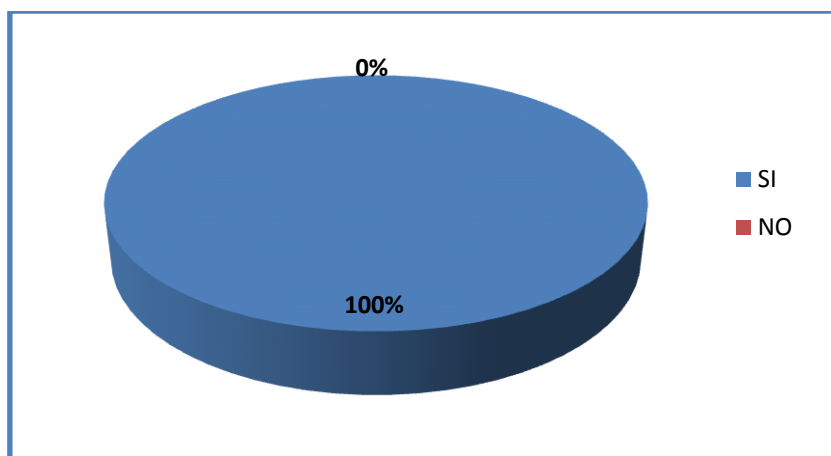


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el cuadro anterior de acuerdo a la interrogante sobre lo que cree se debe impulsar para el desarrollo turístico en la cabecera de Manglaralto el 38% manifestó que se necesita hacer limpiezas en las playas, el 35% dijo que se incremente los hoteles de lujo, el 19% dijo que tal vez podría ser que exista más incremento de hospedaje rústico, el 4% dijo que a lo mejor podría ser que se realicen incentivos económicos que generen actividades y el otro 4% dijo que otros como recorridos o senderos ecológicos, deportes de aventuras, alianzas con empresas turísticas locales, nacionales o internacionales.

GRÁFICO N°12 CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS



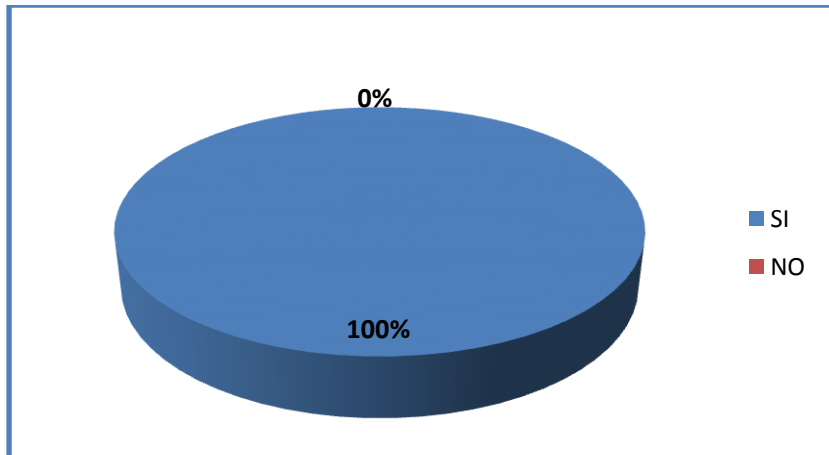
Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Esta interrogante es de mucha importancia ya que depende de su aceptación para proseguir con el proyecto, por lo cual se obtuvo una respuesta afirmativa ya que todos respondieron de manera muy positiva con el 100% de aceptación por parte de los profesionales, acompañados de buenos comentarios porque es una idea que ayudará al desarrollo de la Cabecera de Manglaralto, el fomento turístico y de esto verán en poco tiempo la inversión de varias entidades privadas utilizando la esencia del proyecto en diversas actividades que demande infraestructura.

Con la excelente acogida de lo propuesto podremos notar que una vez terminando el estudio de factibilidad, tendremos varias entidades interesadas para aportar con el desarrollo del proyecto.

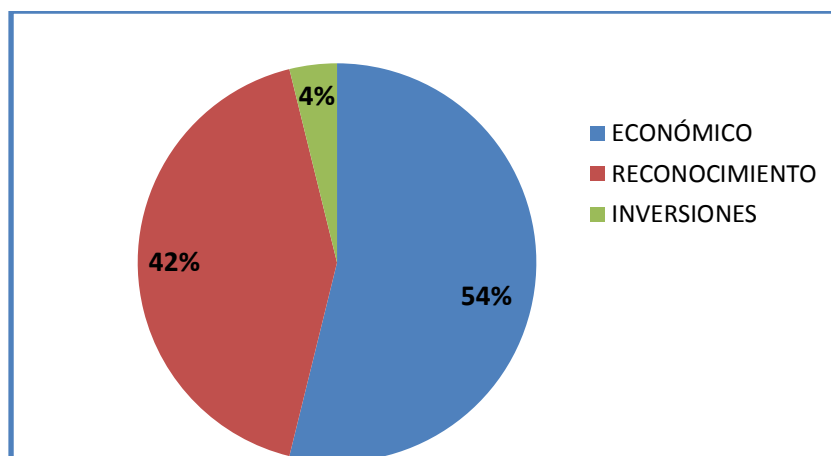
GRÁFICO N° 13 DESARROLLO ECONÓMICO



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Siempre que exista un proyecto muy bueno dentro de una localidad existirá un desarrollo económico y social, es por este motivo que el 100% de profesionales encuestados coincidieron en que la creación de las cabañas ecológicas proporcionarán plaza de trabajo y una vez activas empezarán a ser un sitio llamativo para los diferentes turistas locales, nacionales e internacionales, y que gracias a esto empezará a mejorar el desarrollo de la localidad y por ende de sus habitantes. Cabe recalcar que siendo una de las tendencias de hospedaje de hoy en día, tendría mucha acogida por los turistas y con ellos se presenta la oportunidad para que empiecen a invertir y darle así más crecimiento a la planta hotelera o de hospedaje dentro de la comunidad.

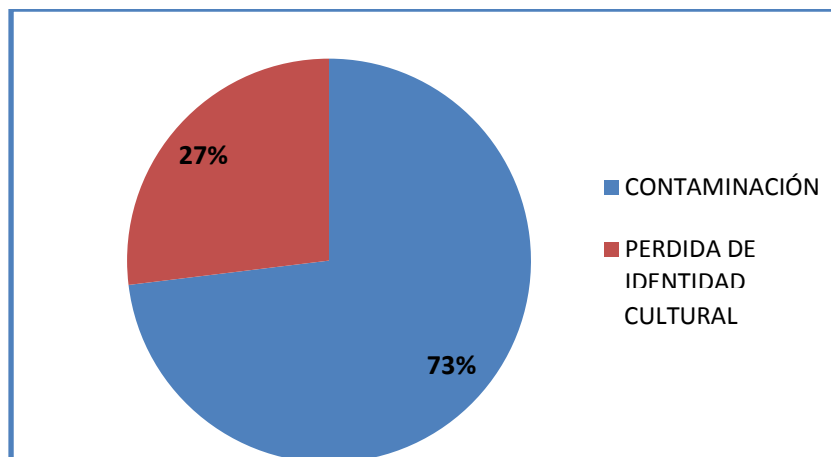
GRÁFICO N° 14 VENTAJAS DE CREACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En cuanto a la interrogante planteada a los 26 profesionales que se les realizó las encuestas con respecto a las ventajas que traería la creación de las cabañas ecológicas, se obtuvo un total del 54% diciendo que el aspecto económico es el más predominante y que será el que ayudará a mantener el proyecto y a la vez contribuir de una u otra forma a la localidad; acompañando a esto el 42% comentó que la mayor ventaja sería el reconocimiento a nivel local y con la ayuda de los diferentes medios y ministerios alcanzarían el reconocimiento nacional e internacional por tener el proyecto; agregando a todo esto se comentó en un 4% que existiría mayor interés por terceros para realizar inversiones dentro de la localidad, lo cual aportaría al desarrollo de esta.

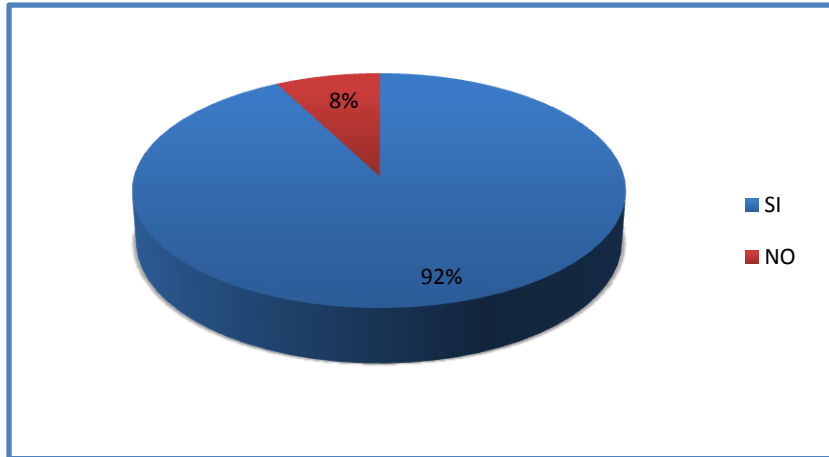
GRÁFICO N° 15 DESVENTAJAS DE CREACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

“Todo proyecto tiene sus consecuencias o perjuicios y más si está en un ambiente de naturaleza y así sea la mejor administración que lo cuide siempre habrá un rango de contaminación”, fueron palabras de las personas que dieron el 73% de aceptación a la opción de que existirá contaminación al crear las cabañas y agregado a esto un 27% mencionó que los habitantes de la localidad tendrán una pérdida de identidad porque el proyecto será más llamativo para turistas internacionales que buscan naturaleza y tranquilidad.

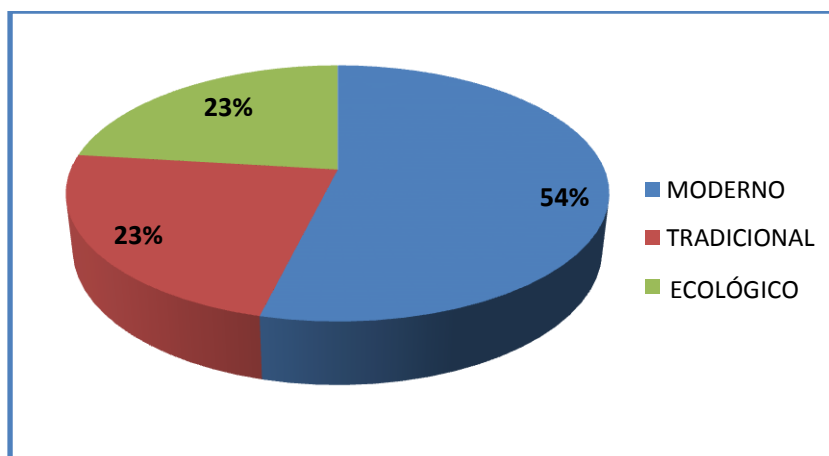
GRÁFICO N° 16 LUGAR DE UBICACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta pregunta realizada a los profesionales en turismo sobre la ubicación de las cabañas manifestaron lo siguiente: luego de una gran polémica del lugar especificado el 92% respondió que les gustaría que las cabañas estén ubicados sobre el Cerro de Manglaralto porque es un lugar estratégico para contemplar toda la belleza de la localidad y el perfil costero, a más de esto acogieron la propuesta de ubicación al indicarle que en ese sector está el punto de encuentro para algún desastre natural por lo cual podría ser utilizado como un albergue, mientras que el 8% supo manifestar que prefería que esté ubicado en otro lugar que encierre netamente solo naturaleza, rodeado de flora y fauna o en el sector de vía pública para tener más accesibilidad.

GRÁFICO N° 17 MOBILIARIO DENTRO SU PREFERENCIA

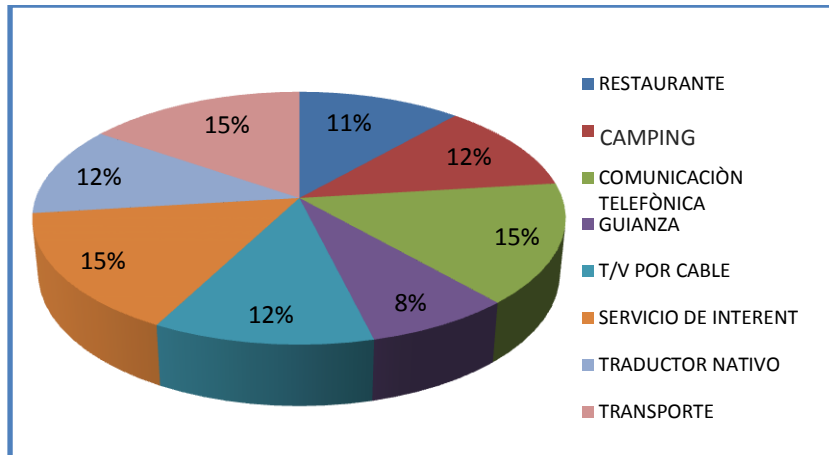


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta pregunta realizada a los empresarios y personas expertas en turismo sobre qué tipo de mobiliario sería de su preferencia dentro de las cabañas ecológicas manifestaron lo siguiente: el 54% respondió que les gustaría lo moderno algo que tenga que ver con lo actual más elegante, cómodo y de moda, mientras que el 23% supo manifestar que preferían lo tradicional, algo netamente propio de la localidad que realce o muestre su historia, y el otro 23% mencionó que lo rústico debería ser la mejor opción, ya que tiene que ver más con el lugar donde se lo ubicará y los materiales locales y con diseños autóctonos del sector.

GRÁFICO N° 18 SERVICIOS

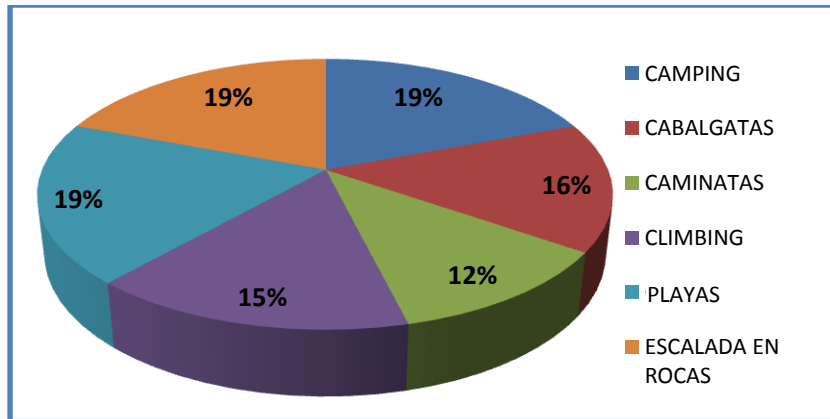


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Las respuestas obtenidas en esta interrogante, en relación a las opciones sobre qué servicios les gustaría encontrar dentro de las cabañas ecológicas planteada a los empresarios y expertos, establecen que 15% manifestó que les gustaría que exista el transporte, comunicación telefónica y servicio de internet, mientras que el 12% dijo que debería existir en el establecimiento los servicios de área de camping, tv por cable, y que también debe existir en cada lugar un traductor nativo del lugar para los turistas extranjeros, el 11% señaló que les gustaría que exista un lugar donde se oferte los platos típicos de la zona y el 8% dijo que debe haber guianza para los turistas que allí acuden.

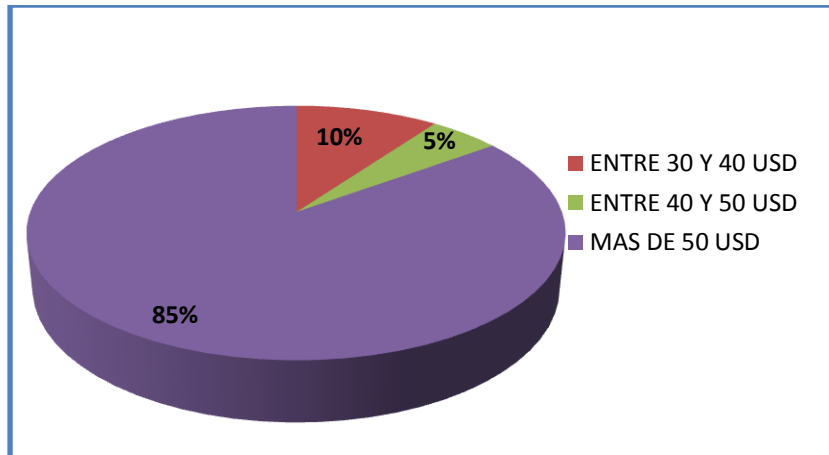
GRÁFICO N° 19 ACTIVIDADES TURÍSTICAS



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta interrogante planteada a los empresarios sobre las actividades que prefieren los turistas que visitan estos lugares el 19% manifestó lo siguiente: camping, escaladas en rocas, observación de las playas, más aún en la tarde para disfrutar de la caída del radiante sol, mientras que el 16% se inclinó por las opciones de realizar cabalgatas, el 15% manifestó que le gustaría realizar climbing y el 12% caminatas en las playas más aun en las mañanas por ejercicios para el beneficio en su salud. Todas estas actividades se pueden realizar dentro de la cabecera parroquial de Manglaralto, por lo cual se pueden realizar paquetes turísticos a las personas que quieran acceder al servicio de hospedaje en las cabañas y así comenzar a dar más vida turística a esta localidad con mucho potencial turístico.

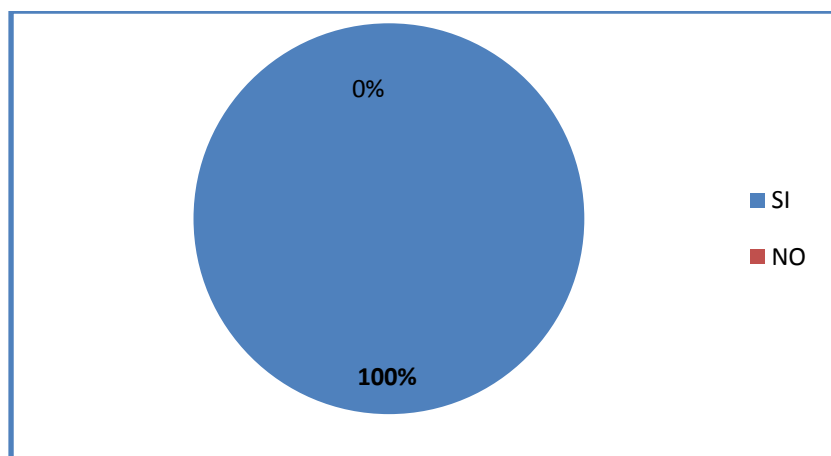
GRÁFICO N° 20 DISPOSICIÓN A CANCELAR



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuando uno topa el tema del dinero a cambio de un servicio o producto es un poco delicado porque se negocia dependiendo a la calidad a ofrecer, considerando las preguntas anteriores con el historial de respuestas que han realizado, es decir el precio incluido los servicios y actividades a realizar, llegando a un acuerdo mayoritario del 85% para que cancele \$ 50 o más, mientras que el precio entre 30 y 40 dólares tuvieron un 10% de aceptación, y el 5% restante estaría dispuesto a pagar entre 40 a 50 dólares, criterios que depende de cada turista y su nivel económico.

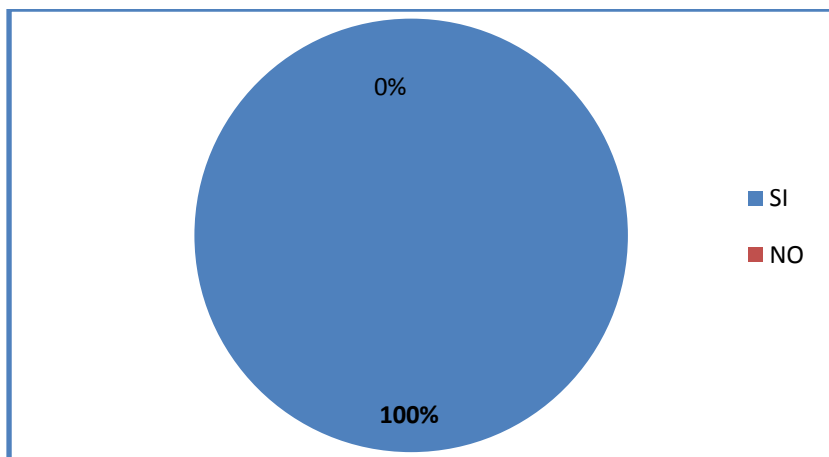
GRÁFICO N° 21 APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

De las 26 personas encuestadas existió una unanimidad en responder esta pregunta, ya que todos acordaron que la creación de las cabañas ecológicas dará el impulso que necesita la localidad para empezar a renacer con el turismo por el simple hecho de que tiene mucho potencial en realizar varias actividades turísticas gracias a su entorno natural y cultural sin olvidar la playa que es un ícono muy grande y de importancia para los turista.

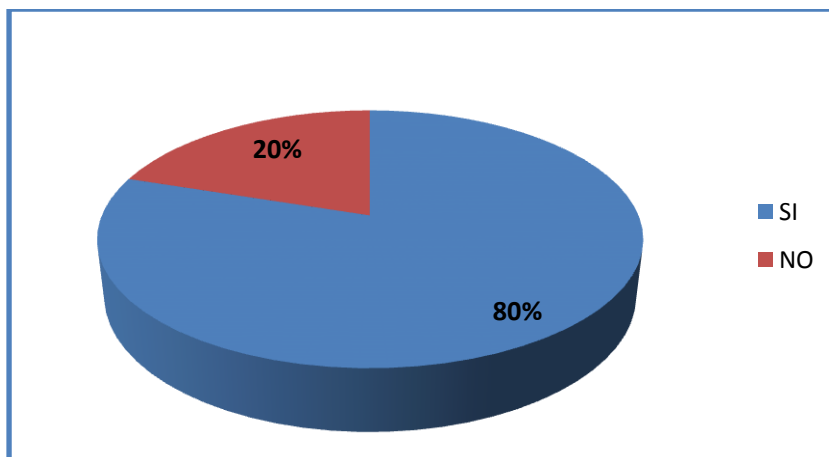
GRÁFICO N° 22 IMPLEMENTACIÓN DE PANELES SOLARES



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

La interrogante fue de gran sorpresa para los profesionales del turismo en el cantón Santa Elena ya que es una idea innovadora para la zona entera porque no existe proyecto alguno que use esta tecnología con los grandes beneficios para la conservación del ambiente, generación de energía alterna y ahorro económico por parte del servicio eléctrico; es por esta razón que el 100% de los entrevistados aprobó la implementación de los paneles solares y complementaron que será el inicio para que otras empresas empezaran a usar esta tecnología.

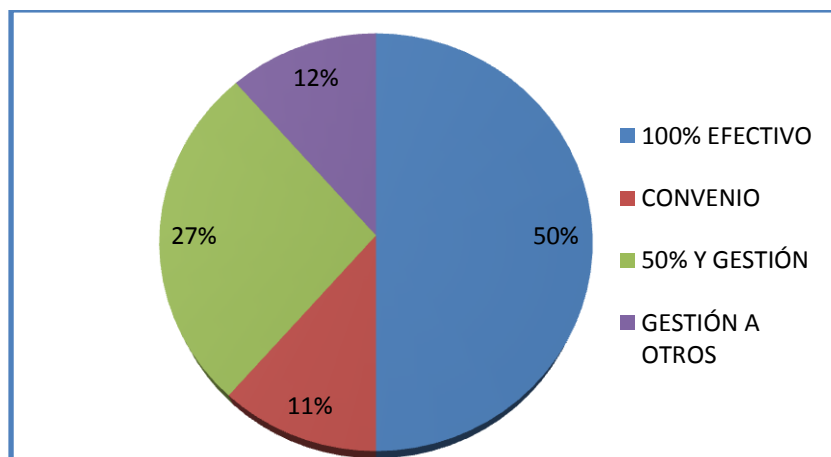
GRÁFICO N° 23 APOYO A LA CREACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta interrogante hubo mucha duda por parte de algunos de los profesionales, en especial aquellos que no estaban sujetos a un régimen público, pero aun así el 80% tuvo como respuesta favorable y apelaron que existirá apoyo por parte de su institución ya sea por gestiones, publicidad, asesoramiento, etc. En cuanto al restante 20% comentaron que podría existir una alianza o trabajo en conjunto cuando las cabañas estén conformada o creadas.

GRÁFICO N° 24 CÓMO APOYARÍAN LAS AUTORIDADES



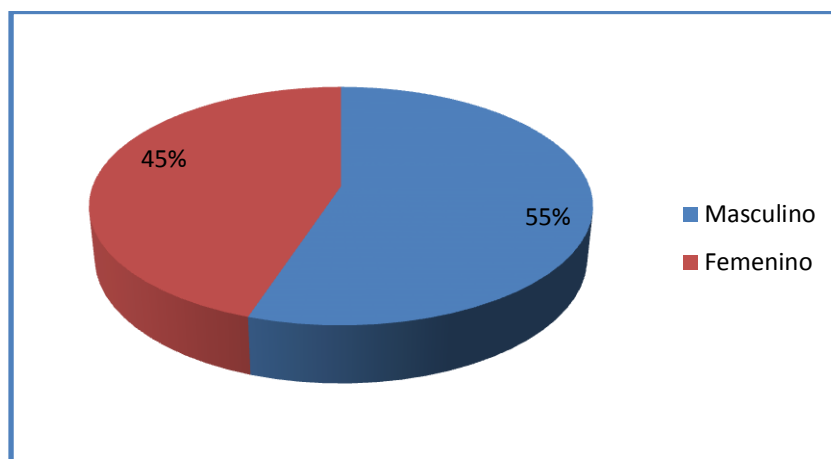
Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Aunque no estaban las autoridades presentes en la entrevista, los diversos profesionales respondieron con mucha seguridad de que la inversión para la creación de las cabañas ecológicas debería ser financiada por la Alcaldía y la Prefectura, esta respuesta está respaldada con un 50% de aprobación, mientras tanto el 27% apelaron a que las cabañas deberían ser creadas con fondos del estado y fondos gestionados a empresas privadas, a más de esto algunos mencionaron que el financiamiento debería salir del listado de las empresas privadas o marcas auspiciantes que tienen estas instituciones públicas y así no tocar los fondos del estado.

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS A TURISTAS

GRÁFICO N° 25 GÉNERO



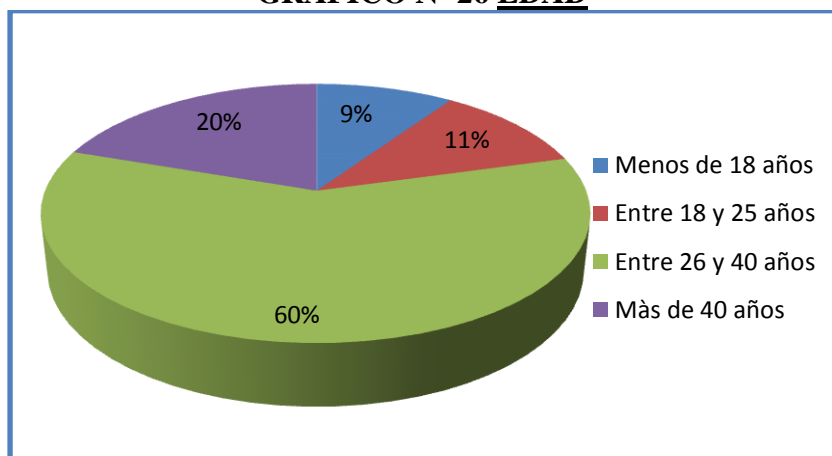
Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

De los **314 turistas** que visitan la zona norte, el porcentaje mayoritario que fue encuestado corresponde al género masculino siendo este el 55%, mientras que el 45%, representa al género femenino, siendo este resultado similar ya que tanto hombres y mujeres les gusta disfrutar de lugares turísticos de la zona norte.

Con esta información podremos comprobar que nuestra zona no tiene preferencia en sexo ya que las actividades que ofrece para el mercado nacional e internacional son aptas tanto para hombres como para mujeres.

GRÁFICO N° 26 EDAD



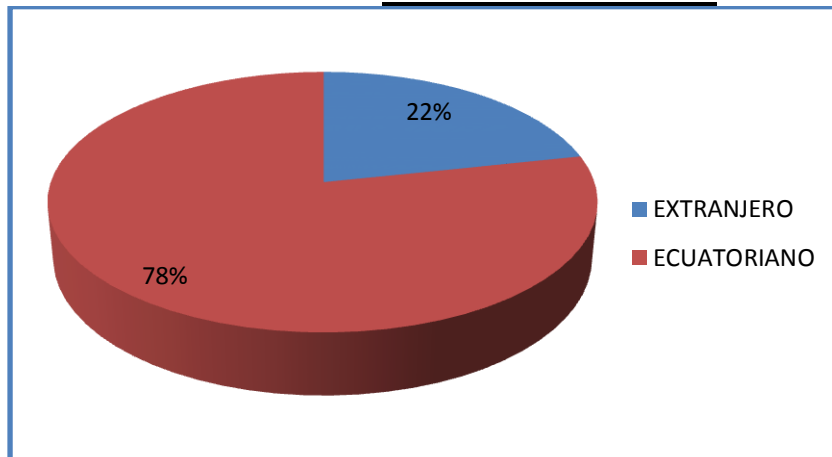
Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el desarrollo de las encuestas se identificaron las edades de las personas a las cuales se las iba a realizar, reflejándonos que el **60%** están en edades entre 26 y 40 años, mientras que el **20%** son personas que tienen 40 años en adelante, el 11% corresponde a personas que están entre 18 y 25 años y el 9% son jóvenes menores de 18 años de edad.

Con este dato podemos realzar que los dos principales porcentajes corresponden a personas mayores de edad, quienes podrán sustentar los gastos por su propia cuenta gracias a un sueldo, negocio o jubilación.

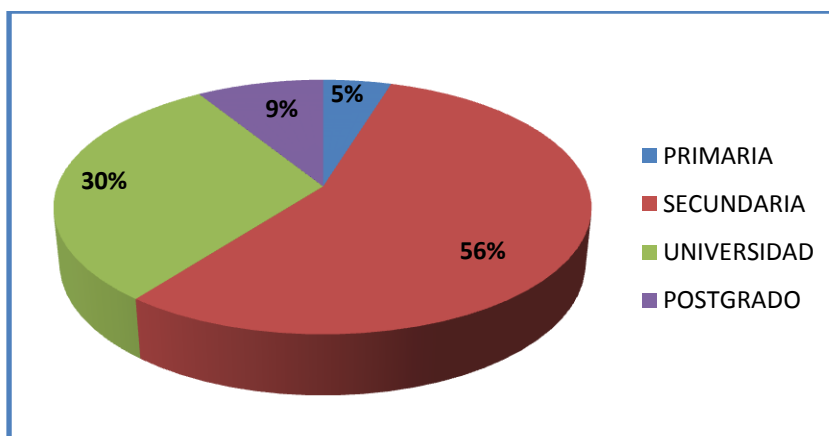
GRÁFICO NO 27 PAÍS DE RESIDENCIA



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Según los datos de la encuesta realizada a los 314 turistas en la zona norte de la provincia de Santa Elena, la respuesta a esta interrogante identificó que el 78% de las personas encuestadas son turistas ecuatorianos que disfrutan de la maravillas que brinda nuestra provincia en especial nuestro cantón, mientras el 22% son turistas extranjeros que llegan a este lugar en busca de descanso y de disfrutar de las hermosa playas, aventura, naturaleza y porque no decir de su gastronomía, debiendo señalar que día a día va creciendo y con esto aumentando el desarrollo del turismo en sus diversas actividades.

GRÁFICO N° 28 NIVEL DE EDUCACIÓN

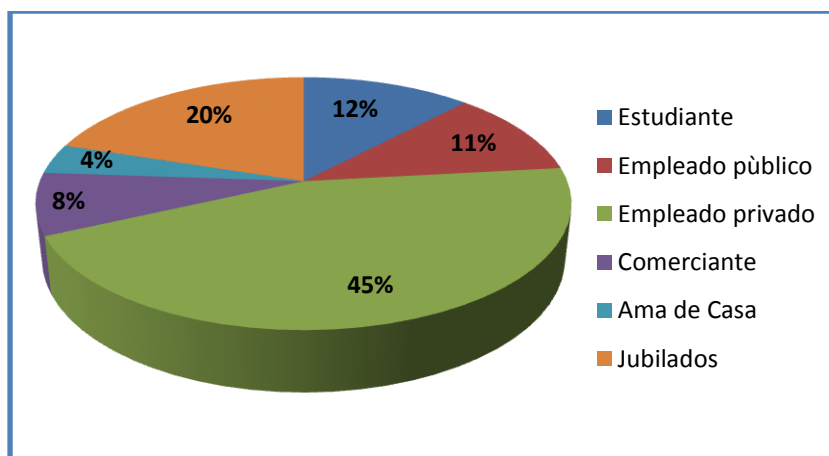


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta interrogante se consultó a las personas su nivel de educación obteniéndose las siguientes respuestas: el **56%** su nivel de educación es secundario, mientras que el **30%** tiene nivel educativo superior universitario, el **9%** de las personas tiene postgrado y **5%** manifestó educación primaria, esta encuesta se realizó a personas a partir de los 18 años por eso se entiende que hay personas que aún están preparándose en su educación. Con estos porcentajes altos de educación podremos notar que hay muchos especialistas y futuros especialistas que dentro y fuera del país tienen una buena remuneración para cubrir muy bien sus gastos de diversas necesidades, además de aquellos que en algún futuro no muy lejano vendrán con innovadoras propuestas para que siga desarrollándose el turismo en el cantón entero.

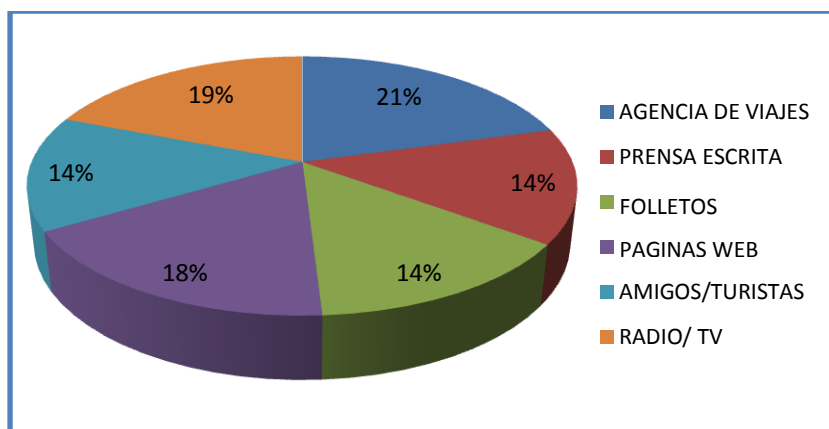
GRÁFICO N° 29 OCUPACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el gráfico anterior podemos observar que en ocupación el **45%** son empleados privados, el **20%** son personas ya jubiladas, en tanto que el **12%** son personas que se está estudiando, el **11%** de las personas respondió que trabajan en instituciones públicas, mientras que el **8%** manifestó que trabaja como comerciante y el **4%** de las personas encuestadas son amas de casa que se dedican a los quehaceres del hogar. Por lo tanto los dos índices mayores reflejan que tenemos turistas con mucho tiempo de ocio y con un alto índice de recurso económico ya que el jubilado extranjero es bien remunerado al igual que los empleados de empresas privadas, por lo cual sus necesidades se ajustan a su sueldo y no siempre están con el mínimo económico.

GRÁFICO N° 30 INFORMACIÓN DE LOS LUGARES TURÍSTICOS

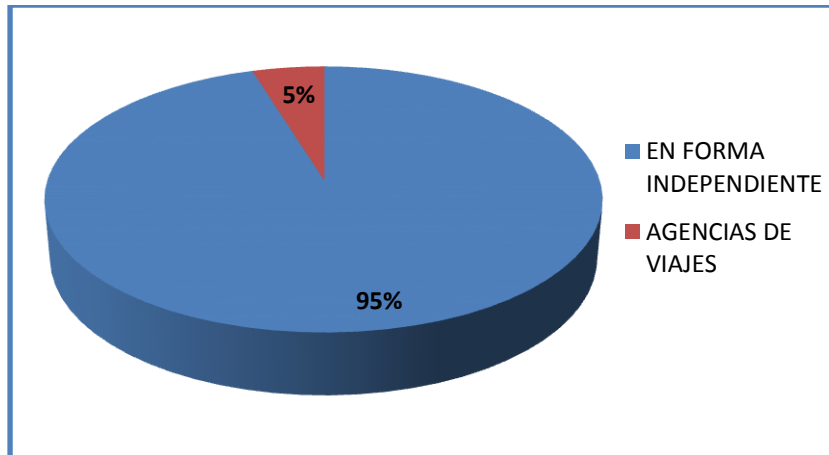


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta interrogante de las opciones planteadas los porcentajes de respuesta fueron, el **21%** manifestó que ellos se informan por las agencias de viajes, el **19%** dijo por radio y televisión, el **18%** se informa por medio del internet ya sea por página web o redes sociales de los lugares turísticos, y el **14%** se informan por medio de la prensa escrita, por los amigos que ya han visitado los lugares y por guías turísticas que se reparten en algunos sitios públicos. Con esta pregunta podemos notar que existe carencia de información de los lugares turísticos de todas las provincias y más de la nuestras, así que una de las principales estrategias para este proyecto es realizar varios materiales de promoción para difundir la creación de las cabañas ecológicas.

GRÁFICO N° 31 FORMA DE VIAJE

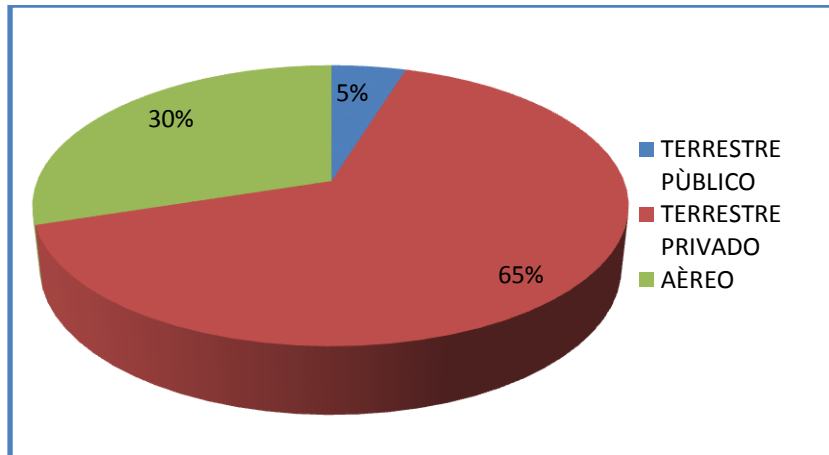


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

La mayor parte de los turistas que fueron encuestados sobre cuál es la forma de viaje que ellos eligen, manifestaron que lo hacían de forma independiente por más comodidad, siendo esto el 95%, mientras que el 5% respondió que ellos lo hacen por medio de agencias de viajes, también cabe recalcar que esto es de acuerdo a la disposición económica de cada persona.

Es por esta razón que la promoción o publicidad de un destino o atractivo turístico se debe fortalecer ya que el tipo de turista que se traslada por cuenta propia debe tener la información del lugar para que cree la necesidad de visitar y alcanzar su mejor experiencia.

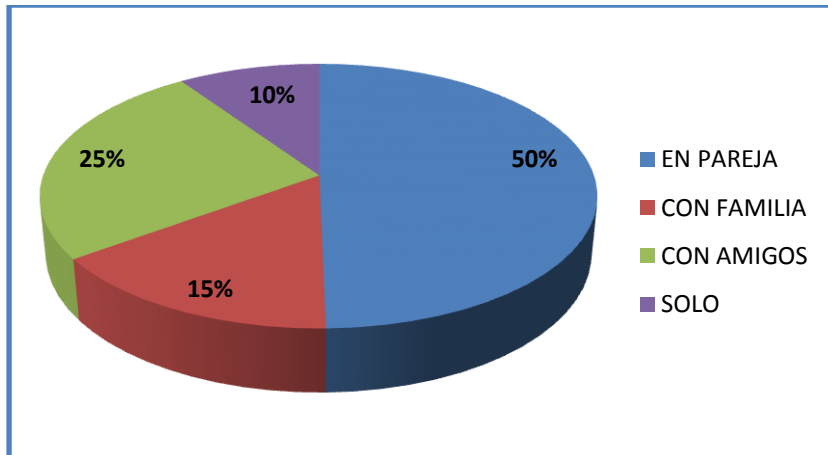
GRÁFICO N° 32 MEDIO DE TRANSPORTE



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta interrogante se les planteó a los turistas las opciones de medios de transportes que utilizarían a la hora de viajar respondiendo la mayoría de ellos que prefieren el transporte terrestre privado, siendo esto el **65%** de los encuestados, el **30%** manifestó que ellos elegirían el medio de transporte aéreo para viajar y el **5%** dijo que por no contar con dinero suficiente optan por el transporte público siendo este el más económico, además teniendo la facilidad de trasladarse por un medio de transporte terrestre, tienen la oportunidad de ir conociendo diversos lugares de la zona o específicamente gozar de todo lo que ofrecen, en este caso las personas que viajan dentro de nuestra ruta.

GRÁFICO N° 33 PREFERENCIA DE VIAJAR

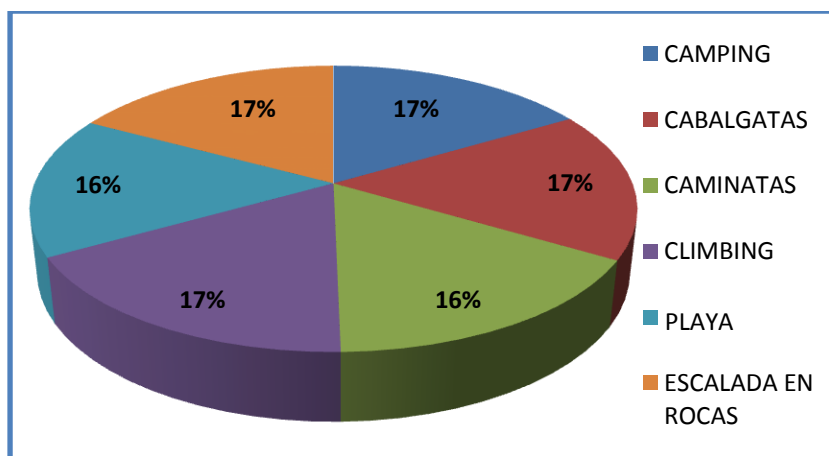


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En lo que respecta a la pregunta donde se consulta a los turistas con quien les gustaría viajar, se obtuvo que al **50%** les gusta ir con su pareja a disfrutar de lugares dentro y fuera de su lugar habitual, mientras que el **25%** manifestó que viajaría en compañía de sus amigos, en tanto que el **15%** le gustaría viajar con su familia, finalmente el **10%** dijo que viajaría solo porque son aventureros.

Con este índice podemos notar que segmento de habitaciones podemos ofrecer en el proyecto destacando las cabañas matrimoniales y grupales porque los viajes siempre demandan de una persona y por varios días.

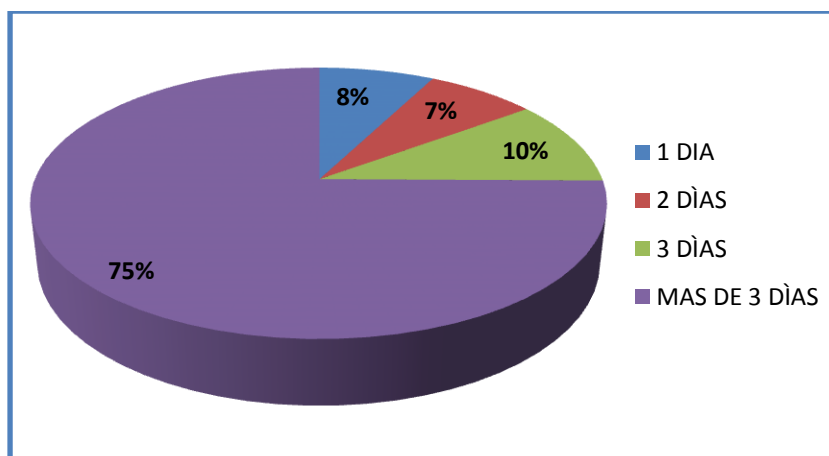
GRÁFICO N° 34 ACTIVIDADES TURÍSTICAS



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta interrogante planteada a los turistas las actividades que les gustaría realizar se obtuvo como resultado que el **17%** en cada opción prefiere el camping, cabalgata, climbing y la escalada en rocas, también que les gustaría realizar cabalgatas hasta la comunidad de Dos Mangas, mientras que el **16%** se inclinó por las opciones de realizar caminatas por las playas, observar las playas y más aún en la tarde disfrutar de la caída del sol. Con esta información notamos que podemos tener como segunda estrategia para un servicio agregado a nuestros potenciales clientes y así comenzar a ganarnos su fidelidad y reconocimiento sin olvidar de la publicidad.

GRÁFICO N° 35 DÍAS DE PERMANENCIA

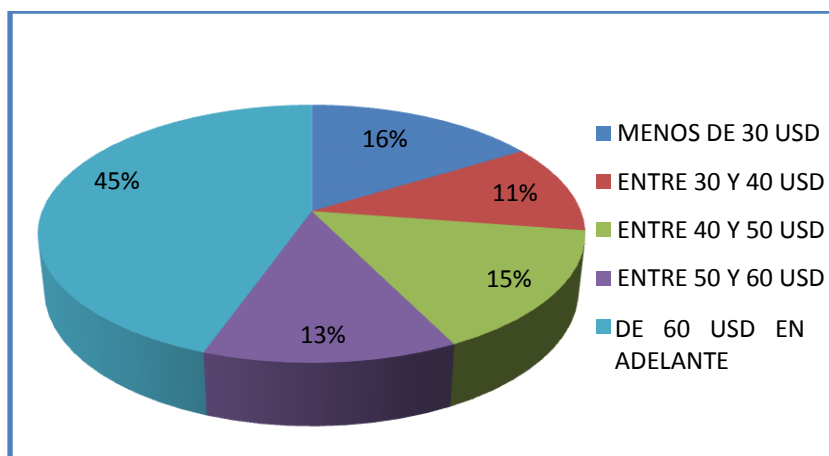


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información corrija DÍA y MÁS
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta pregunta realizada a los turistas sobre cuantos días permanecería hospedado, la mayor parte de los encuestados respondió que se quedaría más de 3 días correspondiendo al **75%**, mientras que el **10%** respondió que se quedaría 3 días, el **8%** dijo que estaría en este lugar 2 días y en cuanto al **7%** se supo manifestar que solo pasaría 1 día por recursos económicos.

Con más de tres días de estancia en un lugar ofreciéndole un servicio de primera necesidad, será suficiente para ayudar a sostener el negocio ya que los turistas generan un buen ingreso económico como se indicaba en gráficas anteriores.

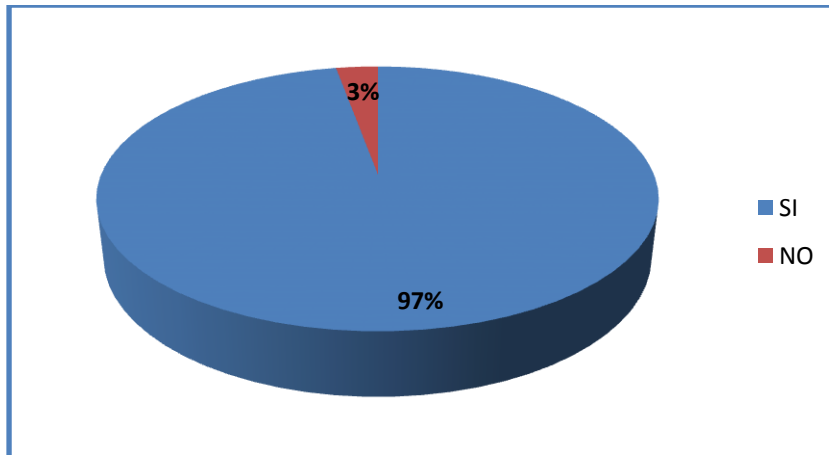
GRÁFICO N° 36 DINERO ESTIMADO



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

De las 314 personas encuestadas en la siguiente pregunta realizada respecto a cuánto dinero estimarían que gastan diariamente por persona en un viaje, notamos que el **45%** respondió que gastan más de \$60 dólares, mientras que el **15%** dijo que gastan entre \$ 40 y 50 dólares, el **16%** manifestó que se gasta menos de \$30 dólares, el **13%** dijo que estima gastar entre \$50 y \$60 dólares y el **11%** estimó que se gasta entre \$ 30 y \$40 dólares. Los dos porcentajes mayores indicados en esta gráfica demuestran una cantidad de efectivo gastado por persona en el día por lo cual nos da buena referencia para poder cobrar por el servicio de hospedaje en unión con los complementos y así tener un mejor financiamiento y tasa de retorno.

GRÁFICO N° 37 HOSPEDAJE EN LA NOCHE

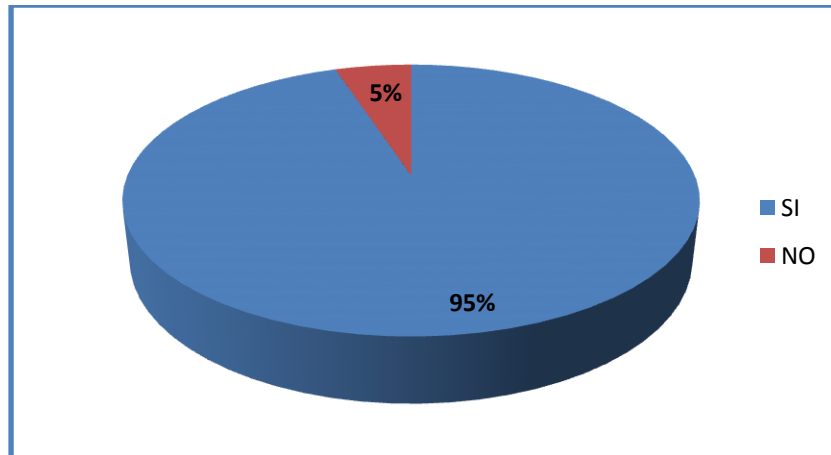


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En cuanto a la interrogante planteada a las 314 persona a las cuales se les realizó las encuestas de que si le gustaría pasar la noche en una Cabaña Ecológica del cantón Santa Elena, la mayoría de ellas respondió que si les gustaría siendo este un **97%** que se manifestó de manera positiva, mientras que un **3%** respondió que no les gustaría.

La respuesta favorable fue porque una Cabaña es algo más económico pero sin perder el confort de un establecimiento de hospedaje, y mucho mejor si es en un lugar estratégico donde aprecien toda la bella naturaleza de la zona e interactúan con su gente nativa para aprender más de la cultura santaelenense.

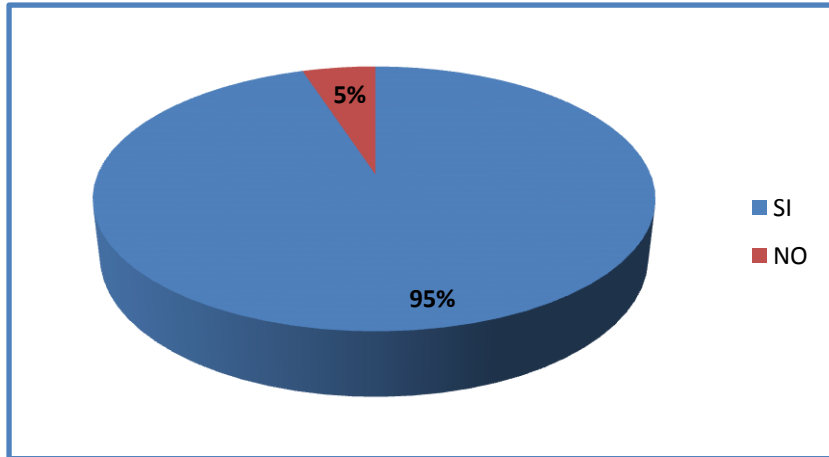
GRÁFICO NO 38 VISITA MANGLARALTO



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

La población consultada durante la realización de la encuesta al preguntarle si ha visitado la cabecera parroquial de Manglaralto y los lugares turísticos que posee, la mayoría respondió que Sí, siendo este el **95%** que si lo ha realizado, mientras que un **5%** manifestó que no lo ha hecho, unos por falta de tiempo y otros por falta de recursos económicos al momento de trasladarse o a veces porque prefieren quedarse en otros lugares que son más conocidos y de mayor oportunidad de recrearse. Pero esta pregunta nos dejó un abanico de oportunidades para el desarrollo turístico ya que muchos turistas nos comentaron que era una comuna para la tranquilidad como un Cuenca pero peninsular y que hubiese más preocupación por la comunidad con la ayuda de las autoridades permitiendo un aumento en el desarrollo del turismo.

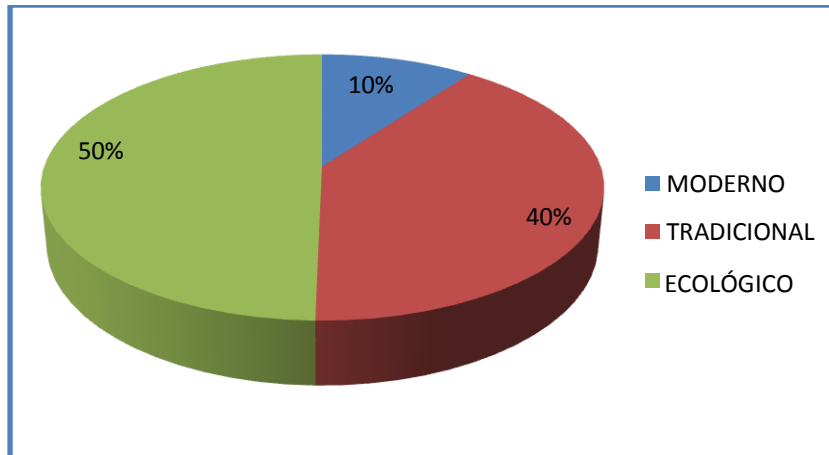
GRÁFICO NO 39 CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Esta interrogante es muy interesante ya que se les planteó a los turistas encuestados si estarían de acuerdo con la creación de Cabañas Ecológicas dentro de la cabecera parroquial de Manglaralto, a esto la mayoría respondió de manera muy positiva ya que consideran que se incrementarían más las plazas de trabajo y los ingresos económicos para ese lugar siendo este el **95%** a más de esto sería un atractivo turístico más para la localidad, y el **5%** dijo no estar de acuerdo por que no era una comunidad de reconocimiento y esto se debería aplicar a otra comuna. Con la creación del proyecto daríamos el paso mayor para que el GAD parroquial y cantonal empiecen a trabajar en conjunto por su localidad y beneficiarse de los proyectos turísticos que ofrece el Ministerio de Turismo y entidades que buscan invertir en localidades de gran potencial comercial.

GRÁFICO N° 40 TIPO DE MOBILIARIO

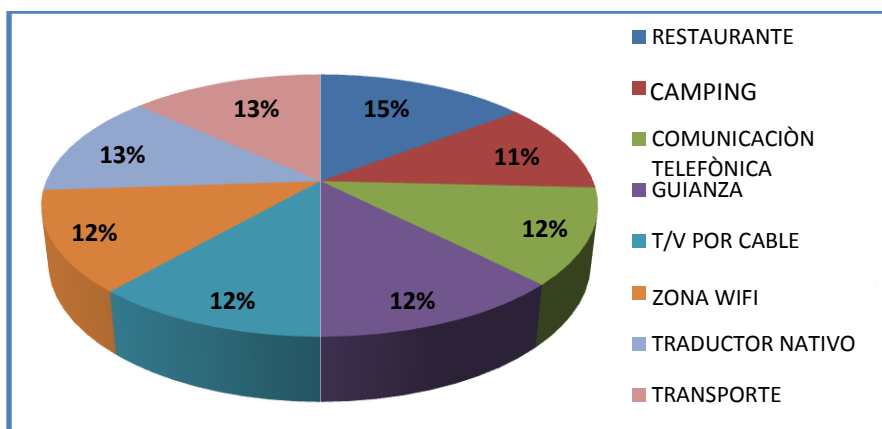


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En esta pregunta realizada sobre qué tipo de mobiliario es de su preferencia dentro del hostel se manifestaron de la siguiente manera: el **50%** respondió que les gustaría un estilo rústico algo que tenga que ver con la naturaleza, mientras que el **40%** supo manifestar que preferían lo tradicional del mismo, pero **10%** dijo preferir lo moderno, algo que esté acorde con la actualidad.

Con esta respuesta podemos ver que el proyecto propuesto tendrá buena acogida al utilizar recursos, materiales y diseños autóctonos de la zona y más porque está rodeado por la naturaleza y es la tendencia del siglo sin olvidar de la estética autóctona de la localidad.

GRÁFICO N° 41 SERVICIOS

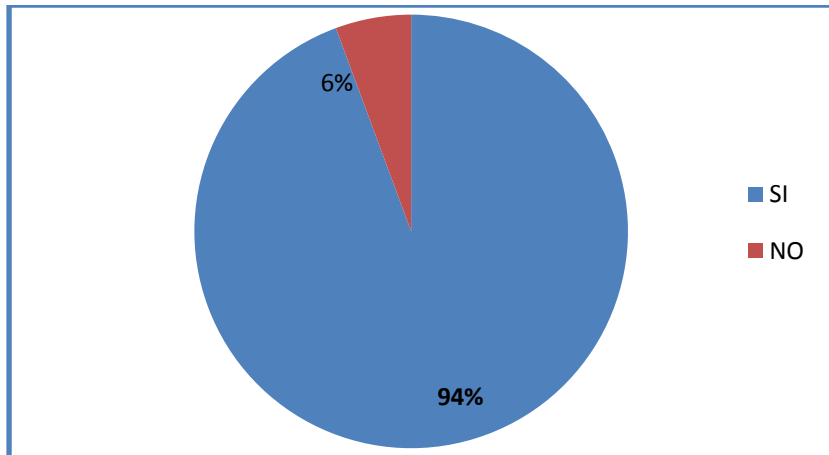


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Las respuestas obtenidas por parte de los turistas que visitan la zona norte muestra que al **15%** le gustaría el servicio de restaurante, **13%** que exista el transporte en esta zona y también un traductor nativo, el **12%** manifestó que deben existir los servicios de comunicación telefónica, guía para los turistas, televisión por cable y el servicio de internet, el **11%** de las personas dijo que también debería haber áreas de camping. Al igual que la entrevista a los profesionales turísticos, esta interrogante tuvo excelente acogida para ofrecer el servicio de restauración como agregado al hospedaje, dándonos una nueva sombra de oportunidad.

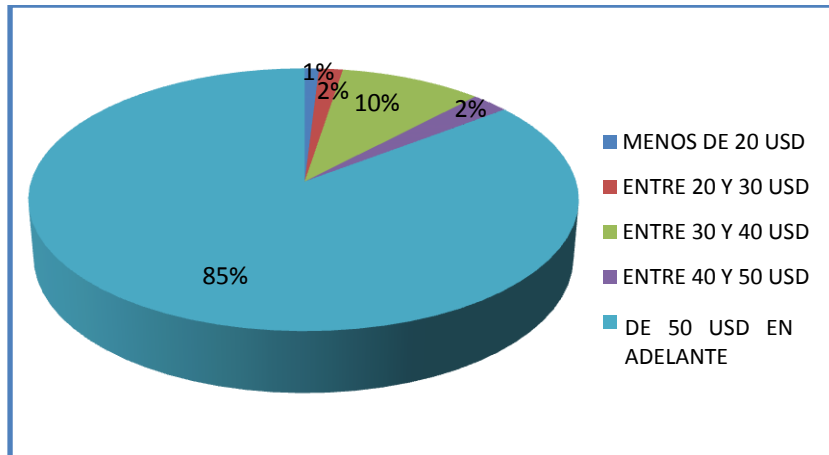
GRÁFICO N° 42 PANELES SOLARES



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Al igual que la impresión por parte de los profesionales, la interrogante fue de gran sorpresa para ciertos turistas, pero para el resto no fue de gran relevancia por el contrario el 94% de los turistas encuestados comentaron que en su país o localidad existen muchas empresas o entidades que trabajan con paneles solares para aportar con el ambiente y el bolsillo al economizar el valor incrementado por uso de la energía hidráulica; pero el 6% de turistas dijo que no aportaría con el desarrollo ya que eso no es de gran relevancia comparado a otras cabañas ecológicas que han visitado.

GRÁFICO N° 43 DISPOSICIÓN A PAGAR

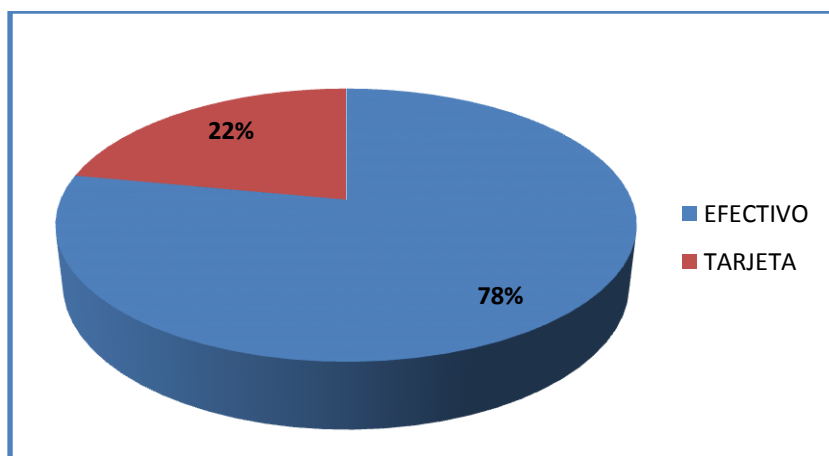


Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

A las 314 personas encuestadas se les realizó esta pregunta sobre cuánto dinero estaría dispuesto a pagar en alojamiento, la mayoría respondió que estaría dispuesto a pagar más de 50 dólares siendo este el **85%**, mientras que los precios entre 40 y 50 dólares fue acogido por el **10%**, el **2%** estaría dispuesto a pagar entre 20 a 40 dólares y un **1%** solo sería dispuesto a pagar menos de 20 dólares de acuerdo a la posición económica. Aunque la pregunta fue un poco sesgada porque se explicó que se incluiría el desayuno y almuerzo, igual fue de gran acogida con un valor mayor de \$40 por persona que nos ayudará a sostenernos según el estado financiero.

GRÁFICO N° 44 PAGOS



Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el cuadro anterior se refleja la forma de pago que hacen los turistas al momento de realizar sus gastos, al realizarle esta pregunta el **78%** manifestó que lo hacen por medio del efectivo porque ellos muy poco utilizan las tarjetas, mientras que el **22%** lo hace por medio de tarjetas ya que no les gusta cargar mucho efectivo por temor a ser asaltados, prefiriendo no arriesgarse.

Aunque sería mejor recibir efectivo, es un gran peligro mantenerlo, es por esta razón que hay que incluir dentro del presupuesto una etiquetera o máquina para tarjetas de crédito para ofrecer un servicio mejor al turista; con este resultado podemos saber que actividades ofrecerle como servicio extra o servicio agregado para que el turista empiece a quedarse en Manglaralto y/o sea un lugar de paso.

2.9 Grupo Focal

Se lo define como una conversación de grupo con el propósito de realizar entrevistas como medio para recolectar en poco tiempo información cualitativa, por lo general con grupos de más de 6 personas, y se divide en 2 componentes esenciales:

- El contenido de la información, **lo que se dice**.
- El proceso de la comunicación, **como se dice**.

Característica.

- Está focalizada en un tema o aspecto específico de una situación.
- Los sujetos entrevistados han formado parte en la situación que se desea estudiar por lo que se espera obtener información acerca de su experiencia.
- Los investigadores han hecho un análisis previo de los documentos relacionados con el hecho objeto de estudio.
- A partir de este análisis de contenido, elaboran hipótesis que servirán de base para estructurar el guión de preguntas.

Objetivo.

Situar en contacto y confrontar diferentes puntos de vista a través de un proceso abierto y emergente centrado en el tema objeto de la investigación.

Ventaja

Es una técnica de bajo costo. Los participantes se pueden convocar hasta por teléfono. Las sesiones no necesitan de grandes recursos, a excepción de un hábil entrevistador y si los participantes lo permiten, una grabadora o video.

2.9.1. Resultados Grupo Focal

GUSTOS Y PREFERENCIAS POR CABAÑAS ECOLÓGICAS EN MANGLARALTO

Segmento	Especialistas
Características	Especialistas, personas involucradas en procesos turísticos en el área urbana y rural, servidores públicos actuales o pasados.
Objetivo	Conocer criterios sobre procesos turísticos recibidos y la identificación de posibles soluciones para la hospedería en Manglaralto
Duración	90 minutos
Moderador	Sergio Suarez G.
Equipo de trabajo	1 Camarógrafo 2 Sistematizadores 1 Asistente de Moderador

CUADRO N° 14 Respuesta del Grupo Focal

PREGUNTAS	RESPUESTAS
Género	Masculino y Femeninos
Edad	A partir de 25 Años
Nivel de Educación	Secundaria, Superior y Posgrado
Sector Laboral	Público y Privado
¿Cree usted que en la cabecera de la parroquia Manglaralto se debe de impulsar para conseguir un desarrollo turístico?	Sí, es una parroquia de alto potencial de diversidad turístico
Según su criterio, ¿el Desarrollo Turístico en la Parroquia Manglaralto es?	Muy bueno
¿Qué usted cree que en la cabecera de Manglaralto se debe de impulsar para conseguir su desarrollo?	* Mejoramiento de Servicios Básicos. * Proyectos Ecológicos. * Promoción.
¿Cree usted que sería factible crear Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?	* Si para realzar la belleza natural de la parroquia. * Cabañas Ecológicas que sean elaboradas con materiales propios de la localidad.
¿Cree usted que sería factible implementar paneles solares en las Cabañas Ecológicas?	* Sería una gran idea innovadora para ser el piloto o ejemplo para otro tipo de establecimientos y que aprovechen del recurso natural. * Sería un nuevo impulso para inversiones.
¿Desde su punto de vista, la Cabañas Ecológica con paneles solares ayudarían al desarrollo económico de	* Sí, ya que será un nuevo ingreso económico para la parroquia. * Todo proyecto nuevo e innovador produce

los pobladores en la cabecera parroquial de Manglaralto?	demanda de visitas a beneficio de la localidad.
¿Cuál sería la mayor ventaja que producirá la creación de Cabañas Ecológicas con paneles solares en la cabecera parroquial de Manglaralto?	<ul style="list-style-type: none"> * Reconocimiento. * Desarrollo Turístico. * Incremento de divisas.
¿Cuál sería la mayor desventaja que producirá la creación de Cabañas Ecológicas con paneles solares en la cabecera parroquial de Manglaralto?	<ul style="list-style-type: none"> * Competencia desleal. * Pérdida de Identidad. * Contaminación Ambiental.
¿Cree usted que el Cerro de Manglaralto sería el lugar adecuado para la ubicación de las Cabañas Ecológicas con paneles solares en la cabecera parroquial de Manglaralto?	Sería la ubicación perfecta no solo por la vista o el entorno, sino por la proximidad al sol para aprovechar más de los rayos solares para que estén totalmente cargadas las baterías de almacenamiento de energía producida por los paneles.
¿Qué tipo de mobiliario debería tener la Cabañas Ecológica?	Cómodamente Rústico
¿Qué servicios debería tener la Cabañas Ecológicas?	<ul style="list-style-type: none"> * Restaurante. * Área de Camping. * Zona de Internet. * Formar Cluster locales para ofrecer circuitos turísticos.
¿Por el servicio de hospedaje con desayuno incluido, ¿Cuánto dinero debería cancelar cada turista?	De 15 a 20 dólares.
¿De qué manera apoyaría a la creación de las Cabañas Ecológicas con paneles solares en la cabecera parroquial de Manglaralto?	<ul style="list-style-type: none"> * Gestiones con ONG nacionales. * Facilitando contactos internacionales que están interesados a invertir en este tipo de proyectos. * Trámites y permisos legales para la ubicación y funcionamiento. * Gestionar con los diferente Ministerios. * Promoción. * Asesoramiento civil y marketing. * Convenio para un aporte económico, dependiendo de la factibilidad del proyecto.

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

2.9.2. Conclusión del Grupo Focal

Respecto a los resultados, la mayoría de los que participaron manifestaron que la propuesta de la Implementación de las Cabañas Ecológicas con Paneles Solares, es un proyecto muy interesante debido a que no ha existido en la parroquia

Manglaralto ni en la provincia entera unas cabañas que puedan desarrollar el turismo de manera significativa y tecnológicamente.

Los especialistas si recalcan que las cabañas deben de tener un valor agregado, por ejemplo paneles solares o materiales nativos de la zona, consideran que eso le va a dar un peso importante y muy significativo al lugar logrando en el mediano plazo posicionarse como una alternativa valiosa de la zona con la ayuda y gestión de las diversas entidades públicas y privadas.

2.10 Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas

2.10.1 Conclusiones

Según la metodología explicada para la investigación, se aplicaron entrevistas a las autoridades seccionales y encuestas a turistas locales, nacionales, extranjeros y a la población, tomando en cuenta el proceso de investigación del estudio de factibilidad para la creación de cabañas ecológicas.

La información recopilada nos ayudó a responder interrogantes sobre el proyecto y saber las necesidades de los encuestados y entrevistados, situación que al momento de aplicar el instrumento de información les interesó conocer sobre las estrategias turísticas que posee una comunidad, como en este caso la parroquia Manglaralto, reconocida como un pedacito de cielo por el gran recurso natural que cuenta por sus bellas playas y sus encantadores senderos, a más de esto es la comunidad más cercana a Montañita una comuna reconocida internacionalmente y que está a su paso, otorgándole una gran oportunidad para el desarrollo turístico ya que su infraestructura tiene potencialidad para ofrecer servicios de hospedaje y alimentos & bebidas a todo tipo de turistas que ingresan a la localidad.

El levantamiento de información realizado nos da a conocer que existe predisposición e interés por la creación de las cabañas en la parroquia Manglaralto

esto lo corroboran las encuestas tanto a potenciales clientes como a expertos en turismo.

Con respecto al conocimiento de los turistas de la parroquia, es muy conocida pero se identifican con Montañita debido a la cercanía, sin embargo la idea era saber si estaba la comunidad dentro de sus conocimientos como potencial destino turístico.

Referente a las actividades turísticas del sector, la más significativa es el surf seguida de los locales que están enmarcados a la economía popular y solidaria, Manglaralto tiene un potencial turístico debido a que Montañita se está quedando sin espacios.

2.10.2 Recomendaciones

- Los datos recopilados en la investigación pueden ser utilizados como base para instituciones o estudiantes que requieran información sobre hospedajes y las necesidades del turista local, nacional e internacional.
- La actividad de cualquier tipo de hospedaje es primordial para cualquier localidad que tenga vida turística o potencial en turismo para mejorar su economía; esta investigación puede ser útil para que se tome en cuenta la opinión de los demandantes y se mejoren los aspectos que consideran los clientes para el mayor grado de aceptación.
- Se debe de ampliar la cobertura en programas de asistencia turística del sector. En esta comunidad se puede emprender una serie de actividades turísticas tales como la hospedería comunitarias, hospederías de tipo privadas, se puede evidenciar un buen potencial.

- Las principales necesidades de la comunidad se ven significativamente evidenciadas debido a que la población en un 100% apoyan la creación de cabañas ecológicas, los turistas requieren de la creación de las cabañas debido a que el lugar es atractivo para este tipo de emprendimiento. Esta sería una alternativa para el desarrollo sostenible del sector potencializando así la marca Santa Elena.

2.11 Comprobación De La Hipótesis

Se aplicó la prueba estadística Chi cuadrado para la comprobación de la hipótesis: ¿Es factible la implementación de una hospedería (cabañas ecológicas) como alternativa al turismo comunitario en la cabecera parroquial Manglaralto? La mencionada prueba se realizó en base a los resultados obtenidos por medio de las encuestas, entrevistas y grupo focal, lo cual se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 15 Factibilidad del Proyecto

La importancia de elaborar un estudio de factibilidad en el financiamiento permitirá incrementar el beneficio de la actividad turística mediante un estudio que involucre a las diversas autoridades del cantón Santa Elena, la comunidad y parroquia de Manglaralto			
CATEGORÍA	SI	NO	TOTAL
Especialistas En Turismo	25	1	26
Turistas	300	14	314
Autoridades	3	1	4
TOTAL	328	16	344

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Con los datos del cuadro anterior se procedió a calcular los valores esperados, los mismos que son necesarios para continuar con el procedimiento del cálculo de χ^2 ; se calculó la parte proporcional de las respuestas para luego multiplicarlas por el total de cada categoría, los resultados de este cálculo se detallan en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 16 Valores Esperado

CATEGORÍA	SI	NO	TOTAL
Especialistas En Turismo	24,7907	1,2093	26,0000
Turistas	299,3953	14,6047	314,0000
Autoridades	3,8140	0,1860	4,0000
Total	328,0000	16,0000	344,0000

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Considerando los cálculos anteriores se elevó al cuadrado las diferencias entre las frecuencias absolutas y los valores esperados para luego dividirlos con éstas últimas, de esta manera se obtuvieron las cantidades detalladas a continuación:

CUADRO N° 17 Valores de Chi Cuadrado

CATEGORÍA	SI	NO	TOTAL
Especialistas En Turismo	0,0018	0,0362	0,0380
Turistas	0,0012	0,0250	0,0263
Autoridades	0,1737	3,5610	3,7348
Total	0,1767	3,6223	3,7990

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

De esta manera se obtiene el valor χ^2 que resultó 3,799, el mismo que es inferior al valor χ^2_{α} que equivale a 5,99, con grados de libertad 2 y un nivel de significancia de 0,05; por lo tanto el valor de χ^2 se encuentra en la región de aceptación en la curva chi cuadrado, por esta razón la hipótesis planteada se acepta con un nivel de confianza del 95%.

Alcanzando la gran acogida o aceptación por parte de la mayoría de población nativa y turística, la misma que ha sido muy significativa para el presente estudio y con el resultado obtenido por el proceso de investigación metodológica y recopilación de información mediante la interpretación de los datos y fortalecida por la prueba de hipótesis se afina que es indispensable continuar con la propuesta planteada, por lo cual en el siguiente capítulo se procederá a elaborar la propuesta.

Con esto concluyo el capítulo II, debido a que existe factibilidad para ejecutar la Implementación de Cabañas Ecológicas, en la cabecera parroquial de Manglaralto del cantón Santa Elena.

CAPÍTULO III

PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA DE MANGLARALTO, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.

En este capítulo se caracterizarán las fases del estudio de factibilidad como: estudio de mercado que especifica la demanda y oferta del servicio; estudio técnico, para la optimización del lugar estratégico; estudio administrativo, que estará conformado por una jerarquía organizacional para el beneficio del personal administrativo; y estudio financiero que muestra si se podrá o no realizar el proyecto tomando en cuenta el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del financiamiento para la Implementación de Cabañas Ecológicas en la cabecera de la parroquia Manglaralto. Además se anexa la bibliografía, fotos del lugar del estudio y glosario de palabras no comunes.

3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA DE MANGLARALTO, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015

3.1 Presentación

La provincia de Santa Elena ofrece una gama de opciones de alojamiento a las personas que visitan la misma, sitios acordes a la economía y gusto del cliente, sin embargo, esta propuesta apunta a un turismo ambiental, en la cual no sólo se busque la comodidad de la persona sino que la misma se desarrolle en un ambiente natural y que concientice sobre los cambios ambientales que se están dando en el mundo.

La necesidad de un estudio de factibilidad para implementar cabañas ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto se determinó luego de analizado el estudio de mercado, además se realiza un estudio financiero desarrollado mediante la estimación de un flujo de caja cuyo horizonte de evaluación de 5 años permite establecer la factibilidad del proyecto, analizando la estimación de la inversión inicial en activos fijos que se necesitan (maquinarias, equipos de cómputo, muebles de oficina), así como también la renovación de los mismos luego de culminar su vida útil, el objetivo de realizar la evaluación del proyecto permite conocer si el mismo es rentable, es decir si el Valor Actual Neto (VAN) es mayor que cero y la Tasa Interna de Retorno es mayor que la TMAR. Para esto se requiere analizar algunas variables como ventas, costos y gastos, las mismas que permitirán tomar decisiones sobre la implementación de las cabañas ecológicas.

3.1.1. Actividad Turística Económica

Como se mencionó en el marco legal del capítulo I, las normas ISO del IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación) 42250 describen que la actividad turística es el elemento fundamental del turismo que constituye el individuo y medio natural, que permite satisfacer a los turistas, mejorar la calidad de vida y contribuye en el desarrollo económico y cultural de las comunidades.

3.1.2. Ubicación

Las Cabañas Ecológicas estarán localizadas en la cabecera de la parroquia Manglaralto, en el cerro Manglaralto junto al caserío de los colombianos.

3.2. Necesidades A Satisfacer

La Cabañas Ecológica en la cabecera parroquial de Manglaralto satisfacen las necesidades de los diferentes turistas que requieren descansar por una noche llena de tranquilidad, confort y relax, después de haber disfrutado de su tiempo de ocio en las diversas actividades turísticas que tiene la parroquia o la provincia entera.

3.2.1. Objetivos

3.2.1.1 Objetivo General

Impulsar el desarrollo turístico en la cabecera parroquial de Manglaralto del cantón Santa Elena, mediante un estudio de factibilidad que garantice la implementación de Cabañas Ecológicas con paneles solares como una alternativa innovadora.

3.2.1.2 Objetivos Específicos

- Recopilar información por parte de los pobladores de la comunidad.
- Aplicar herramientas financieras mediante la evaluación económica que permitan la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.
- Identificar un sitio estratégico para la implementación y ejecución del proyecto y que sea viable para el funcionamiento de los paneles.
- Crear servicios complementarios en las Cabañas Ecológicas para cubrir las necesidades y satisfacción a los turistas.
- Analizar el espacio y los recursos mediante estudios administrativos para la implementación de las cabañas ecológicas.
- Brindar un servicio de calidad mediante un estudio de mercado, para dinamizar la oferta y la generación de fuentes de empleo.
- Crear un organigrama estructural para el buen funcionamiento de la hospedería.

3.2.2. Misión

Ofrecer servicios de hospedaje y restauración de muy buena calidad a nuestros clientes para impulsar el desarrollo turístico de la Parroquia Manglaralto.

3.2.3. Visión

Posicionarnos como empresa líder en el mercado turístico ecológico de la provincia entera, ofreciendo un servicio de alta calidad, eficiente y competitivo acompañado de un buen equipo humano profesional y con un equipamiento adecuada para garantizar la satisfacción deseada por nuestros turista.

3.2.4. Justificación e Importancia

La ejecución de la propuesta es buscar el desarrollo social y económico de cabecera parroquial de Manglaralto, enfocados a captar el sector turístico que desean disfrutar de un agradable descanso, combinando confort, acogedor estilo campestre o natural y gastronomía variada promoviendo el desarrollo turístico.

La ubicación de las Cabañas Ecológicas fue escogida por el gran realce que tiene el Cerro como un mirador turístico natural, además que es el punto estratégico de encuentro o para concentración en el caso que exista un fenómeno natural sin olvidar que está cercano con los principales centros turísticos de la Zona Norte, por sus encantadoras playas, productos marinos y preciosos lugares ecológicos aun no explotados que crean un lugar propicio para desarrollar este proyecto.

La idea de implementar las Cabañas Ecológicas, nació de la necesidad de ofrecerles a los turistas nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

Este proyecto en general causará un gran impacto a nivel económico y social en la cabecera parroquial, en el cantón Santa Elena y toda la provincia, ya que fomentará la inversión y plazas de empleo para sus habitantes además porque utilizará como estrategia principal la utilización de paneles solares como fuente alterno de electricidad y que será de ejemplo para otro tipo de empresas.

Actualmente la cabecera parroquial de Manglaralto, no cuenta con centros turísticos, por este motivo un proyecto del nivel que se desea desarrollar, es una excelente alternativa para los turistas que desean visitar la comuna y disfrutar de su vida natural y espiritual.

3.3. Estudio de Mercado

3.3.1. Definición y cuantificación de los segmentos del mercado

Identifica el proceso de la prestación del servicio que consiste en dividir el mercado total, tiene cuatro indicadores como son:

- **Segmentación Geográfica:** Está conformada por: País Ecuador, región sierra y región costa, que son los que más visitan la provincia de Santa Elena todos los días del año.
- **Segmentación Demográfica:** Estará dirigido a hombres y mujeres a partir de los 25 años en adelante, el ingreso de \$ 500.
- **Segmentación Psicográfica:** Para personas que buscan un lugar tranquilo y de relax para descansar en sus noches de descanso para salir de la rutina de la zona urbana y disfrutar de un ambiente agradable.
- **Segmentación por Comportamiento:** Depende del comportamiento del huésped o cliente, para saber cómo ayudarlo a cumplir con su necesidad.

3.3.2. Herramienta FODA

Durante las visitas a la cabecera de la Parroquia Manglaralto, en las varias reuniones con la presidenta del Gad Parroquial, con sus diferentes vocales y la observación, se elaboró un cuadro para determinar las Fortalezas, las Oportunidades, las Debilidades y las Amenazas del entorno.

F	O	D	A
<ul style="list-style-type: none">•Lugar de seguridad, tranquilidad y relax las 24 horas del día.•Vías de acceso en excelente estado.•Playa muy extensa y tranquila.•Institución de servicio de seguridad y salud cercana.•Servicios básicos (Agua Potable, Energía, telefonía convencional)•GAD Parroquial•Cultura y tradiciones de la comunidad.•Excelente recepción telefónica, de internet y celular.•Población amable, educada y cultura de servicio.•Recorridos de senderos.•Turismo de aventura y ecológico.	<ul style="list-style-type: none">•Comunidades muy cercanas.•Atractivos turísticos cerca de la comunidad•Inversionista por parte del GAD Parroquial, GAD Municipal, Prefectura, Gobernación.•Inversión por ONG nacionales e internacionales.•Apoyo de instituciones públicas y ministerios•Plaza de trabajo.•Capacitaciones a la comunidad.•Mejora la publicidad turística de la comunidad.•Reconocimiento como nuevo destino turístico.	<ul style="list-style-type: none">•Falta de turistificación de los atractivos potenciales.•Falta de promoción.•No existe hospedaje de precios módicos.•Despreocupación por el desarrollo turístico por parte de la localidad y el Gad parroquial•Falta de promoción turística e imagen corporativa.•Descuido de los recursos naturales.•Descuido de parte del Gad municipal y el Mintur.	<ul style="list-style-type: none">•Tala indiscriminada de la flora.•Cambios climáticos•Peleas por tierras comunales o ancestrales.•Competencia de otras comunidades cercanas•Contaminación ambiental•Inestabilidad política, económica y legal.•Nacimiento del vandalismo.

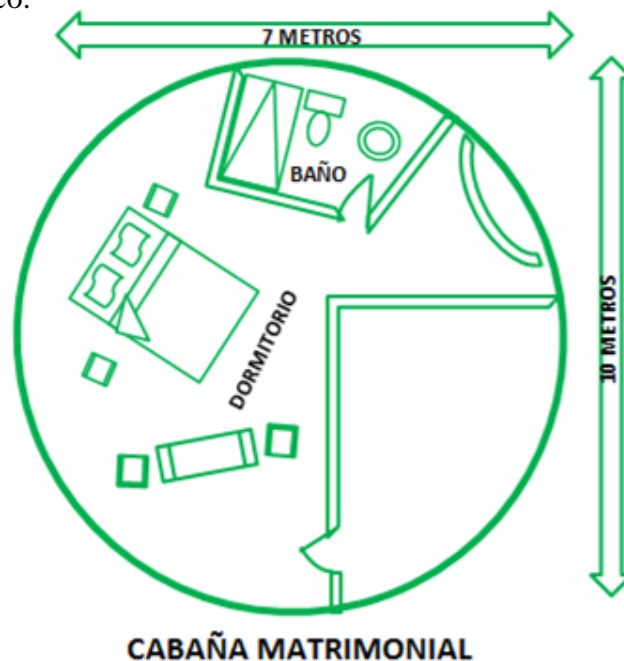
3.3.3. Producto

De acuerdo al estudio de mercado se han determinado los tipos de cabañas y comidas durante el horizonte de evaluación del proyecto, detalladas a continuación:

Las cabañas ecológicas ofrecerán confort, buen gusto, descanso, relajación, contacto con la naturaleza y convivencia familiar junto a una cultura diferente. Contaremos con dos tipos de cabañas: matrimoniales y familiares. En cuanto a las instalaciones físicas de las cabañas ecológicas ofreceremos 12 cabañas al inicio del proyecto distribuidas de la siguiente manera: 7 cabañas familiares y 5 cabañas matrimoniales, que se irán incrementando en el futuro dependiendo de la demanda potencial.

Cabaña Matrimonial

Tendrá una longitud de 10mx7m e implementada con un panel solar que contribuye con la conservación del ambiente y que es utilizado como energía alterna y equipada con baño privado con inodoro blanco con pedestal, ducha eléctrica metálica (automática), espejo para baño, mesa plástica (toallas, papel higiénico, shampoo, jabón), televisor LCD, DVD, Mp3, ingreso USB + Cable HDMI, extintor, cama de 2 plazas, 1 colchón ortopédico de 2 plazas (sábanas y sobrecama), velador con estilo y calidad, armario y guardarropa, lámpara artesanal, mesa de centro de madera, ventilador 18 gira 360 grados, cuadro decorativo, consola rústica de concha, sofás rústicos y techado de cade para un ambiente más fresco.



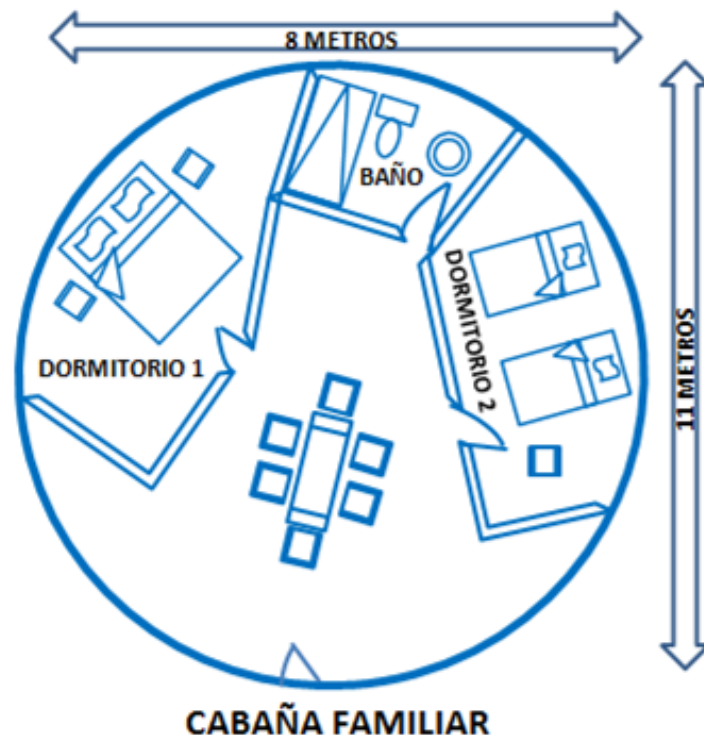
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cabaña Familiar

Tendrá una longitud de 11mx8m e implementado con un panel solar que contribuye con la conservación del ambiente y que es utilizado como energía alterna y equipada con baño privado con inodoro blanco con pedestal, ducha eléctrica metálica (automática), espejo para baño, mesa plástica (toallas, papel higiénico, shampoo, jabón), televisor LCD, DVD, Mp3, ingreso USB + Cable HDMI, extintor, dividida en 2 dormitorios donde:

Dormitorio 1; tiene una cama de 2 plazas con 1 colchón ortopédico de 2 plazas (sábanas y sobrecama), velador con estilo y calidad, armario y guardarropa, lámpara artesanal, mesa de centro de madera, ventilador 18 gira 360 grados.

Dormitorio 2; tiene 2 camas de plaza 1 ½ con 2 colchones ortopédicos de plaza 1 ½ (sábanas y sobrecama), velador con estilo y calidad, armario y guardarropa, lámpara artesanal, mesa de centro de madera, ventilador 18 gira 360 grados, cuadro decorativo, consola rústica de concha, sofás rústicos y techado de cade para un ambiente más fresco.



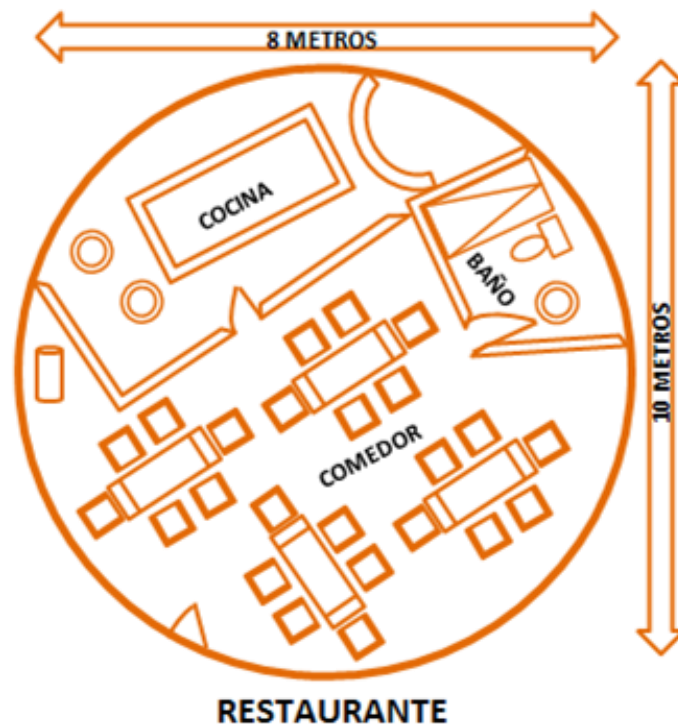
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cabaña Restaurante

Tendrá una longitud de 10mx8m que se complementa con un panel solar que contribuye con la conservación del ambiente y que es utilizado como energía alterna y equipada con baño privado con inodoro blanco con pedestal, espejo para baño, (toallas, papel higiénico, jabón), televisor LCD, DVD, Mp3, ingreso USB + Cable HDMI, extintor, ventilador 18 gira 360 grados, cuadro decorativo, consola rústica de concha, cocina con trampa de grasa y succionador de vapor techado de cade para un ambiente más fresco y equipada para atender a 24 personas para ofrecer un menú de seleccionados platos a la carta:

- Ceviche Mixto (Pescado, camarón, concha, pulpo, chifles)
- Filete de pescado apanado (Realizado con productos de la zona con patacones, porción de arroz y ensalada).
- Camarones en salsa blanca (Camarones, porción de arroz).
- Arroz Marinero (Realizado con Camarón, concha, cangrejo, pulpo).

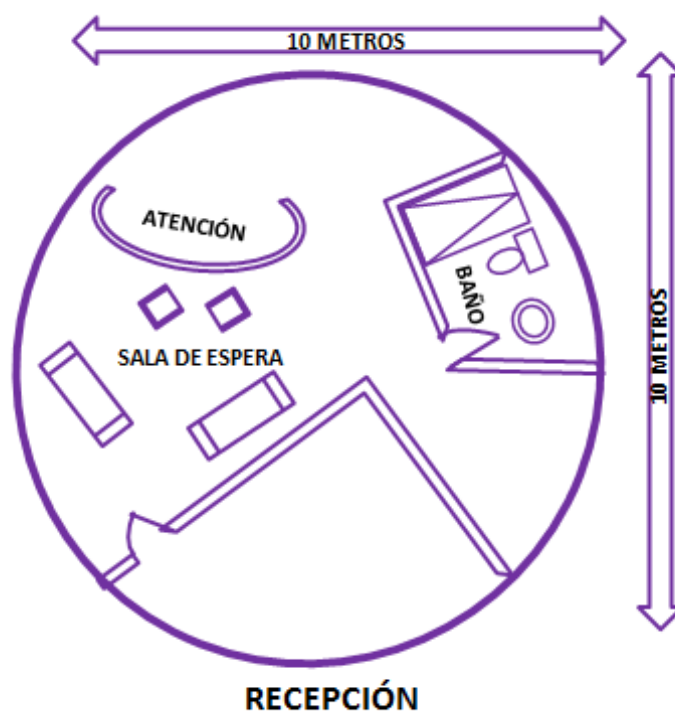
Todos los platos son realizados con productos frescos y de calidad.



Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cabaña Recepción

Tendrá una longitud de 10m² que se complementa con un panel solar que contribuye con la conservación del ambiente y que es utilizado como energía alterna y equipada con baño privado con inodoro blanco con pedestal, espejo para baño, mesa plástica (toallas, papel higiénico, jabón), televisor LCD, DVD, Mp3, ingreso USB + Cable HDMI, extintor, ventilador 18 gira 360 grados, cuadro decorativo, consola rústica de concha, 2 sofá en la sala de espera con materiales informativos de la provincia y techado de cade para un ambiente más fresco.



Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.3.4. Mercado

En este estudio se toma en cuenta la demanda del servicio de alojamiento en la cabecera parroquial de Manglaralto, en función a las exigencias de los turistas que lo visitan, destacando principalmente porque el desplazamiento de los turistas a nuestra provincia es muy alto y en especial en nuestro cantón. Para efectos de estudio se analizará la demanda tomando en consideración los siguientes factores:

➤ **Social:** El nivel socio económico de los entrevistados es medio alto, siendo profesionales o estudiantes que son los principales mercados que llegan a la zona norte donde está ubicado la cabecera parroquial. Empresario, Universitarios, comerciantes, amas de casa, pintores, empleados públicos, cantantes, etc., representan un segmento importante para efectos de este estudio, sin olvidar el segmento de mercado de los jubilados o adultos mayores.

➤ **Geográfico:** Según las encuestas realizadas en la cabecera parroquial de Manglaralto se pudo determinar que la mayor parte de los turistas que visitan la zona son de las diferentes provincias del país, principalmente procedentes de las ciudades de la sierra; respecto al turismo internacional el principal emisor corresponde a los Estados Unidos, seguido de Colombia y Perú, en un menor porcentaje turistas de procedencia europea entre otros.

➤ **Demográfico:** La edad de los turistas que asisten a la cabecera parroquial de Manglaralto, contrario a la percepción establecida de son los adultos el mercado más interesado por este tipo de turismo, se determinó mediante las encuestas realizadas que la edad comprendida va desde los 20 hasta los 60 años, con respecto al sexo de la mayoría de los turistas que se interesan por la salud, son hombres.

3.3.5. Análisis Situacional a través de las Fuerzas Competitivas del Mercado

3.3.5.1 Cliente

Actualmente los turistas nacionales e internacionales que visitan el cantón Santa Elena se dirigen específicamente a la zona norte, no solo por el turismo de sol y playa sino por el turismo ecológico, espiritual y deportivo que día a día se transforma en unos de los atractivos predilectos dentro de la localidad por su riqueza endémico de la cordillera Chongon Colonche, atrayendo al turista

aventurero y científico que le gusta convivir en el entorno natural y así se convierten en los clientes potenciales de las Cabañas Ecológicas.

Las encuestas realizadas a los turistas que llegan a la zona norte del cantón Santa Elena, permitieron determinar que un gran porcentaje se hospedaría en las instalaciones de las cabañas con este concepto ecológico que está siendo promocionada en todos los niveles, además de las comodidades y el servicio con las características del nuevo producto, sin olvidar de la energía alterna que tendrán por la implementación de paneles solares en cada cabaña.

3.3.6. Análisis de la Competencia Actual y Potencial

3.3.6.1 Competencia Directa

Una competencia directa es aquella que oferta servicios similares en el mercado, en el caso de la cabecera parroquial de Manglaralto existe competencia en relación a la actividad de alojamiento pero con servicio y capacidad limitada.

3.3.6.2 Competencia Indirecta

Las Cabañas Ecológicas se introducirá en el sector hotelero de la cabecera parroquial de Manglaralto, con una competencia indirecta con los hoteles y hostales existentes y que manejan valores altos en comparación con los costos de las habitaciones de las Cabañas Ecológicas, los cuales serán cómodos y económicos, estos hoteles y hostales están registrados en el Mintur con la razón social siguiente:

Cuadro No 18 Competencia Indirecta

#	Razón Social	Tipo	Categoría
1	Kamala	Hostería	Segunda
2	Manglaralto	Hostal	Segunda
3	Arandu	Hostería	Segunda
4	La Buena Vista	Pensión	Tercera
5	Sun Set	Hostal	Segunda
6	D' Mercy	Hostal	Segunda
7	Los Tulipanes	Hostal	Segunda
8	Tagua Lodge	Hostal	Segunda
9	Los Cactus	Hostal	Segunda
10	Tagualodge Guest House	Hostal	Segunda

Fuente: Datos obtenidos en Ematurismo Ep.

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.3.6.3 Proveedores.

Dentro de un proyecto, es inevitable contar con empresas que provean los materiales e insumos de excelente calidad y estado a precios beneficiosos a los intereses de la empresa, de modo que en el caso de las cabañas, éstas se encuentren siempre limpias y acogedoras para que puedan ser del agrado de los clientes cumpliendo sus necesidades.

El bajo poder de negociación con los diferentes proveedores, debido a que existe una gama de ofertantes de los mismos productos o insumos, y que tengan la opción de promociones y bajos costos para beneficio de los intereses de las Cabañas Ecológicas serán seleccionados. En función de esto serán los siguientes:

- Comisriato Jr. (Ballenita)
- SuperMaxi (Salinas)
- Gran Akí (La Libertad)
- Hipermarket - Paseo Shopping (La Libertad)
- Tía “Tiendas Industriales Asociados” (Santa Elena - La Libertad)

3.3.6.4 Sustitutos

En el sector turístico existe un amplio grupo de servicios de alojamiento turístico de lujo, convirtiéndolo en un mercado altamente segmentado. Se conoce que existe una clasificación de establecimientos de alojamiento por categorías y estrellas, los sustitutos directos de la Cabañas se encuentran en la clasificación de hostales y Lodge (Suplemento del Registro Oficial 465, 2015). Tomando en cuenta esta información, se puede inferir que la amenaza de sustitutos mantiene una fuerte presencia en este mercado, por lo que es importante recalcar las ventajas competitivas que pueden ofrecer las cabañas y el cumplimiento de los servicios ofrecidos a los huéspedes. La oferta de productos sustitutos de las cabañas, como estaba expuesto en el análisis, se limitaría al alquiler de cabañas y a los costos similares que establecen las cabañas. Pero ya estaba demostrado que su

existencia no pone en serio peligro al sector hotelero debido a la alta ocupación de dichas zonas turísticas y a los altos costos que manejan.

3.3.6.5 Valoración de la Demanda.

La edad de las personas que asisten a las instalaciones de la cabecera parroquial de Manglaralto va desde los 20 años en adelante, de esta población se toma un 60% que sería la demanda objetiva. Además mediante las encuestas realizadas se determinó que las personas que más concurren a la zona oscilan entre 20 y 40 años de edad, sin embargo no se debe olvidar adultos mayores son los de mayor estacionalidad.

3.3.7. Análisis Situacional

3.3.7.1 Análisis Interno

Mediante un reconocimiento de la cabecera parroquial de Manglaralto se pudo determinar que las vías de acceso está en excelente estado para transitar en vehículos o a pie y que está bien adecuado con los servicios básicos; en el área o el espacio físico para la construcción de las cabañas se están mejorando la accesibilidad al momento de subir el cerro y gracias a estas iniciativas se pretende captar una gran afluencia de turistas para beneficio de las cabañas.

3.3.7.2 Análisis Externo

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gad Parroquial de Manglaralto proporcionado por la presidenta Sra. Marina Vera García; indica que dentro de la infraestructura hotelera no todos los establecimientos de hospedajes registrados en el Mintur, brindan sus servicios a los turistas internacionales sino que son reservados para sus familiares nacionales y de ahí solo unos cuatros establecimientos existentes cumplen con sus funciones, sin embargo muchos de los turistas que realizan sus visitas a la comunidad solo se van alojarse y se van a otras comunas porque no llenan sus expectativas.

Mediante la creación de las cabañas ecológicas se abrirán nuevas fuentes de empleo para mejorar la economía de la comuna. Otro factor serán los cambios climatológicos que afectarían en la disminución de turistas en la comunidad.

3.3.8. Definición y Cuantificación del Mercado

Mediante el estudio realizado se determinó que el mercado al que está dirigido el servicio de hospedaje de Cabañas Ecológicas, principalmente es aquel que está conformado por personas de entre 26 a 60 años, sin embargo un 20% que corresponde a mayores de 40 años entre eso adultos mayores; personas que realizan turismo ecológico, espiritual y deportivo es el mercado meta, siendo ellos un grupo que necesita atención especializada y las facilidades al momento de trasladarse.

Además se debe considerar el nivel económico de los turistas que en este caso es medio-alto, lo que hace atractivo este proyecto por la rentabilidad que representa para los intereses de las cabañas.

3.3.9. Estrategia de Mercadeo o Marketing

La aplicación de estrategias de marketing se obtienen mediante un gran análisis para llegar a un mismo fin, y para llegar a esto en la propuesta de Cabañas Ecológicas se destacan las 4P:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

La utilización adecuada de estas estrategias son indispensables para el fortalecimiento del proyecto, tornándolo atractivo sostenible y se posicionará en la mente del consumidor.

3.3.10. Servicio

3.3.11. Principios y Valores

- **Compromiso.-** Tenemos como prioridad satisfacer las necesidades de los visitantes además el compromiso con el medio ambiente.
- **Comunicación.-** Información oportuna de los servicios que ofrece la empresa.
- **Creatividad.-** Un equipo de trabajo proactivo que busca la innovación de la empresa generando ideas que logren satisfacer las necesidades del mercado.
- **Lealtad.-** Velamos por el buen nombre de la empresa.
- **Trabajo en equipo.-** Apoyo mutuo ante situaciones apremiantes que requieran el respaldo del equipo de trabajo.

3.3.12. Naturaleza del Proyecto

3.3.12.1 Descripción de la Empresa

La empresa de Cabañas Ecológicas ofrece a los visitantes de la cabecera parroquial de Manglaralto el servicio de hospedaje y de restauración con comidas típicas por medio de cabañas construidas con materiales de la zona.

La empresa tiene las siguientes características:

- Cabañas con todas las comodidades que necesita el cliente.
- Servicio de Restaurant.
- Servicio de Parqueo.

3.3.12.2 Slogan y Logotipo

Se creará y registrará la marca “ECOCABAÑAS MANGLARALTO” para dar identidad a las cabañas y será identificada con un logo y slogan que se presenta a continuación:



3.3.13. Precio

Recordando los resultados de las encuesta el valor promedio de \$50 seguido de un valor entre los \$40 y el más bajo es de \$ 20 dólares, se debe establecer como estrategia de precio para las cabañas ecológica empezar con el valor menor dependiendo de las habitaciones e incluyendo el servicio adicional de restauración, que se ofrecerá en el establecimiento, para lograr tener una gran acogida desde el primer día de funcionamiento o atención.

Para efectos de determinación de precios se utilizó la técnica de la contribución marginal haciendo un análisis exhaustivo en la identificación de sus costos fijos y variables. Dentro de la propuesta se espera brindar dos tipos de servicios:

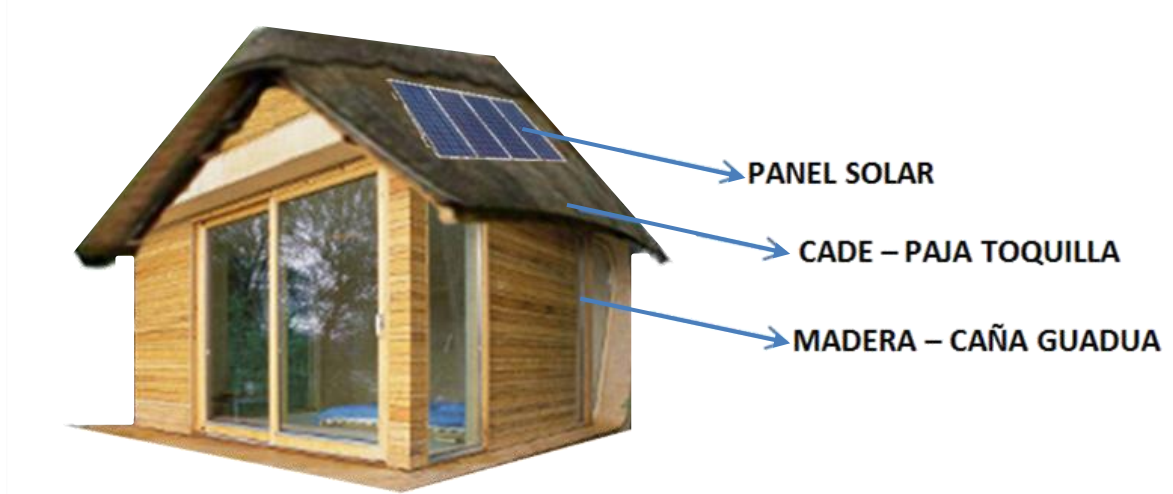
- Cabañas Matrimoniales tienen un valor de 20 dólares por persona con un costo total de 40 dólares por Cabaña.

- Cabañas Familiares tienen un valor de 15 dólares por persona con un costo total de 90 dólares por Cabaña.

3.3.14. Plaza

La ubicación de las Cabañas Ecológicas será una variable vital para el Cerro Manglaralto, que forma parte de la cabecera parroquial de Manglaralto y está ubicado en la vía de la Ruta Spondylus, y que actualmente es muy reconocido como el punto de encuentro para un fenómeno climático sin olvidar que es un mirador turístico natural donde se puede apreciar todo el perfil costanero de la comuna y su manto ecológico de la cordillera Chongon Colonche.

El factor de gran importancia es el aspecto frontal de las cabañas o estética, puesto que la primera impresión es lo que vende antes de ingresar al hospedaje y el cual determina el grado de comodidad y pulcritud en el servicio que se recibirá, factor que establecerá el futuro del establecimiento.



Elaborado: Sergio Jazmany Suárez González

Se realizará la venta de los servicios por medio de los siguientes canales de distribución:

- Redes Sociales.
- Internet.
- Oficinas o Empresas de Información Turística.
- Instalaciones de la Cabañas.
- Gad Municipales y Parroquiales.

3.3.15. Promoción.

Es una herramienta para informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos a través de incentivos especiales al realizar las ventas, estas pueden ser:

- Descuentos porcentuales en el precio en temporada baja o por cantidad.
- Promociones especiales para grupos u eventos.
- Paquetes promocionales para uso de los recursos y hospedaje.

Se realizará la elaboración de suvenires para obsequiar a los visitantes con las artesanías propias de la localidad, impregnando la marca y el contacto para que tengan en su mente el servicio a ofrecer, a más de esto adornar las instalaciones con artesanías llamativas para que cree y se posicione la marca dentro de la mente de toda persona que entre al establecimiento.

3.3.16. Publicidad.

Es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance comercial cuyo objetivo es incrementar el consumo de un producto o servicio, es de mucha importancia para dar a conocer un producto nuevo e innovador para posicionarse en la mente del consumidor y en el mercado y para que se dé esto se utilizará:

Página Web: Informará, promocionará y servirá como publicidad a los turistas o futuros clientes todas las características y bondades del servicio, la página web

de las cabañas ecológicas proporcionará información de: ubicación, horarios, servicios, precio, portada, reservaciones, contactos, correo electrónico, acceso directos a redes sociales, logo, videos y fotos de la empresa y temas relacionados con las cabañas ecológicas.



Facebook (Red Social): Actualmente es una herramienta tecnológica más usada para promocionar los productos debido a que su alcance no tiene límites, el éxito de este medio radica en el hecho de que no solo el grupo de amigos, entidades publica y privadas de la cuenta Cabañas Ecológicas pueden verlo, convirtiéndose en un efecto multiplicador de gran magnitud y el precio a pagar es realmente bajo.



Radio y Televisión: Aunque la tecnología avance día a día, estos medios nunca dejaron de ser un gran potencial de promoción; por lo cual se realizarán cuñas radiales a través de radio más sintonizada “Radio Amor” y televisión local como “Espol TV y Brisa TV”, donde se dará a conocer todo lo que respecta Cabañas Ecológicas



Prensa Escrita: La prensa escrita tiene un gran alcance a nivel nacional, uno de estos medios es el diario “Super” que siendo un diario popular tiene un gran alcance para toda clase social y más en su ciudad de creación que es Guayaquil.



Banners: Una publicidad de fácil traslado que nos permitirá realizar promociones en cualquier lugar que estemos, y a la vez se dejara unos fijos que estarán ubicado en lugares estratégicos de gran visibilidad para toda clase de turista.

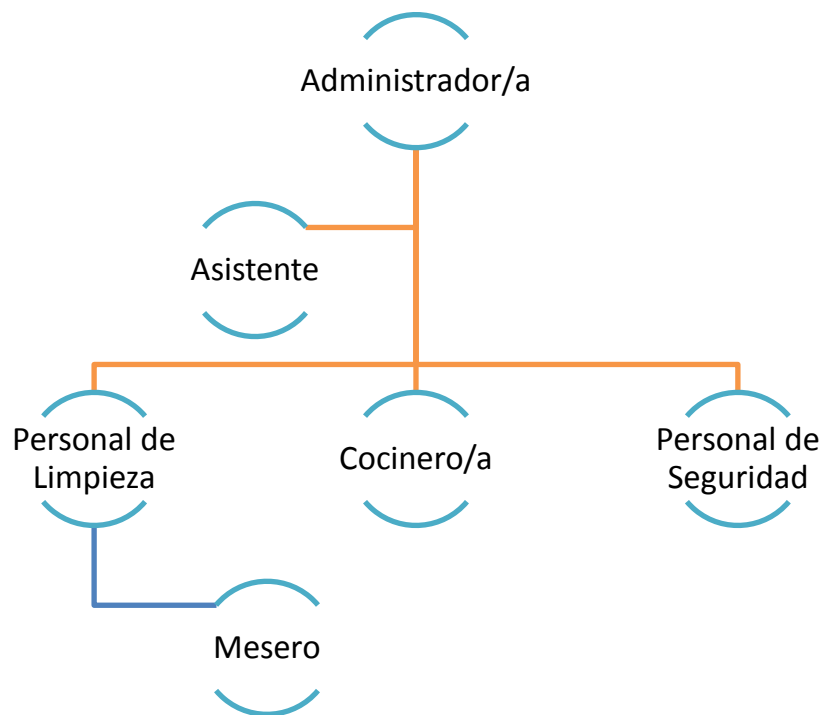


3.4. Estudio Administrativo

3.4.1. Organigrama

El detalle del organigrama de la empresa “CABAÑAS ECOLÓGICAS “MANGLARALTO” facilitará la visualización jerárquica de la organización y por consiguiente los puestos de trabajo que se generarán:

Gráfico No 45 Organigrama propuesto



Fuente: Datos obtenidos del proyecto
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.4.2. Funciones y Perfiles de los Puestos

De acuerdo al organigrama a continuación se establecen los perfiles y funciones que se necesitan para formar el equipo de trabajo de la empresa “CABAÑAS ECOLÓGICAS MANGLARALTO”:

Administrador/a

- Deberá ser un profesional en el área del turismo y/o de la hotelería titulado por una institución de tercer nivel. Con previa experiencia en administración de establecimientos hoteleros y turísticos.
- Deberá poseer liderazgo, dominio total del idioma inglés y de preferencia en otro idioma.
- Conocimientos técnicos de primeros auxilios.
- Conocimientos de utilitarios básicos (Word, Excel, Access, Paint, etc.) y manejar las redes sociales.
- Presentará informes mensuales a la Junta Parroquial.
- Planifica, organiza, dirige y controla las operaciones y el funcionamiento del establecimiento.
- Conoce los requerimientos y las necesidades del turista para realizar cambios y mejoras en el establecimiento.
- Controla y supervisa las auditorías.
- Aplicar procedimientos y normas de calidad para mejorar el servicio.
- Elaborará presupuestos y pronósticos de ventas.
- Seleccionar y contratar al personal necesario.
- Crear relaciones comerciales con agencias de viajes así como operadores de excursiones.
- Planificar estrategias de publicidad y marketing.

Asistente Administrativo

Deberá ser un profesional con un mínimo de experiencia de 1 año en atención al cliente, responsable de supervisar, coordinar y controlar las actividades de empleados de oficinas y apoyo administrativo y tener conocimientos técnicos de primeros auxilios.

También implementa procedimientos administrativos, establece prioridades de trabajo y coordina actividades de adquisición de servicios administrativos como espacio, suministros y servicios de seguridad. Realizan diversas funciones de apoyo administrativo a empleados, profesionales o personal administrativo.

Acciones a Realizar

- Coordinar y velar por los procesos administrativos en la oficina, revisar, evaluar e implementar nuevos procedimientos.
- Establecer prioridades de trabajo, delegar trabajo en personal de apoyo y garantizar que los plazos y trámites se cumplan.
- Planear y coordinar servicios para la oficina, como distribución de espacios, equipos, suministros, disposición de bienes, parqueaderos y servicio de mantenimiento y seguridad.
- Mantener archivos de control de presupuesto de inventario.
- Revisar documentos y contactar aspirantes para entrevistas
- Ayudar en la coordinación de los procesos administrativos, como presentación de presupuestos, administración de contratos y preparar programaciones de trabajo.

Personal de Limpieza

Personal designado para realizar varias tareas de limpieza y así garantizar la higiene de la instalación. Estas tareas incluyen, pero no se limitan a: trapear, aspirar, restregar, barrer, quitar el polvo, pulir y dar brillo. Entre los lugares que se espera que el empleado limpie podemos mencionar: baños de los huéspedes y del personal, habitaciones de los huéspedes, pasillos, pisos, paredes, accesorios de iluminación y rejillas de ventilación, áreas comunes y oficinas.

La responsabilidad del personal de limpieza está en la obligación a recibir órdenes del personal administrativo y del cliente para asignarle funciones tales como:

Acciones a Realizar

- Barrer, trapear y abrilar los pisos.
- Quitar el polvo de las cabañas (muebles, marcos de las camas, alféizares de las ventanas, etc.).
- Vaciar y limpiar los botes de basura.
- Limpiar los lavabos, los inodoros, las barras de sujeción, los pisos y las paredes.
- Limpiar los espejos y las ventanas.
- Quitar el polvo periódicamente del techo, las rejillas de ventilación, las luces y otras áreas altas.
- Se requiere que mueva los muebles para asegurar la limpieza.
- Se requiere que voltee los colchones de las camas y que limpie los colchones y las camas de acuerdo a la programación establecida.
- Ser responsable de limpiar las oficinas administrativas.
- Se requiere que limpie las áreas del comedor después de las comidas y los eventos especiales.
- Se requiere que limpie las áreas comunes, las salas de descanso de los empleados, los baños para visitantes y los pasillos, incluidas las barandillas.

Personal de Seguridad

Un vigilante o guardia de seguridad es la persona encargada de proteger la integridad física de las personas y los bienes materiales de la empresa o lugar donde trabaja.

Acciones a Realizar

- Debe tener conocimientos técnicos de primeros auxilios
- Debe ser capaz de tomar decisiones de acuerdo a sus funciones.
- Debe tener capacidad para persuadir y evitar problemas.
- Debe demostrar serenidad en situaciones de riesgo.
- Debe siempre demostrar preocupación por la seguridad.
- Debe tener capacidad de observar y criticar la realidad.
- Debe ser analítico en sus actuaciones.
- Debe valorar y respetar la dignidad de las personas.
- Debe ser capaz de aplicar técnicas de primeros auxilios.
- Debe identificar y formular problemas.
- Debe establecer y mantener buenas relaciones con el público.
- Debe demostrar destreza en el uso y manipulación de armas de fuego.
- Debe tener conocimientos de las leyes asociadas a su función.
- Debe saber qué procedimientos desarrollar en cada caso.

Meseros

Excelente presentación personal, estudios medios, dominar el inglés, buenos modales, conocimientos en atención al cliente y calidad de servicio y Conocimientos técnicos de primeros auxilios

Acciones a Realizar

- Supervisará la limpieza del local así como del menaje del local.
- Recibirá los pedidos de los clientes.
- Realizará la entrega de los platillos a los clientes.
- Limpieza de mesas y cambio de manteles.

3.5. Estudio Ambiental

Para la implementación de Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto, se realizó un estudio de factibilidad ambiental, para evaluar el impacto que pudieran causar la implementación de esta nueva estructura en el cerro de Manglaralto, que lograrán un mayor desarrollo de las actividades turísticas, llegando a las conclusiones que se mencionan a continuación:

- Tipo de Suelo: arenoso, semi-duro, fértil.
- Aire: no existen fuentes contaminantes que lo alteren.
- Flora: arbustos, matorrales, vegetación común del sector.
- Fauna: micro fauna.

Cabañas Ecológicas serán construidas con materiales amigables a la naturaleza, por esto están diseñadas con madera, caña y cade por lo tanto son materiales amigables con el ambiente por lo que no causaran daño a la flora y fauna del sector, como se estableció en el estudio.

En las entrevista realizada a la **Blga. Gladys Santos**, Directora de departamento de Gestión Ambiental Municipal del cantón Santa Elena no hizo una evaluación a la propuesta y determinó en un 42% que el impacto ambiental es positivo considerando los materiales que serán utilizados para su construcción y que aportarán a la conservación del entorno y del ambiente, mucho más por la utilización de paneles solares como energía alterna para el funcionamiento de los equipos y materiales eléctricos; el 29% considera que no sería negativo siempre y cuando se cumplan con los requerimientos técnicos correspondientes, otro 29% dice que el impacto ambiental depende del programa que tenga el ingeniero para su ejecución. Considerando que el producto turístico debe ser sustentable en el tiempo, se deben adoptar medidas que van más allá de los materiales a utilizar para su construcción, sino en los servicios que preste, en este caso, los servicios deben ser ecológicos, tal es el caso se recomienda que los sanitarios que ahora ya son utilizados en las grandes ciudades para la conservación del ambiente.

3.6. Aspectos Tecnológicos del Proyecto

3.6.1. Ubicación del Proyecto

Macrolocalización.

La empresa estará ubicada en la provincia de Santa Elena en la parroquia Manglaralto, se determinó la ubicación en esta parroquia por la gran afluencia de turistas lo que crea una oportunidad para la implementación del proyecto, las cabañas ecológicas es una idea que no se ha llevado a efecto en la provincia lo que la hace una propuesta que genera expectativas.

Microlocalización.

Para identificar la ubicación exacta del negocio se utiliza el método cualitativo por puntos en el cual se identificaron aspectos para la toma de decisiones de ubicación como se detalla a continuación:

Cuadro No 19 Método Cualitativo por Puntos

FACTORES	PESO	MANGLARALTO		OLÓN		MONTAÑITA	
		Calif	Ponderación	Calif	Ponderación	Calif	Ponderación
Tranquilidad	0,3	9	2,7	8	2,4	2	0,6
Cercanía mercado	0,1	3	0,3	3	0,3	9	0,9
Clima	0,05	6	0,3	6	0,3	6	0,3
Mano de obra disponible	0,1	9	0,9	9	0,9	8	0,8
Vías de acceso en buen estado	0,05	4	0,2	6	0,3	9	0,45
Servicios básicos	0,2	6	1,2	6	1,2	9	1,8
Disponibilidad de terrenos	0,2	8	1,6	6	1,2	6	1,2
Total	1		7,2		6,6		6,05

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.6.2. Infraestructura, Equipo y Maquinaria

Para poner en funcionamiento el negocio se necesita una inversión inicial que la integran aquellos bienes que se necesitan para producir otros bienes tales como:

maquinarias, adquisición de equipos, y otros equipos. Todos los equipos y maquinarias que se han incluido cumplen con normas de calidad.

Cuadro No 20 Maquinarias y Equipo

EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL
TV 29	12	350,00	4.200,00	10
Congelador 2 compartimientos	5	900,00	4.500,00	10
Paneles solares	12	555,00	6.660,00	10
Cocina industrial 3 hornillas	2	120,00	240,00	10
Dispensador de agua	2	40,00	80,00	10
Cilindro de gas	2	30,00	60,00	10
Ollas industriales	5	30,00	150,00	10
TOTAL DE EQUIPOS	40		15890,00	
ENSERES Y MOBILIARIO				
Vajilla (12 piezas)	10	25,00	250,00	3
Juego 6 vasos de vidrio con jarra	25	15,00	375,00	3
Juego de 20 piezas de Cubiertos y cucharas	25	10,00	250,00	3
Olla arrocera	2	47,00	94,00	3
Sillas plásticas	140	6,00	840,00	3
Sillas Ejecutivas	3	40,00	120,00	3
Ventilador con lámpara	12	50,00	600,00	3
Escritorios	1	200,00	200,00	3
Camas de 2pl	12	100,00	1200,00	3
Colchón de 2pl	12	180,00	2160,00	3
Camas de 1 1/2pl	10	75,00	750,00	3
Colchón de 1 1/2pl	10	100,00	1000,00	3
Velador	12	50,00	600,00	10
Armario	12	300,00	3600,00	10
Mesas	6	30,00	180,00	3
Poma de agua grande para dispensador	2	5,00	10,00	3
Licuada	2	85,00	170,00	3
Tostadora	2	20,00	40,00	3
Sartenes	2	10,00	20,00	3
TOTAL DE ENSERES Y MOBILIARIO	300		12459,00	
EQUIPOS DE OFICINA				
Caja registradora	2	120,00	240,00	5
TOTAL DE OFICINA	2		240,00	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Teléfono Convencional	14	20,00	280,00	3
Computadora	2	800,00	1.600,00	3
TOTAL DE COMPUTACIÓN			1880,00	
TOTAL			30.469,00	

Fuente: Datos obtenidos del proyecto
 Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Como horizonte de planeación para el proyecto se toma 5 años, y para el efecto de reinversión de bienes se detalla en el siguiente cuadro los que serán adquiridos luego de cumplida su vida útil

Cuadro No 21 Reinversiones

REINVERSIONES DE EQUIPOS, ENSERES Y MOVILIARIOS					
Años	1	2	3	4	5
Equipos De Cocina					
Enseres Y Mobiliario			\$ 204,90		
Equipos De Oficina					120,00
Equipo De Computación					260,00
Total Reinversión	-	-	204,90	-	380,00

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el cuadro siguiente se detalla el presupuesto que se necesita para construir las cabañas ecológicas a base de Caña Guadua y todo lo relacionado con obras físicas.

Cuadro No 22 Balance de Obras Físicas

Cant.	Rubro	Cantidad en m ²	Costo Unitario	Costo Total
1	Terreno (100 m x 25m)	2500	15,00	37500,00
7	Cabañas Familiares (11 metros de largo x 8 metros de ancho)	88	165,00	101640,00
5	Cabañas Matrimoniales (10 metros de largo x 7 metros de ancho)	70	160,00	56000,00
1	Recepción	20	200,00	4000,00
1	Restaurante (10 m x 8 m)	80	160,00	12800,00
1	Área de Entretenimiento	132	100,00	13200,00
1	Área de Camping	120	70,00	8400,00
1	Local (parqueadero)	60	45,00	2700,00
Costo Total para las EcoCabañas				\$ 236.240,00

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En lo que respecta al capital humano se requerirán las siguientes personas detallando los salarios que recibirán por el trabajo que efectuarán:

Cuadro No 23 Balance de Personal

Cargo	Und	Sueldo	Sueldo Total	Sueldo Anual	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal	Gastos Anuales	Total
Administrador	1	1500,00	1500,00	18000,00	1500,00	354,00	750,00	1500,00	2007,00	24111,00	6111,00
Asistente	3	800,00	2400,00	28800,00	2400,00	354,00	1200,00	2400,00	3211,20	38365,20	9565,20
Personal Seguridad	1	550,00	550,00	6600,00	550,00	354,00	275,00	550,00	735,90	9064,90	2464,90
Personal Limpieza	8	450,00	3600,00	43200,00	3600,00	354,00	1800,00	3600,00	4816,80	57370,80	14170,80
Meseros	4	400,00	1600,00	19200,00	1600,00	354,00	800,00	1600,00	2140,80	25694,80	6494,80
Total General			9650,00	115800,00	9650,00	1770,00	4825,00	9650,00	12911,70	154606,70	38806,70

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el siguiente cuadro se detallan los gastos en los que se incurrirán en la implementación del proyecto.

Cuadro No 24 Insumos Generales

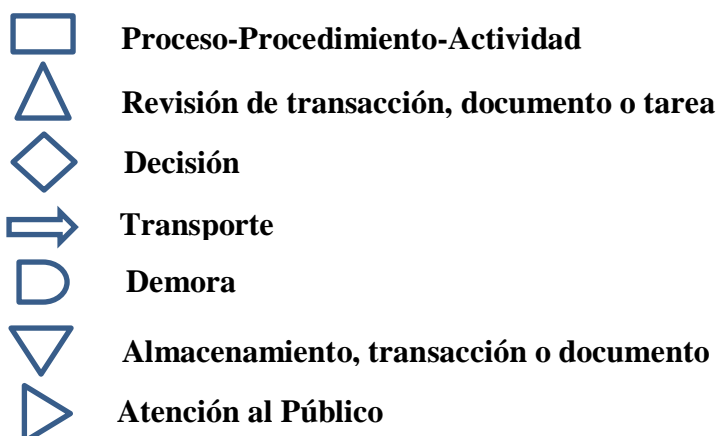
Gastos De Ventas	Gastos Mensual	VALOR TOTAL(anual)
Banner/Gigantografías		200,00
Publicidad Radio	2000,00	24000,00
Web (Dominio Anual)	200,00	200,00
Total Gastos De Venta		24400,00
Gastos De Servicios Básicos	Gasto Mensual	VALOR TOTAL(anual)
Agua	250,00	3000,00
Luz	300,00	3600,00
Internet	120,00	1440,00
Televisión Satelital	170,00	2040,00
Teléfono	55,00	660,00
Total Gastos De Servicios		10740,00

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

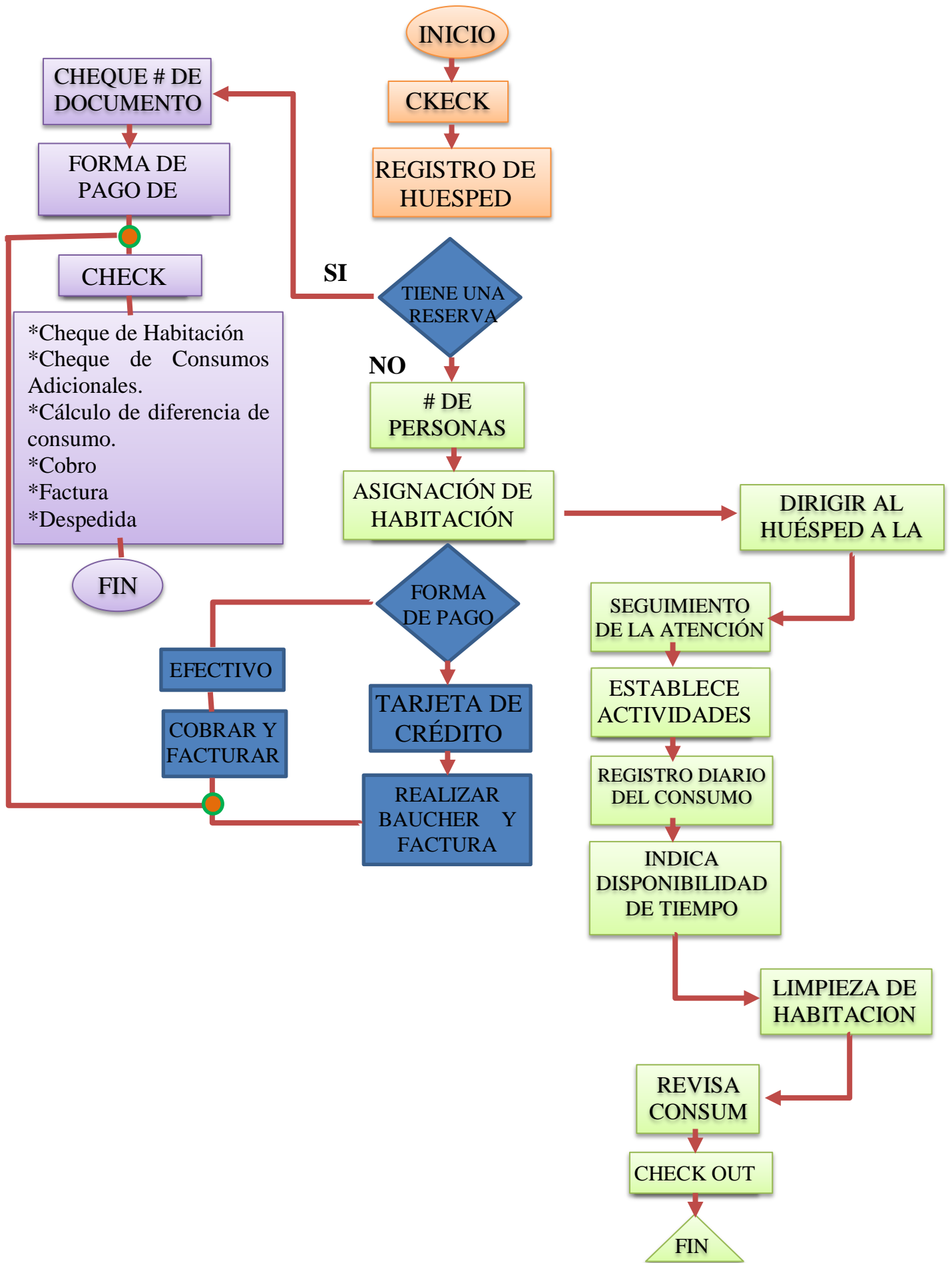
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.7. Diagrama de Flujo de Proceso

Es una técnica muy utilizada y útil que permite representar gráficamente las operaciones y estructuras que se van a realizar dentro de una entidad que oferte producto, servicio o combinación de ambos, por medio de la representación gráfica paso a paso de un proceso. Y su simbología es la siguiente:



Fuente: <http://es.slideshare.net/IvanVeraMontenegro/diagramas-de-flujo-especificaciones-y-diseo-de-procesos>



3.7.1. Supuestos:

Para determinar de la rentabilidad del proyecto, se tomaron en cuenta los siguientes supuestos:

3.7.2. Incremento de la demanda:

Se considera que para cada año existirá un crecimiento del 4% en la demanda hasta el año 5.

3.7.3. Crecimiento de los costos

En lo que respecta a la proyección de los costos se toma como supuesto un 3 %.

////

3.7.4. Tasa de descuento del VAN

En lo que respecta a la tasa de descuento del Valor Actual Neto, se tomó en cuenta la que utiliza la Corporación Financiera Nacional que es del 11%.

3.7.5. Estimación de la demanda

Para la estimación de la demanda se toma como referencia la temporada alta y la temporada baja, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro No 25 Estimación de la demanda de venta de ceviches/ platos

PRODUCTOS	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	DEMANDA ANUAL
CEVICHE MIXTO	188	171	193	48	21	16	70	64	16	21	21	21	795
FILETE DE PESCADO APANADO	160	171	183	46	34	17	86	91	11	11	17	40	760
CAMARONES EN SALSA BLANCA	107	102	7	94	2	18	5	255	7	22	1	36	690
ARROZ MARINERO	131	105	144	35	26	22	53	70	13	9	18	26	745

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 26 Ingresos por hospedaje

INGRESOS POR HOSPEDAJE			TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	
	NO PERSONAS	NO DE HABITACIONES	PRECIO POR DÍA X PERSONA	PRECIO TOTAL	PRECIO POR DÍA	PRECIO TOTAL
CABAÑA MATRIMONIAL	2	5	20,00	200,00	35,00	350,00
CABAÑA FAMILIAR	6	7	15,00	630,00	25,00	1050,00
TOTAL DÍA				830,00		1400,00

3.7.6. Presupuesto de Ventas.

El presupuesto de ventas es la representación de una estimación programada de las ventas. A continuación se presenta las ventas estimadas para el primer año.

Cuadro No 27 presupuesto de venta ceviches platos

INGRESOS	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
CEVICHE MIXTO	1312,50	1200,00	1350,00	337,50	150,00	112,50	487,50	450,00	112,50	150,00	150,00	150,00	5962,50
FILETE DE PESCADO APANADO	560,00	600,00	640,00	160,00	120,00	60,00	300,00	320,00	40,00	40,00	60,00	140,00	3040,00
CAMARONES EN SALSA BLANCA	747,50	715,00	780,00	357,50	195,00	130,00	422,50	487,50	130,00	97,50	162,50	260,00	4485,00
ARROZ MARINERO	1050,00	840,00	1155,00	280,00	210,00	175,00	420,00	560,00	105,00	70,00	140,00	210,00	5215,00
												ANUAL	187025,00

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 28 INGRESOS MENSUALES POR HOSPEDAJE

ENERO.	FEBRERO.	MARZO.	ABRIL.	MAYO.	JUNIO.	JULIO.	AGOSTO.	SEPTIEMBRE.	OCTUBRE.	NOVIEMBRE.	DICIEMBRE.	TOTAL.
23240	39200	39200	39200	23240	23240	39200	39200	23240	23240	23240	39200	374640

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.7.7. Presupuesto de Egresos

A continuación se detallan los costos de producción:

Cuadro No 29 Costo de producir platos (unidad) al por mayor CEVICHE MIXTO

COSTO DE UNA PORCIÓN	Valor Unit.
CEBOLLA	\$ 0,05
PIMIENTO	\$ 0,05
SAL	\$ 0,02
LIMÓN	\$ 0,05
ACEITE	\$ 0,02
SALSA TOMATE	\$ 0,02
PESCADO	\$ 0,38
CAMARÓN	\$ 0,50
CONCHA	\$ 1,00
PULPO	\$ 0,35
CHIFLE	\$ 0,35
AGUA	\$ 0,05
MOSTAZA	\$ 0,02
TOTAL	\$ 2,86

FILETE DE PESCADO APANADO

COSTO DE UNA PORCIÓN	Valor Unit.
PESCADO	\$ 0,75
HARINA	\$ 0,1
ACEITE	\$ 0,25
SAL	\$ 0,02
COMINO	\$ 0,03
TOMATE	\$ 0,05
CEBOLLA	\$ 0,05
PIMIENTO	\$ 0,05
LIMON	\$ 0,05
PORCION ARROZ	\$ 0,15
PATACONES	\$ 0,15
TOTAL	\$ 1,65

CAMARONES EN SALSA BLANCA

COSTO DE UNA PORCIÓN	Valor Unit.
CAMARONES	\$ 1,00
CREMA DE LECHE	\$ 0,75
COMINO	\$ 0,02
SAL	\$ 0,02
MANTEQUILLA	\$ 0,1
ARROZ	\$ 0,15
TOTAL	\$ 2,04

ARROZ MARINERO

COSTO DE UNA PORCIÓN	Valor Unit.
CAMARÓN	\$ 1,00
CONCHA	\$ 1,00
PULPO	\$ 0,35
CANGREJO	\$ 0,90
SALSA CHINA	\$ 0,03
ACHIOTE	\$ 0,03
CEBOLLA PERLA	\$ 0,15
TOMATE	\$ 0,05
ACEITE	\$ 0,02
SAL	\$ 0,02
ARROZ	\$ 0,15
PIMIENTO	\$ 0,05
YERBITA	\$ 0,01
TOTAL	\$ 3,76

DETALLE DE COSTOS DEL PRIMER AÑO.

PRODUCTOS	COSTOS DE PRODUCCION	TOTAL
CEVICHE MIXTO	\$ 2,86	\$ 2.273,70
FILETE DE PESCADO APANADO	\$ 1,65	\$ 5.016,00
CAMARONES EN SALSA BLANCA	\$ 2,04	\$ 1.407,60
ARROZ MARINERO	\$ 3,76	\$ 2.801,20
TOTAL		\$ 11498,50

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.7.8. Capital de Trabajo

Es importante calcular la inversión que se necesita para financiar los desfases de caja que puedan presentarse durante el desempeño del proyecto, este rubro corresponde al capital de trabajo. A continuación se detalla el cálculo del capital de trabajo:

Cuadro No 30 Capital de trabajo proyección Mensual

CAPITAL DE TRABAJO		
	Anual	Mensual
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 10.740,00	\$ 895,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 154.606,70	\$ 12.883,89
COSTOS DE ALIMENTOS	\$ 11.498,60	\$ 958,21
GASTOS DE VENTAS	\$ 24.400,00	\$ 2.033,33
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 20.755,86

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Se toma como referencia al capital de trabajo mensualmente. En este caso el capital de trabajo asciende a **20.755,86** dólares.

3.7.9. Valor de Desecho

Es el valor que no constituye ingresos pero debe estar incluido dentro del cálculo del flujo de caja de cualquier tipo de proyecto, es el valor de los activos al final del período de evaluación. Si el proyecto se visiona en un horizonte de 5 años, el socio capitalista o inversionista será propietario del flujo neto de caja anual y del remanente de lo invertido en el negocio.

Dentro del presente proyecto, el total del valor de desecho se calcula por el método contable que corresponde al valor de adquisición de cada activo menos la depreciación que tenga acumulada a la fecha de su cálculo.

Cuadro No 31 Valor de Desecho

ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPREC. ANUAL	AÑOS POR DEPRECIARSE	VALOR EN LIBRO
EQUIPOS	15890,00	10	1589,00	0	
ENSERES Y MOBILIARIO	12459,00	5	2491,80	0	0
EQUIPOS DE OFICINA	240,00	3	80,00	2	160
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.880,00	5	376,00	0	0
OBRAS FÍSICAS	198.740,00	20	9937,00	0	0
Depreciación Anual		14.473,80			

Fuente: Datos obtenidos del proyecto
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.7.10. Financiamiento.

A continuación se muestra el financiamiento por la respectiva tabla de amortización del proyecto.

Cuadro No 32 Inversiones

Propiedad planta y Equipo	\$ 266.709,00
Gastos de Constitución	\$ 1000,00
Capital de Trabajo/ capital de operación	\$ 20.755,86
Total Inversión Inicial	\$ 288.464,86

Capital Propio	\$ 86.539,46
Préstamo Bancario	\$ 201.925,40
Tasa de Interés (anual)	11%
Periodo (años)	5

Fuente: Datos obtenidos del proyecto
Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

En el cuadro se muestra la inversión inicial que necesita el proyecto, se estima que el capital propio es del 30% y la diferencia 70% será financiado con un préstamo a 5 años plazo y con el 11% de interés anual.

Cuadro No 33 Tabla De Amortización

AMORTIZACIÓN				
Período	Pago	Interés	Amortización	Capital Vivo
0				\$ 201.925,40
1	\$ 54.635,02	\$ 22.211,79	\$ 32.423,22	\$ 169.502,18
2	\$ 54.635,02	\$ 18.645,24	\$ 35.989,78	\$ 133.512,40
3	\$ 54.635,02	\$ 14.686,36	\$ 39.948,65	\$ 93.563,74
4	\$ 54.635,02	\$ 10.292,01	\$ 44.343,01	\$ 49.220,74
5	\$ 54.635,02	\$ 5.414,28	\$ 49.220,74	\$ 0,00

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.7.11. Flujo de Caja

Para establecer la rentabilidad del proyecto se debe de tomar como base el valor del flujo de caja calculado en este proyecto; se realizó una visión de evaluación a 5 años como se detalla a continuación:

Cuadro No 34 FLUJO DE EFECTIVO INVERSIONISTA

		1	2	3	4	5
INGRESOS						
INGRESOS POR HOSPEDAJE		\$ 374.640,00	\$ 389.625,60	\$ 405.210,62	\$ 421.419,05	\$ 438.275,81
INGRESOS POR ALIMENTACIÓN		\$ 18.702,50	\$ 19.450,60	\$ 20.228,62	\$ 21.037,77	\$ 21.879,28
TOTAL INGRESOS		\$ 393.342,50	\$ 409.076,20	\$ 425.439,25	\$ 442.456,82	\$ 460.155,09
GASTOS						
PUBLICIDAD		\$ 24.400,00	\$ 25.132,00	\$ 25.885,96	\$ 26.662,54	\$ 27.462,41
ADMINISTRATIVOS		\$ 155.040,70	\$ 159.691,92	\$ 164.482,68	\$ 169.417,16	\$ 174.499,67
SERVICIOS		\$ 10.740,00	\$ 11.062,20	\$ 11.394,07	\$ 11.735,89	\$ 12.087,96
VENTAS		\$ 21.498,50	\$ 22.143,46	\$ 22.807,76	\$ 23.491,99	\$ 24.196,75
GASTOS FINANCIEROS		\$ 22.211,79	\$ 18.645,24	\$ 14.686,36	\$ 10.292,01	\$ 5.414,28
DEPRECIACIÓN		\$ 16.348,80	\$ 16.348,80	\$ 16.348,80	\$ 16.348,80	\$ 16.348,80
TOTAL COSTOS		\$ 250.239,79	\$ 253.023,62	\$ 255.605,63	\$ 257.948,39	\$ 260.009,89
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 143.102,71	\$ 156.052,58	\$ 169.833,62	\$ 184.508,43	\$ 200.145,21
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 31.482,60	\$ 34.331,57	\$ 37.363,40	\$ 40.591,85	\$ 44.031,95
(-) 15% Participación Trabajadores		\$ 16.743,02	\$ 18.258,15	\$ 19.870,53	\$ 21.587,49	\$ 23.416,99
(=) UTILIDAD NETA		\$ 94.877,09	\$ 103.462,86	\$ 112.599,69	\$ 122.329,09	\$ 132.696,27
(+) Depreciación (de activos fijos)		\$ 16.348,80	\$ 16.348,80	\$ 16.348,80	\$ 16.348,80	\$ 16.348,80
(-) Inversión	(\$ 288.464,86)	-	-	160	-	380
(-)Amortización de deuda		\$ 32.423,22	\$ 35.989,78	\$ 39.948,65	\$ 44.343,01	\$ 49.220,74
(=)FLUJO NETO DE EFECTIVO	(\$ 288.464,86)	\$ 78.802,67	\$ 83.821,88	\$ 88.839,84	\$ 94.334,88	\$ 148.665,07

Fuente: Datos obtenidos del proyecto
 Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.8. Evaluación del Proyecto

3.8.1. Van

Esta herramienta sirve para evaluar el proyecto midiendo la riqueza que genera el mismo en valores monetarios. El Valor Actual Neto (VAN) se calcula de todos los flujos futuros de caja a partir del primer año y se le resta la inversión inicial.

Podemos constatar que el VAN del proyecto tiene un valor mayor que cero, por lo que indica que el proyecto si es rentable, se recupera la inversión, se obtiene riqueza y debe de crearse la empresa. En este caso el VAN es de **\$ 64.672,92**.

3.8.2. Tir

La tasa interna de retorno, TIR, mide la rentabilidad del proyecto pero en porcentaje. En este caso la Tasa Interna de Retorno es de **19%**.

Cuadro No 35 CALCULO VAN Y TIR

INVERSIÓN	(\$ 288.464,86)	
FNE AÑO 1	\$ 78.802,67	\$ 78.802,67
FNE AÑO 2	\$ 83.821,88	\$ 162.624,55
FNE AÑO 3	\$ 88.839,84	\$ 251.464,39
FNE AÑO 4	\$ 94.334,88	\$ 345.799,27
FNE AÑO 5	\$ 148.665,07	
VAN		\$ 65.885,97
TIR		19%

Fuente: Datos obtenidos del proyecto

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

3.9. Conclusiones

1. Las actuales condiciones de servicios básicos y accesibilidad que posee la cabecera parroquial de Manglaralto son favorables para la creación de hospedaje, por la existencia del espacio para su ubicación y demanda, pero principalmente por el recurso turístico natural, cultural y patrimonial, conocidos y potenciales que dan la pauta para realizar el proyecto.
2. En las entrevista grupal realizada a las personas profesionales y representantes de la actividad turística del Gad Parroquial y del cantón Santa Elena se pudo determinar una aceptación al proyecto, proyectando el incremento en el número de turistas que se prevé llegarán para realizar las diversas actividades que se puede realizar y completarlas gracias a la implementación del servicio de hospedaje ecológico de calidad, que permite prolongar su estadía, dinamizando el sector de restauración del sector.
3. La contestación de los turistas nacionales e internacionales con respecto a la creación de las cabañas ecológicas fue altamente favorable, además proporcionó información con respecto a las proyecciones que permitirán complementar este servicio a beneficio de los turistas y generar plazas de empleo para los habitantes de la cabecera parroquial.
4. Mediante el análisis financiero se pudo determinar la viabilidad de la creación de las cabañas ecológicas con un VAN de \$265.422,00 lo cual es realmente representativo al tratarse de concepto de servicio de hospedaje, un TIR del 85% que indica que es un proyecto rentable y un PRI de 5 años.
5. Para conseguir el éxito en los proyectos se necesita trabajar en equipo tanto el personal que está involucrado directamente en la atención al turista, al personal operativo y a los miembros de los Gad Parroquiales y Cantonales que se verán beneficiados mediante el surgimiento de nuevas plazas de empleo con la implementación de nuevos proyecto.

3.10. Recomendaciones

Manglaralto ha sido una de las parroquias conocida por Montañita más no por emprendimientos en la cabecera parroquial lo que promoverá el desarrollo y mediante una buena campaña dar a conocer las bondades que presenta.

1. La implementación del hospedaje en la cabecera parroquial de Manglaralto sobre el Cerro del mismo nombre, y, considerando el tipo de turistas que llegan y sus necesidades, es indispensable proporcionarles alojamiento de calidad, comodidad y contacto con la naturaleza a través del proyecto de creación de Cabañas Ecológicas.
2. No sobrepasar el límite de cabañas con el objetivo de no perjudicar al sector natural y alterar el ecosistema con la contaminación auditiva producida por los clientes, sino por lo contrario realizar un trabajo conjunto y estandarizado que beneficie a todos.
3. La creación de servicios complementarios en las cabañas ecológicas, como zona wifi, área de juegos infantiles, área de camping, entre otras como un valor agregado a los servicios que brinda las cabañas.
4. Implementar nuevas ideas relacionados con el desarrollo turístico de la localidad y que permitan posicionar el producto en la mente del consumidor mediante la promoción de las cabañas, y que permitan un mayor desarrollo de las cabañas. Mantener la calidad en el servicio de hospedaje con personal competitivo y que este inmerso en el sector turístico para que las decisiones que se tomen sean las correctas. Además la creación de un mecanismo de control que vigile cada una de las acciones de cada estrategia planteadas en el proyecto.
5. Capacitación constante al personal administrativo y operativo para mantener la calidad del servicio, además este adiestramiento debe ser considerado también para los miembros de la comuna, principalmente al sector de la restauración, ya que se debe brindar un servicio de alimentos que vaya en función del turismo de salud.

Bibliografía

- Ayala, J. V. (1977). *Península de Santa Elena*. Guayas-Guayaquil.
- B.C.E. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>
- Centomo, M., & Hermosilla, D. (2008). *Nuevas Tendencias en la Comercialización*". Barcelona, España: Universidad de Barcelona, CETT-EUTH.
- CHAÍN, N. S. (2007). *PROYECTOS DE INVERSIÓN, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN*. México : Pearson, Prentice Hall.
- CHAIN, N. S. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN* (Segunda ed.). PEARSON.
- Chain, S. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Mc. Graw Hill, 4ta Edición.
- gfgfc. (s.f.).
- Guayaquil, P. F. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-2010/>
- Lcda. Marquez Lozano, A. (2013). *Asesora y Directora de Proyectos*.
- Limonas, J. (4 de Septiembre de 2013). *Viajando Ecuador*. Obtenido de <http://www.viajandox.com/santa-elena.htm>
- MINTUR. (06 de Enero 2013 de 2012). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/mas-de-1270-000-turistas-visitaron-ecuador-en-el-2012/>
- MINTUR. (Febrero de 2013). Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/origen-de-visitantes-internacionales/2013/174>
- OMT. (2008). *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO* .
- PNBV. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Reglamento de Turismo* . (Enero de 2008). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf

Rosales Posas, R. (2008). *Procesos de desarrollo y la teoría de gestión de proyectos*. San Jose - Costa Rica: ICAP-Área de Proyectos.

S.G. (s.f.). *Sistema de Gestion*. Obtenido de <http://www.isotools.ec/normas/>

Saavedra, A. (2006). *Plan Financiero*. S/E.

SECTUR, I. (2009). Obtenido de <http://www.iram.org.ar/index.php?IDM=127&mpal=2&alias=Normas%20IRAM%20SECTUR>

Turismo, D. p. (2010). *Registro catastral de prestadores de servicio turístico*. Santa Elena .

turismo, M. d. (2010). *inteligencia de mercados* .

Varela. (27 de Septiembre de 2010). *Estudio de Factibilidad y Proyectos*. Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

Brealey Richard A, PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS, 1996, 4ta. Edición, MacGraw Interamericana, España.

De Rus, Gines. Análisis coste beneficio, 2001 Editorial Ariel.

Horngren & Harrison, CONTABILIDAD, 2006, 3ra. Edición, Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

INEC información estadística del censo de población y vivienda del 2010

Leland T. Blank - Anthony J. Tarquin, INGENIERÍA ECONÓMICA, 1997, 3ra. Edición MacGraw Hill/ Interamericana, Mexico

Lincoyán Portus Govinden, MATEMÁTICAS FINANCIERAS, 1995, 3ra. Edición, McGraw-Hill / Latinoamericana.

Martinez Jarrin Cynthia Virginia, PROYECTO DE INVERSION AGROARTESANAL PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE BISUTERÍA A BASE DE TAGUA, Espol.

Mascareñas, Juan, Innovación financiera. Aplicaciones para la gestión empresarial, 1999. Ed. McGraw Hill, España.

Peter Pashingian, TEORÍA DE LOS PRECIOS Y APLICACIONES, 1996 1ra. Edición MacGraw/ Interamericana, España.

Rocabert, J. P. et. al. (2005) "Anomalies in net present value calculations. A solution" Hacienda Pública Española / Revista de Economía Pública, vol 173 n° 2

Sachs – Larrain, MACROECONOMÍA EN LA ECONOMÍA GLOBAL, 1994, 1ra Edición, Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

LIBROS:

- **ÁLVAREZ TORRES MARTÍN G.** (Edición 2006), Manual de planeación estratégica.
- **GONZÁLEZ SABIN RAQUEL** (Edición 2005), Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos las TIC's como herramienta permanente del capital humano.
- **MUÑIZ LUIS** (Edición 2010), Guía práctica para mejorar un plan de negocios.
- **Chase, R. & Aquilano, N.**(1995): Dirección y administración de la producción y de las operaciones, 6ª. Ed., Editorial IRWIN, Barcelona.

- LEONARDO MANFRE POZO ORTIZ (Edición 2010), Plan De Negocios Para El Ensamblaje, Instalación Y Distribución De Paneles Solares Como Método De Energía Alternativa Para El Ecuador.
- SANDOVAL EWALDO, (2009), Ecoturismo, Operación Técnica y Gestión Ambiental.
- PASACA, M. E. (2009). Manual para la elaboración de proyectos de graduación de nivel superior. Loja: Editorial Offset Imagen.
- PASACA, M. (2008). Formulación y Elaboración de Proyectos.
- PHILIP, K. (2004). Marketing para el Turismo. 3a edición.

PÁGINAS WEB:

- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/planeacion/
- <http://www.todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/clasificacion-de-los-proyectos.html>
- <http://www.eumed.net/libros/2006c/219/1o.htm>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/EntornoDeLaEmpresa>
- <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html>
- <http://www.gestiopolis.com/canales5/mkt/markecho.htm>
- <http://www.doi.icaei.upcomillas.es/PIM/web.htm>
- <http://www.afu.com/apuntes/educación/metodologiadeinvestigación/def.ault.thm>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/NaturalezaDeLaPlaneacionEstrategica>
- <http://www.es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://www.es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/planeacion/
- <http://www.monografias.com/trabajos33/plan-investigacion/planinvestigacion.shtml>
- http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_de_la_Parroquia_Manglaralto

- <http://optur.org/estadisticas-turismo.html>
- <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/el-desarrollo-turistico-174989.html>
- <http://www.empreendedor.ec/crecimiento-de-la-economia-ecuador-2014/>
- <https://www.turismo.gob.ec/abril-registro-un-crecimiento-del-32-en-arribo-de-turistas-a-ecuador/>
- <http://turistic.co/servicios/producto-turistico>
- <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/ecuador-recibe-14-turistas-2014.html>
- <http://www.concienciaeco.com/2010/09/21/que-es-una-casa-ecologica/>
- <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turísticas.pdf>
- <http://mask.wikidot.com/plan-financiero>

ANEXOS

ANEXO 1: MODELO DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA “UPSE” ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

ENTREVISTAS A AUTORIDADES.

Objetivo. Recolectar información sobre la creación de las Cabañas Ecológicas en la Cabecera Parroquial de Manglaralto que contribuirá al desarrollo turístico en cuanto su aspecto económico, social y turístico.

AGRADECIDO POR SU VALIOSA COLABORACIÓN EN RESPONDER SINCERAMENTE, DESEO TENGA UN EXCELENTE SEMANA.

1. ¿Genero?

Femenino Masculino

2. ¿Su edad oscila entre?

De 20 a 25 años. De 26 a 40 años. De 40 años en adelante

3. ¿Su nivel de educación está?

Primaria. Secundaria. Universidad.
Postgrado.

4. ¿En qué sector laboral se desempeña?

Público Privado

5. ¿Cree usted que en la cabecera de la parroquia Manglaralto se debe de impulsar para conseguir desarrollo turístico?

Si No

6. ¿Según su criterio, el Desarrollo Turístico en la Parroquia Manglaralto es?

Excelente Muy Bueno Bueno Regular
Muy Malo

7. ¿Qué usted cree que en la cabecera de Manglaralto se debe de impulsar para conseguir desarrollo?

Limpieza de Playas Hoteles de Lujo Cabañas Ecológicas
Incentivos Económicos Otros.....

8. ¿Cree usted que sería factible crear Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Si No

9. ¿Desde su punto de vista, las Cabañas Ecológicas ayudaría al desarrollo económico de los pobladores en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Si No

10. ¿Cuál sería la mayor ventaja que producirá la creación de Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Económico Reconocimiento Inversiones Privadas

11. ¿Cuál sería la mayor desventaja que producirá la creación de Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Contaminación Pérdida de Identidad

12. ¿Cree usted que el Cerro de Manglaralto sería el lugar adecuado para la ubicación de las Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

SI NO

13. ¿Qué tipo de mobiliario debería tener la Cabañas Ecológica?

Moderno Tradicional Rustico

14. ¿Qué servicios debería tener la Cabañas Ecológicas?

Restaurante Área de Camping Teléfono Guianza
Tv por Cable Internet Traductor
Transporte

15. ¿De las siguientes actividades turísticas? ¿Cuál o cuáles cree que le gustaría realizar más a los turistas??

Camping Cabalgata Caminata Escalar
Playas
Escalada en Rocas

16. ¿Cuánto dinero debería cancelar los turistas por el servicio?

\$30-40 \$15,00 \$20,00

17. ¿Cree usted que la creación las Cabañas Ecológicas aportará al desarrollo del turismo en la Cabecera Parroquial de Manglaralto?

SI NO

18. ¿Cree usted que implementar paneles solares en las cabañas ecológicas como fuente de energía alterna, aportará al desarrollo de las cabañas y de la localidad?

SI NO

19. ¿Apoyaría la creación de las cabañas ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

SI NO

20. ¿Cómo le gustaría que apoye la Alcaldía y Prefectura en el proyecto?

50%-50% en Efectivo Convenio ambas partes 50% y
Gestión Privada

Gestión Interinstitucional

Gracias por su valiosa colaboración.

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA “UPSE”
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

ENTREVISTAS A TURISTAS.

Objetivo. Recolectar información sobre la creación de las Cabañas Ecológicas en la Cabecera Parroquial de Manglaralto que contribuirá al desarrollo turístico en cuanto su aspecto económico, social y turistico.

AGRADECIDO POR SU VALIOSA COLABORACIÓN EN RESPONDER SINCERAMENTE, DESEO TENGA UNA EXCELENTE SEMANA.

1. ¿Genero?

Femenino Masculino

2. ¿Su edad oscila entre?

De 20 a 25 años. De 26 a 40años. De 40 años en adelante

3. ¿Su nivel de educación está?

Primaria. Secundaria. Universidad.
Postgrado.

4. ¿En qué sector laboral se desempeña?

Público Privado

5. ¿Cree usted que en la cabecera de la parroquia Manglaralto se debe de impulsar para conseguir desarrollo turístico?

Sí No

6. ¿Según su criterio, el Desarrollo Turístico en la Parroquia Manglaralto es?

Excelente Muy Bueno Bueno Regular
Muy Malo

7. ¿Qué usted cree que en la cabecera de Manglaralto se debe de impulsar para conseguir desarrollo?

Limpieza de Playas Hoteles de Lujo Cabañas Ecológicas
Incentivos Económicos Otros.....

8. ¿Cree usted que sería factible crear Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Si No

9. ¿Desde su punto de vista, las Cabañas Ecológicas ayudaría al desarrollo económico de los pobladores en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Si No

10. ¿Cuál sería la mayor ventaja que producirá la creación de Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Económico Reconocimiento Inversiones Privadas

11. ¿Cuál sería la mayor desventaja que producirá la creación de Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

Contaminación Pérdida de Identidad

12. ¿Cree usted que el Cerro de Manglaralto sería el lugar adecuado para la ubicación de las Cabañas Ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

SI NO

13. ¿Qué tipo de mobiliario debería tener la Cabañas Ecológica?

Moderno Tradicional Rustico

14. ¿Qué servicios debería tener la Cabañas Ecológicas?

Restaurante Área de Camping Teléfono Guianza
Tv por Cable Internet Traductor
Transporte

15. ¿De las siguientes actividades turísticas? ¿Cuál o cuáles cree que le gustaría realizar más a los turistas??

Camping Cabalgata Caminata Escalar
Playas
Escalada en Rocas

16. ¿Cuánto dinero debería cancelar los turistas por el servicio?

\$30-40 \$15,00 \$20,00

17. ¿Cree usted que la creación las Cabañas Ecológicas aportará al desarrollo del turismo en la Cabecera Parroquial de Manglaralto?

SI NO

18. ¿Cree usted que implementar paneles solares en las cabañas ecológicas como fuente de energía alterna, aportará al desarrollo de las cabañas y de la localidad?

SI NO

19. ¿Apoyaría la creación de las cabañas ecológicas en la cabecera parroquial de Manglaralto?

SI NO

20. ¿Cómo le gustaría que apoye la Alcaldía y Prefectura en el proyecto?

50%-50% en Efectivo Convenio ambas partes 50% y
Gestión Privada

Gestión Interinstitucional

Gracias por su valiosa colaboración.

ANEXO 2: CUADROS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A POBLACIÓN

Cuadro No 36 Género

GÉNERO			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
1	Masculino	15	56%
	Femenino	11	44%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 37 Edad

¿SU EDAD OSCILA ENTRE?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
2	Entre 20 y 25 años	5	19%
	Entre 26 y 40 años	18	69%
	Más de 40 años	3	12%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 38 Nivel De Educación

¿SU NIVEL DE EDUCACIÓN ESTA?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
3	PRIMARIA	2	8%
	SECUNDARIA	11	42%
	UNIVERSIDAD	10	38%
	POSTGRADO	3	12%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 39 Ocupación

¿EN QUÉ SECTOR LABORAL SE DESEMPEÑA?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
4	Público	20	75%
	Privado	7	25%
	TOTAL	27	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 40 Creación de Cabañas Ecológicas

¿CREE UD QUE EN LA CABECERA DE LA PARROQUIA MANGLARALTO SE DEBE IMPULSAR SU DESARROLLO TURÍSTICO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
5	SI	25	95%
	NO	1	5%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 41 Desarrollo Turístico

¿SEGÚN SU CRITERIO, EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA MANGLARALTO ES?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
6	EXCELENTE	13	50%
	MUY BUENO	9	35%
	BUENO	2	8%
	REGULAR	1	4%
	MUY MALO	1	4%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 42 Impulsar en la Cabecera de Manglaralto

¿QUÉ USTED CREE QUE EN LA CABECERA DE MANGLARALTO SE DEBE DE IMPULSAR PARA CONSEGUIR SU DESARROLLO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
7	LIMPIEZA DE PLAYAS	10	38%
	INCREMENTO DE HOTELES DE LUJOS	9	35%
	INCREMENTO DE HOSPEDAJE ECOLÓGICOS	5	19%
	INCENTIVOS QUE GENERAN ESTA ACTIVIDAD	1	4%
	OTROS	1	4%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 43 Creación de Cabañas Ecológicas

¿CREE USTED QUE SERÍA FACTIBLE CREAR CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
8	SI	26	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 44 Existiría Desarrollo Económico

¿DESDE SU PUNTO DE VISTA, LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS AYUDARÍAN AL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS POBLADORES EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
9	SI	26	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 45 Ventajas al crear las Cabañas Ecológicas

¿CUÁL SERÍA LA MAYOR VENTAJA QUE PRODUCIRÁ LA CREACIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
10	ECONÓMICO	14	54%
	RECONOCIMIENTO	11	42%
	INVERSIONES PRIVADAS	01	4%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 46 Desventajas al crear las Cabañas Ecológicas

¿CUÁL SERÍA LA MAYOR DESVENTAJA QUE PRODUCIRÁ LA CREACIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO??			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
11	CONTAMINACIÓN	19	73%
	PÉRDIDA DE IDENTIDAD CULTURA	7	27%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 47 Lugar de ubicación

¿CREE USTED QUE EL CERRO DE MANGLARALTO SERÍA EL LUGAR ADECUADO PARA LA UBICACIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
12	SI	24	92%
	NO	2	8%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 48 Mobiliario dentro su preferencia

¿QUÉ TIPO DE MOBILIARIO DEBERÍAN TENER LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
13	MODERNO	14	54%
	TRADICIONAL	6	23%
	ECOLÓGICO	6	23%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 49 Servicios prefieren

¿QUÉ SERVICIOS DEBERÍA TENER LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
14	RESTAURANTE	3	12%
	CAMPING	3	12%
	COMUNICACIÓN TELEFÓNICA	4	15%
	GUIANZA	2	8%
	T/V POR CABLE	3	12%
	SERVICIO DE INTERENT	4	15%
	TRADUCTOR NATIVO	3	12%
	TRANSPORTE	4	15%
TOTAL	26	100%	

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 50 Actividades Turísticas

DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES TURÍSTICAS ¿CUÁL O CUÁLES CREE QUE LE GUSTARÍA REALIZAR MÁS A LOS TURISTAS?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
15	CAMPING	5	19%
	CABALGATAS	4	15%
	CAMINATAS	3	12%
	ESCALAR	4	15%
	PLAYAS	5	19%
	ESCALADA EN ROCAS	5	19%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 51 Disposición a cancelar

¿CUÁNTO DINERO DEBERÍAN CANCELAR LOS TURISTAS POR EL SERVICIO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
16	ENTRE 30 Y 40 USD	3	10%
	ENTRE 40 Y 50 USD	1	4%
	MAS DE 50 USD	22	85%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 52 Aporte al desarrollo turístico

¿CREE USTED QUE LA CREACIÓN LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS APORTARÁ AL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
17	SI	26	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 53 Implementación de Paneles Solares

¿CREE USTED QUE IMPLEMENTAR PANELES SOLARES EN LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS COMO FUENTE DE ENERGÍA ALTERNA, APORTARÁ AL DESARROLLO DE LAS CABAÑAS Y DE LA LOCALIDAD?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
18	SI	26	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 54 Apoyo a la creación de Cabañas Ecológicas

¿APOYARÍA LA CREACIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
19	SI	21	80%
	NO	5	20%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 55 Apoyo por Autoridades

¿CÓMO LE GUSTARÍA QUE APOYE LA ALCALDÍA Y PREFECTURA EN EL PROYECTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
20	50% - 50% EN EFECTIVO	13	50%
	CONVENIO POR AMBAS PARTES	3	12%
	50% Y GESTIÓN A PRIVADOS	7	27%
	GESTIÓN CON LAS INSTITUCIONES DEL ESTADO	3	12%
	TOTAL	26	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

ANEXO 3: CUADROS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS

Cuadro No 56 Género

GÉNERO			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
1	Masculino	173	55%
	Femenino	141	45%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 57 Edad

EDAD			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
2	Menos de 18 años	30	9%
	Entre 18 y 25 años	35	11%
	Entre 26 y 40 años	187	60%
	Más de 40 años	62	20%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 58 País de residencia

PAIS DE RESIDENCIA			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
3	EXTRANJERO	68	22%
	ECUATORIANO	246	78%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 59 Nivel de Educación

NIVEL DE EDUCACIÓN			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
4	PRIMARIA	15	5%
	SECUNDARIA	175	56%
	UNIVERSIDAD	96	31%
	POSTGRADO	28	9%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 60.Ocupación

OCUPACIÓN			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
5	ESTUDIANTE	38	12%
	EMPLEADO PÚBLICO	35	11%
	EMPLEADO PRIVADO	141	45%
	COMERCIANTE	25	8%
	AMA DE CASA	12	4%
	JUBILADOS	63	20%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 61 Información acerca de los lugares turísticos

¿CÓMO OBTIENE INFORMACIÓN ACERCA DE LOS DIFERENTES LUGARES TURÍSTICOS?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
6	AGENCIA DE VIAJES	65	21%
	PRENSA ESCRITA	45	14%
	FOLLETOS	44	14%
	PAGINAS WEB	55	18%
	AMIGOS/TURISTAS	45	14%
	RADIO/ TV	60	19%
	Total	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 62 Forma de viaje

¿CUÁL ES LA FORMA DE VIAJE QUE USTED ELIGE NORMALMENTE?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
7	EN FORMA INDEPENDIENTE	299	95%
	AGENCIAS DE VIAJES	15	5%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 63 Medio de transporte

¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZARÍA AL MOMENTO DE VIAJAR DENTRO DE ECUADOR?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
8	TERRESTRE PÚBLICO	15	5%
	TERRESTRE PRIVADO	205	65%
	AÈREO	94	30%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 64 Preferencia de Viajar

¿HABITUALMENTE USTED VIAJA EN?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
9	EN PAREJA	158	50%
	CON FAMILIA	48	15%
	CON AMIGOS	80	25%
	SOLO	28	9%
	Total	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 65 Actividades turísticas

DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES TURÍSTICAS ¿CUÁL O CUÁLES LE GUSTARÍA REALIZAR?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
10	CAMPING	52	17%
	CABALGATAS	53	17%
	CAMINATAS	51	16%
	CLIMBING	54	17%
	PLAYAS	50	16%
	ESCALADA EN ROCAS	54	17%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 66 Días de permanencia

¿USUALMENTE CUÁNTOS DÍAS PERMANECE HOSPEDADO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
11	1 DÍA	24	8%
	2 DÍAS	23	7%
	3 DÍAS	32	10%
	MÁS DE 3 DÍAS	235	75%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 67 Dinero estimado

¿CUÁNTO DINERO ESTIMARÍA USTED PARA GASTAR DIARIAMENTE POR PERSONA EN UN VIAJE?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
12	MENOS DE 30 USD	51	16%
	ENTRE 30 Y 40 USD	35	11%
	ENTRE 40 Y 50 USD	48	15%
	ENTRE 50 Y 60 USD	40	13%
	DE 60 USD EN ADELANTE	140	45%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 68 Hospedaje

¿LE GUSTARÍA PASAR LA NOCHE HOSPEDADO EN UN CABAÑA ECOLÓGICA?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
13	SI	305	97%
	NO	9	3%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 69 Visita Manglaralto

¿HA VISITADO LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
14	SI	298	95%
	NO	16	5%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

CUADRO N° 70 Creación de cabañas ecológicas

¿ESTARÍA USTED DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA CABECERA PARROQUIAL DE MANGLARALTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
15	SI	300	95%
	NO	14	5%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 71 Tipo de mobiliario

¿QUÈ TIPO DE MOBILIARIO ES DE SU PREFERENCIA PARA LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
16	MODERNO	32	10%
	TRADICIONAL	126	40%
	ECOLÓGICO	156	50%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 72 Servicios

¿QUÉ SERVICIOS LE GUSTARÍA ENCONTRAR DENTRO DE LA CABAÑA ECOLÓGICA?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
17	RESTAURANTE	46	15%
	CAMPING	35	11%
	COMUNICACIÓN TELEFÓNICA	37	12%
	GUIANZA	39	12%
	T/V POR CABLE	36	11%
	ZONA WIFI	39	12%
	TRADUCTOR NATIVO	40	13%
	TRANSPORTE	42	13%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 73 Implementación de paneles solares

¿CREE USTED QUE IMPLEMENTAR PANELES SOLARES EN LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS COMO FUENTE DE ENERGÍA ALTERNA, APORTARÁ AL DESARROLLO DE LAS CABAÑAS Y DE LA LOCALIDAD?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
18	SI	117	94%
	NO	7	6%
	TOTAL	134	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

Cuadro No 74 Disposición a pagar

¿CUÁNTO DINERO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA POR EL ALOJAMIENTO?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
19	MENOS DE 20 USD	3	1%
	ENTRE 20 Y 30 USD	5	2%
	ENTRE 30 Y 40 USD	30	10%
	ENTRE 40 Y 50 USD	8	3%
	DE 50 USD EN ADELANTE	268	85%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

CUADRO N° 75 Pagos

¿CÓMO ACOSTUMBRA A HACER SUS PAGOS?			
ITEMS	VALORACIÓN	#	%
20	EFFECTIVO	245	78%
	TARJETA	69	22%
	TOTAL	314	100%

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Sergio Jazmany Suárez González

ANEXO 4: FOTOS DE LAS ENTREVISTAS Y ENCUESTAS, COMO EVIDENCIA DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN



Ilustración 1 Entrevista con una de las Autoridades de Turismo. Tnlgo. Oscar Laínez



Ilustración 2 Entrevista a Turista Nacional



Ilustración 3 Entrevista a Turista Internacional -Argentino-



Ilustración 4 Encuesta a Comuneros de la Cabecera Parroquial de Manglaralto



Ilustración 5 Socialización con entes de Turismo del Cantón Santa Elena